



**HAL**  
open science

## La construction sociale du “ secteur ” des services à la personne : une banalisation programmée ?

Florence Jany-Catrice

### ► To cite this version:

Florence Jany-Catrice. La construction sociale du “ secteur ” des services à la personne : une banalisation programmée?. *Sociologie du Travail*, 2010, *Sociologie du travail*, 52 (4), pp.521-537. 10.4000/sdt.15409 . hal-03952579

**HAL Id: hal-03952579**

**<https://hal.univ-lille.fr/hal-03952579>**

Submitted on 23 Jan 2023

**HAL** is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.



Distributed under a Creative Commons Attribution - NonCommercial - NoDerivatives 4.0 International License

---

## La construction sociale du “secteur” des services à la personne : une banalisation programmée ?

*The social construction of the “personal service sector”: A planned-for trivialisation?*

Florence Jany-Catrice

---



### Édition électronique

URL : <https://journals.openedition.org/sdt/15409>

DOI : 10.4000/sdt.15409

ISSN : 1777-5701

### Éditeur

Association pour le développement de la sociologie du travail

### Édition imprimée

Date de publication : 1 octobre 2010

Pagination : 521-537

ISSN : 0038-0296

Ce document vous est offert par Université de Lille



### Référence électronique

Florence Jany-Catrice, « La construction sociale du “secteur” des services à la personne : une banalisation programmée ? », *Sociologie du travail* [En ligne], Vol. 52 - n° 4 | Octobre-Décembre 2010, mis en ligne le 23 novembre 2010, consulté le 23 janvier 2023. URL : <http://journals.openedition.org/sdt/15409> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/sdt.15409>

---

Ce document a été généré automatiquement le 29 septembre 2020.



Creative Commons - Attribution - Pas d'Utilisation Commerciale - Pas de Modification 4.0 International  
- CC BY-NC-ND 4.0

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>

---

# La construction sociale du "secteur" des services à la personne : une banalisation programmée ?

*The social construction of the "personal service sector": A planned-for trivialisation?*

Florence Jany-Catrice

---

- 1 Il y a classiquement deux manières de stimuler la croissance économique<sup>1</sup>. La première, de type intensive, tend à s'appuyer sur des gains de productivité dans un périmètre fixe d'activités. La seconde, extensive, consiste à élargir le champ de la marchandisation (Perret, 2000). C'est sur une fine articulation des deux stratégies que se fonde le projet du Plan Borloo exprimé par la loi du 27 juillet 2005, aussi dénommé « Plan de cohésion sociale ». Celle-ci repose sur un processus de banalisation du champ des services à la personne (SP) qui désigne les logiques politique, économique et institutionnel par lesquelles ce qui faisait la spécificité d'une partie des activités, s'étirole progressivement, sous la pression simultanée et imbriquée de transformations structurelles et politiques. Quels sont les principaux leviers de cette banalisation ? Dans quelle mesure ces mutations constituent-elles le prolongement ou au contraire une rupture par rapport à la trajectoire du champ ? Comment se comportent les principaux acteurs face à ces mutations ? Telles sont les questions que nous souhaitons traiter dans cet article.
- 2 Nous le ferons à partir de l'analyse de trois vecteurs de cette dynamique. La création, d'abord, d'un véritable secteur est le socle posé de l'extension marchande de la sphère de l'action sociale (partie 1). Le déploiement, ensuite, d'une stratégie d'homogénéisation du produit des activités des services à la personne (partie 2). Une stratégie, enfin, de banalisation de l'acte de consommation de ces services qui vise, dans son projet, à pérenniser l'activité économique (partie 3). Nous montrons enfin que face à cette triple stratégie, qui diffuse une vision individualisée de la société, s'élaborent des comportements réactifs multiformes (partie 4), émanant d'acteurs historiques du champ

d'une part, mais aussi de salariés dans les relations de proximité qu'ils nouent avec les usagers, d'autre part.

## 1. Banalisation de l'extension marchande de la sphère sociale

- 3 Bien que largement réunies dans les décennies passées (Enjolras, 1996), les conditions d'ouverture d'un marché à la concurrence sont consolidées par la création, décrétée politiquement en 2005, d'un secteur, dénommé « des services à la personne », et (re)combinant des activités hétéroclites (Annexe 1). Cette embrasure élargie du marché à la concurrence est probablement la stratégie la plus « orthodoxe », et ce sont des politiques différentes, dans leur temporalité et dans leurs objectifs, qui ont contribué à la mettre en œuvre et à la légitimer. Elles ont pris deux voies qui ont fini par converger : la lutte contre le travail au noir et le chômage, d'une part, et l'ouverture franche à la concurrence, d'autre part.

### 1.1. Lutte contre le travail au noir et contre le chômage

- 4 Dès le début des années 1990, une première voie emprunte l'argument de lutte contre le travail au noir — et d'augmentation des chiffres de l'emploi, cette lutte devant permettre de mieux protéger les parties prenantes (salariés et consommateurs), par la mise en place de dispositifs incitatifs<sup>2</sup> favorisant le recours à l'emploi de « gré à gré » dans les emplois familiaux à domicile. Des travaux récents montrent ainsi qu'une partie des emplois au noir ont été transformés en emplois directs (Marbot, 2008a, 2008b), même si d'autres sont plus nuancés sur ces résultats quantitatifs. Parmi les facteurs qui contribuent à la résilience du travail au noir dans ces services sont cités l'incitation aux compléments d'heures informelles du fait des horaires structurellement faible par emploi, et les plafonds des montants alloués par les plans d'aide (pour les personnes âgées) insuffisants pour couvrir l'ensemble des besoins, le reste pouvant relever, au moins tacitement, de l'informel (Cerc, 2008 ; Devetter *et al.*, 2009, pp. 52).
- 5 Adjoindre à cette tendance l'émergence très récente du statut d'auto-entrepreneur peut paraître incongru. Elle ne l'est pas si on envisage la mise en place de ce statut comme une voie de facilitation de l'installation de « *self-made man* », en particulier pour combattre le chômage<sup>3</sup>. Peu de statistiques officielles circulent encore, mais on peut escompter qu'une part non négligeable de l'activité dépendant de ce nouveau statut relèvera du champ des services à la personne<sup>4</sup>. Pourtant, dans ces services en tout cas, être « auto-entrepreneur » est moins un processus ambitieux de reconnaissance d'une profession qu'une idéologie du marché : chacun peut devenir entrepreneur de lui-même, dans le cadre d'une relation sans règles ni « conventions » collectives, comme dans le cas de l'emploi direct et dans les faits, nombreux sont ces entrepreneurs d'un nouveau genre à le devenir par nécessité<sup>5</sup>.
- 6 La lutte contre le travail au noir et le chômage s'est donc progressivement matérialisée par l'élaboration d'un marché atomisé — idéal-typique dans la création d'un marché concurrentiel. Celui-ci prend, de façon croissante, la voie de la banalisation de l'emploi direct comme modalité supérieure de contrat de travail. Le gré à gré représente aujourd'hui 80 % des emplois du champ<sup>6</sup>. La généralisation de dispositifs tels que le

chèque emploi service<sup>7</sup> constitue même, dans de nombreux cas<sup>8</sup>, un substitut au contrat de travail, le consommateur ou l'utilisateur ignorant qu'il endosse le statut d'employeur. L'incitation plus générale au self-emploi, transformant le contrat de travail en contrat commercial (Laville, 2009) renforce cette tendance.

## 1.2. Ouverture franche à la concurrence

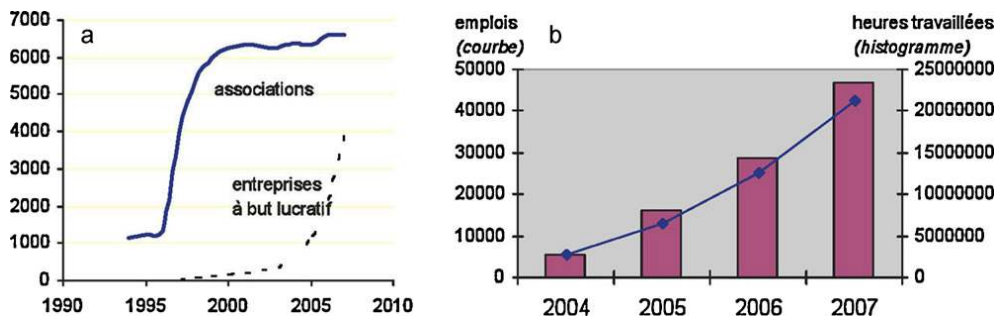
- 7 L'ouverture à la concurrence du secteur s'est opérée en trois étapes et ambitionne de faire jouer un rôle structurant aux entreprises privées à but lucratif, là où les associations étaient jusqu'alors majoritaires. La première pierre de l'édifice de la construction d'un « marché » des services sociaux a consisté en un glissement d'une régulation tutélaire, visant à subventionner les offreurs, à une régulation quasi-marchande, visant à la solvabilisation partielle de la demande (du Tertre, 1999 ; Laville, 1996). Les premières mesures en ce sens datent de 1987 en France<sup>9</sup>. Puis ont été amorcés par la loi du 29 janvier 1996, d'une part, l'accès aux opérateurs privés lucratifs à l'agrément, donnant droit d'exercice dans le champ du social, d'autre part, des réductions fiscales pour les y inciter. Leur accélération en 2005 a été favorisée par la simplification des procédures relatives aux services dédiés à tous types d'utilisateurs (personnes âgées dépendantes et ménages actifs non dépendants)<sup>10</sup> : les conditions législatives de la création d'un secteur marchand regroupant une multitude d'activités de services, aux finalités diverses, sont alors réunies.

« Comment dire... Dans l'agrément vous parlez de clients, vous parlez marketing, vous parlez campagnes publicitaires, vous parlez de chiffre d'affaires, de ratios économiques... Dans l'autorisation, vous parlez d'utilisateurs, vous parlez de... La personne elle est au centre de l'action en fait. De l'autre côté, c'est l'économique... »

11

- 8 Enfin, des perspectives de créations d'entreprises sont entretenues par la multiplication de dispositifs spécifiques<sup>12</sup> qui contribuent à véhiculer l'idée que dans ce « secteur », les créations d'entreprises sont « bon marché », ne nécessitant ni savoir-faire spécifique, ni investissement fixe (Devetter et Jany-Catrice, 2010). Les activités relevant à la fois du champ du social, d'activités de services domestiques et de services purement commerciaux (*infra*), cette ouverture à la concurrence prend la forme, pour un pan de l'activité au moins, d'une marchandisation de l'activité sociale.
- 9 Les chiffres de demande d'agréments sont à la hauteur des espérances du politique. Entre 2004 et 2007, près de 4000 créations nettes d'entreprises commerciales sont enregistrées. Celles-ci représentent aujourd'hui 37 % des organismes agréés, la plupart étant de petites ou très petites structures puisqu'en moyenne, chaque structure héberge 12 emplois, mais seulement quatre en équivalents temps plein (Jany-Catrice et Lefebvre, 2009). De son côté, l'emploi dans ce segment marchand de l'activité a lui aussi très nettement progressé : il est passé de moins de 2 % des emplois des organismes agréés en 2004, à plus de 11 % en 2007. Cette part peut cependant être divisée par quatre si l'on tient compte du poids très élevé du gré à gré dans l'emploi comme dans les heures travaillées (Fig. 1).

Fig. 1.



a. Évolution du nombre d'organisations à but non lucratif et à but lucratif dans les « services à la personne » (1996–2007).

b. Évolution des emplois et des heures travaillées dans les services à la personne (entreprises commerciales).

Source : Jany-Catrice, 2008, mis à jour avec les données les plus récentes issues de l'Ircem et de la Dares.

### 1.3. Une légitimité acquise par l'avènement de la valeur du « libre-choix »

- 10 L'idéalisation du marché par ouverture à la concurrence est renforcée par le projet, qui constitue une force légitimante de l'ensemble de ces processus, que c'est au consommateur final d'exercer son libre choix (Morel, 2007) quant au type d'opérateur et aux modalités de recours, avec le projet de le faire accéder au statut d'acteur autonome et « souverain car informé » (Batifoulier *et al.*, 2008).
- 11 La complexité du besoin est réduite à la formulation d'une demande qui choisit rationnellement, compte tenu notamment de l'état des technologies, de l'offre, du revenu, des prix, une solution optimale. Les dimensions d'universalité, d'équité dans l'accès au service, mais aussi celles de la réciprocité, du symbolique, la spécificité des liens au sein de la sphère domestique, la délicate identification de leurs besoins par des personnes fragiles elles-mêmes, bref, l'inscription des choix dans des contingences sociales, sont évacuées au profit de cette logique dite du « libre choix », qui tend à fonctionnaliser l'ensemble des arbitrages (Devetter *et al.*, 2009). Ce faisant, cette liberté se limite à la capacité des individus à se « débrouiller » pour identifier, élaborer et organiser le service dont ils ont « besoin ».
- 12 Tous les acteurs en conviennent, la loi 2002-2 du 2 janvier 2002 constituait un terreau favorable à la reconnaissance de la spécificité des associations, et atténuait en quelques sortes les effets possibles de la mise en concurrence et de la marchandisation. Cette loi instaurait l'obligation pour un service prestataire d'aide à domicile d'être « autorisé » pour exercer son activité, intégrait ces services dans le champ social et médico-social, renforçait le contrôle et le suivi des prestataires, en établissant un subventionnement direct entre l'acteur public<sup>13</sup> et l'opérateur (associatif). Le Plan Borloo a fortement ébranlé cet édifice, puisque l'ordonnance du 1<sup>er</sup> décembre 2005 ouvre à ces organismes la possibilité de choisir<sup>14</sup> entre un agrément qualité (constituant un dispositif de reconnaissance de qualité équipant le marché) et cette autorisation, relevant d'une logique « tutélaire » (Laville, 1996). Accordée pour trois ans, la délivrance d'agréments

qualité assoie la logique de marché en engageant une relation directement marchande entre l'opérateur et le consommateur ou l'utilisateur<sup>15</sup>, et en limitant les contrôles publics.

- 13 Cette rupture de 2005 a été réalisée dans un contexte assez précipité sur les décombres d'un système qui visait à la reconnaissance de l'utilité sociale de l'activité (co-élaboration du besoin, accès équitable, universalité de l'activité reconnue comme vecteur central des politiques sociales). Les acteurs, en particulier syndicalistes, en conviennent, cette précipitation contraste avec le temps long que requiert la délibération autour des priorités et du sens de l'activité. Le tourbillon de la sédimentation de mesures (Gardin, 2008) et la rapidité avec laquelle se prennent les décisions publiques constituent un frein supplémentaire à la qualification des spécificités de l'action sociale prise en charge par les associations, et constituent peut-être le vecteur principal de cette atrophie de sens, que l'on retrouve dans le grave malaise voire le mal-être des salariés du secteur — des salariés en interface (Buisset, 2007), autant que du management intermédiaire (Puissant, 2007). Cette construction sociale du secteur apparaît ainsi comme un facteur de banalisation des structures associatives : bien que pionnières dans ce champ de l'action sociale, elles deviennent une unité de production parmi les autres sur ce marché, envisagé à l'aune non plus de missions universalistes, mais sectorielles. En marche depuis le milieu des années 1980 en France, l'ouverture à la concurrence et les conditions de cette mise en place concurrentielle ne suffisent cependant à identifier ni le processus de fond de banalisation ni les ruptures spécifiques que nous avons identifiées depuis 2005. Une seconde voie dans ce mouvement vise à l'homogénéisation du produit.

## 2. Une stratégie d'homogénéisation du produit

- 14 La stratégie d'homogénéisation du produit se matérialise, dans l'élaboration politique du secteur, de plusieurs manières. D'une part par un regroupement des activités, qui faisaient une partie de la singularité associative, dans un champ large d'activités hétéroclites, constitué en secteur par un « coup de force politique » (Devetter *et al.*, 2009 ; Jany-Catrice, 2009) (Section 2.1). On qualifiera cette homogénéisation d'interservice. D'autre part, une tentative d'homogénéisation intraservice des activités de services qui perdent ici la singularité du rapport social qui formait leur spécificité, pour apparaître comme « un produit » comme un autre, interchangeable et substituable (Section 2.2). Ces deux stratégies s'appuient sur une rhétorique ambiguë de « la production de bien être » (Section 2.3) et constituent un terrain fertile pour les processus d'industrialisation de l'activité (Section 2.4).

### 2.1. Homogénéisation interservice : une recombinaison forcée d'activités

- 15 En organisant en un tout des activités<sup>16</sup> qui relèvent tout à la fois de l'action sociale, des services domestiques, et de services de bien être individuel à domicile<sup>17</sup>, de nombreux équilibres acquis historiquement s'effritent : d'une part, la spécificité d'une partie des activités d'action sociale (pour les personnes dépendantes) est noyée dans un ensemble plus vaste d'activités relevant de services de confort (ménage, soutien scolaire, assistance informatique, petit jardinage, bricolage, etc.) bénéficiant surtout aux ménages du décile de revenu supérieur. D'autre part, ce puzzle d'activités rend délicats les débats autour de la construction d'une convention collective commune<sup>18</sup>. Enfin, les rhétoriques autour de

ce secteur (compétences, professionnalisation, ouverture à la concurrence, etc.) peuvent être maniées habilement dans tous les sens, du fait de l'équivocité des représentations que les acteurs se font du « secteur », celles-ci pouvant relever tantôt des activités de ménage pour couples bi-actifs, tantôt de l'aide aux personnes dépendantes (âgées, handicapées, enfants), tantôt encore du soutien scolaire...

Comment se construit politiquement un secteur ?

La construction d'un secteur se caractérise par la combinaison de trois contenus : matériel, institutionnel et symbolique. Les éléments matériels, qui « positionnent le travailleur dans la réalité des processus productifs » (Perrat, 2007) sont cristallisés autour de certificats de compétences, de grilles de qualification qui devraient être en mesure d'homogénéiser les représentations de l'activité. Des acteurs collectifs (patronat, syndicats en particulier) sont mobilisés pour négocier une nouvelle grille de convention collective permettant d'aboutir à cette institutionnalisation, et surtout, d'en accroître la charge symbolique. Dans ce secteur aussi éclectique, la notion d'« emploi référent » permettra sans doute d'englober, au moins virtuellement, des activités aux réalités bien différentes. Des labels, normes et certifications « sectorisés » font aussi leur apparition et jouent à la fois sur le tableau symbolique et institutionnel. En agissant simultanément sur ces trois dimensions : matérielle, institutionnelle et symbolique, l'Agence nationale des services à la personne (ANSP), acteur devenu incontournable dans le champ, endosse le rôle de créateur du secteur.

## 2.2. Homogénéisation intraservice : du service relationnel à un produit comme un autre

- 16 Très structurante dans le secteur, la communication institutionnelle brouille aussi les pistes : les « services à la personne » y apparaissent simultanément comme un « produit comme les autres », mais aussi le secteur « producteur de bien-être ». En élargissant le champ lexical du « bien être », cette communication opère tout à la fois un malentendu perpétuel (Goux, 1996) et constitue un vecteur de banalisation de l'activité. Dans une campagne publicitaire de l'ANSP<sup>19</sup>, on y lit « découvrez le seul produit qui entretient votre maison, change les couches de vos enfants, et vous fait faire des économies »<sup>20</sup>, le tout dans une ambiance visuelle de l'*American way of life* des années 1950, permettant d'amener dans l'imaginaire collectif trois idées : d'une part, l'éclectisme possible de l'activité, sans qu'aucune n'ait *a priori* plus de spécificité (on promène le chien des riches, comme on accompagne la personne âgée dans les gestes de la vie quotidienne), présageant d'une possible industrialisation et massification de l'activité d'autre part (*via* la référence aux années 1950), et niant enfin jusqu'à l'existence même de salariés en interface dans l'activité, celle-ci étant remplacée par un « produit ».
- 17 Or, une partie des métiers des services à la personne s'effectue souvent dans la simultanéité d'un rapport social qui fait interagir un prestataire et un bénéficiaire (Jeantet, 2003). C'est le cas des aides à domicile dans la relation de service qu'elles co-entretiennent avec la personne âgée. Et lorsque cette simultanéité est évitée, ce qui est le cas des employés de ménage<sup>21</sup>, alors c'est généralement la relation de confiance qui prend le pas. En effet, le trait commun de ces activités est qu'elles s'effectuent, pour la plupart, dans des domiciles privés, engageant plus (*care*, sur les corps des personnes âgées) ou



moins (petit bricolage des hommes toutes mains), l'intimité des lieux (Dussuet, 2005) ou l'intimité des corps (Ribault, 2008).

### 2.3. Le bien-être comme nouvelle rhétorique politique

- 18 Dans cette communication, l'usage du « bien être » est d'abord introduit sous le prisme de l'emploi : c'est par la mise au travail des individus que se construisent l'identité individuelle et le bien être des salariés potentiels. En faisant du champ des services à la personne la source majeure de gisements d'emplois, c'est une forme de citoyenneté à laquelle se prêtent les consommateurs en recourant à ces services. Ce champ est plus généralement au confluent d'une multitude d'enjeux qui lui confèrent un caractère socialement correct : social car les emplois qu'il promet visent à prendre en charge des services d'action sociale auprès des personnes âgées et handicapées, et de la petite enfance. Familiale, car la promotion de ces services par l'État vise à libérer du temps contraint aux ménages bi-actifs, en allégeant leurs tâches domestiques, par une prise en charge marchande de leurs « besoins ». Sociétale enfin, car l'un des paramètres communs de ces activités serait leur capacité à produire du « bien-être ». Ce secteur serait doté d'attributs quasi magiques, permettant simultanément la production d'un bien être individuel et de bien être collectif. C'est dans cette équivoque entretenue entre une forme d'utilité (Goux, 1996) individuelle, source de bien-être privé d'accès à des produits de luxe, et une autre utilité collective et sociale dans la réponse à des besoins sociaux, que se perd la spécificité de la dernière, et, ce faisant, celle du secteur qui en était l'un des garants officiels : l'économie sociale et solidaire. Son engagement dans cette relation patrimoniale lui permettait en effet « d'allouer des ressources rares en vue d'un impératif de reproduction d'une communauté, de son identité et de ses moyens de subsistance » (Nieddu *et al.*, 2009)<sup>22</sup>. Les allocations de ressources publiques, destinées à la formation de ce patrimoine collectif, sont aujourd'hui mises en double concurrence, à la fois entre opérateurs mais aussi entre publics : qui sont, qui doivent être les usagers, bénéficiaires des fonds publics ?
- 19 Au niveau des publics visés, les différentes mesures semblent profiter à la fois aux publics non fragiles, dans les mesures de soutien des services de confort (Cerc, 2008) et à des publics fragiles, principalement personnes âgées et dépendantes. Ce second type de dépenses ne relève plus seulement d'une politique de l'emploi, au service des plus riches, mais s'apparente à une politique sociale de lutte contre la dépendance, ce qui, en quelque sorte, en accroît sa légitimité. Nous avons pourtant montré ailleurs que la répartition des cinq milliards de dépenses publiques en faveur du secteur entre ces deux pôles de publics pouvait faire l'objet de conventions de calculs conduisant à des résultats antinomiques : de moins de 20 % attribués aux publics non fragiles (Debonneuil, 2008), à plus de 40 % des fonds alloués (Devetter et Jany-Catrice, 2010). Par ailleurs, la démocratisation de la solvabilisation à laquelle le Plan Borloo devait s'atteler n'a pas abouti. Ainsi, pour les ménages de moins de 60 ans, non seulement les mesures de solvabilisation n'ont pas permis d'accroître la demande<sup>23</sup>, mais elles n'ont pas non plus favorisé une diffusion de cette consommation auprès de ménages moins aisés : le seul groupe ayant vu son taux de recours croître de manière significative étant les 5 % les plus riches<sup>24</sup> (Devetter et Jany-Catrice, 2010), ce qui confère à ce service la caractéristique économique de bien de luxe.

## 2.4. L'industrialisation peut-elle banaliser l'activité ?

- 20 Le champ semble maintenant libre pour que des processus d'industrialisation de ces activités s'y développent autour du triptyque : massification de l'acte de production et de consommation ; division du travail et standardisation des procès de production ; anonymisation des actes.
- 21 Les « enseignes » commerciales, créées et soutenues par l'ANSP endossent le rôle de correcteur dans la production d'asymétrie d'informations. Dans le projet politique, ces asymétries seraient provoquées tout autant par les opérateurs de l'élaboration de plans d'aide — souvent les équipes médico-sociales des Conseils généraux — lorsqu'il s'agit de l'aide à domicile auprès des personnes âgées, que par les incertitudes sur la qualité qui pèsent dans ce secteur (Karpik, 2002, 2007). En assurant la transparence de ce marché potentiel, les enseignes devraient permettre tout à la fois l'exercice du libre choix des usagers et clients et l'adoption de comportements avisés et rationnels.
- 22 De fait, des réseaux associatifs<sup>25</sup> et des structures publiques<sup>26</sup> étaient déjà censés jouer ce rôle depuis longtemps, étendu cette fois aux enseignes commerciales. Plutôt pressenties comme étant mieux adaptées à un développement industriel des services à la personne sur le modèle des hypermarchés de la grande distribution<sup>27</sup>, ces enseignes peinent pourtant à trouver leur marque et une légitimité aux yeux des acteurs d'une économie de services de proximité, surtout dans le domaine de l'intervention auprès des publics fragiles. Conscientes de leur éloignement par rapport aux territoires, elles comptent sur le développement de leur capacité à mailler les acteurs locaux. En attendant, leurs effets de structuration du secteur restent peu visibles. « Enseignes », comme « labels », constituent des tentatives de construction d'une réputation collective du label d'identification ou de la profession (Karpik, 2007), avec les limites que comportent ces autorégulations professionnelles.

## 3. Une banalisation de l'acte de consommation

### 3.1. Le projet

- 23 La troisième stratégie plus inédite dans l'histoire politique de la construction d'un secteur s'appuie sur un processus de banalisation de l'acte de consommation. Celui-ci viendrait ainsi boucler la construction sociale du marché des services à la personne. « Il suffirait que chaque ménage français consomme, en moyenne, trois heures par semaine de services à la personne, pour créer deux millions d'emplois » (Cahuc et Debonneuil, 2004). On pourrait consommer un « service à la personne », comme on va au cinéma<sup>28</sup>, ou comme l'on consomme n'importe quel bien. Cette banalisation de l'acte de consommation s'adosse à des constats de besoins, qui combinent à la fois des besoins identifiés et objectivables, et des besoins de nature plus subjective révélés par les enquêtes (Cerc, 2008 ; Debonneuil, 2008). Ces besoins se fondent sur le vieillissement de la population, nécessitant assistance, soins, *caring*, mais aussi sur la croissance de l'activité féminine, créant des besoins de gardes et de soins aux enfants, de soutien scolaire, mais surtout d'aide dans l'activité domestique (ménage). Pour autant, l'évaluation des besoins demeure une question complexe. La légitimation du soutien public à l'activité tend à reposer sur des sondages, dans lesquels les français affirment qu'ils se libéreraient bien des activités

de ménage (c'est-à-dire une partie du champ couvert, mais une partie seulement). La libération du temps pour le soin des enfants, ou celui des personnes âgées dépendantes est rarement envisagée dans ces enquêtes, alors que ces activités occupent au moins le tiers des emplois des services à la personne, pas plus que n'est envisagée le « consentement à payer » des répondants. Des mises en contextualisation plus larges permettraient d'interpréter certains besoins comme le symptôme du faible partage des temps de travail entre hommes et femmes dans la sphère domestique en France, et par les longs horaires de travail hebdomadaires des cadres, qui sont aussi les salaires des déciles supérieurs (Devetter et Rousseau, 2007 ; Méda, 2008). La réponse à ces « besoins » peut alors prendre une toute autre épaisseur et permet d'envisager une multitude de pistes en termes de politiques publiques.

- 24 Par ailleurs, le Plan affirme qu'il serait profitable à toutes les parties prenantes — les usagers, les salariés, les entrepreneurs — que ces besoins soient transformés en « demande ». Les ressorts mobilisés pour opérer cette transformation relèvent tous de l'économique, au sens d'une réduction du coût d'accès, et d'une meilleure circulation de l'information, visant à corriger une partie de l'asymétrie d'information et à faciliter le recours au service. Ils prolongent de très anciennes revendications du CNPF (Laville, 1996). Cette transformation des besoins en demande repose sur les arguments économiques suivants : les activités sont peu qualifiées et la main d'œuvre est abondante ; la mise en place d'un secteur concurrentiel permet de limiter le prix facilitant l'accès aux services ; en incitant à la demande, les politiques de défiscalisation limitent le coût d'acquisition de ces services. La dépendance à la consommation de ces services que pourrait permettre ce premier amorçage — il suffirait, en quelque sorte, d'y prendre goût — doit être suffisamment forte pour transformer ces biens de luxe, en biens essentiels, pérennisant ainsi l'activité en la démocratisant.
- 25 Cette banalisation de l'acte de consommation résiste pourtant peu aux faits car elle tient insuffisamment compte du fait qu'il s'agit d'activités complexes, sur lesquelles pèse une forte incertitude, et dont les mécanismes de transformation des « besoins » en « demande » ne sont pas réductibles aux seuls leviers économiques. Les ressorts institutionnels sont absents de l'analyse : comment l'offre est-elle déjà présente ? Quels dispositifs de régulation de la qualité du service ? Les ressorts psycho-sociaux de la transformation des besoins en demande sont également éludés : quelle propension mentale ou culturelle au recours à du personnel de service dans son propre domicile ?, voire éthique : quelles conséquences de l'externalisation à autre que soi-même d'activités relevant du soin, du *caring*, de l'entretien de soi ? Des questions relevant de la dignité sont aussi posées (Devetter et Rousseau, 2005 ; d'Iribarne, 1990 ; Gorz, 1991).

### 3.2. Des résistances politiques au projet de banalisation de l'acte de consommation

- 26 Lorsqu'ils sont généralisés à grande échelle, certains de ces services sont l'expression de choix de société (Gadrey, 2004 ; Laville, 1992, 1996). D'une part parce que le développement tout azimut de ce type de services, sur une base volumique, industrielle et marchande est l'expression d'une servitude institutionnalisée (Gorz, 1991), mais aussi d'une réduction de l'« intérêt général » à l'univocité de la création d'emplois, sur la base de conventions d'inégalité économiques et d'inégalités de genre qu'elles contribuent ainsi à renforcer. D'autre part, parce que cette société économiquement inégale détricote petit

à petit, ce faisant, le principe de solidarité, qui peut aussi prendre des formes de bénévolat, de travail non rémunéré, de production de lien interindividuel et de lien social en dehors de la sphère marchande. Celui-ci marque le pas face à l'urgence quasi citoyenne de la consommation, de la production et de l'emploi salarié quelle qu'en soit sa qualité. Ce sont alors tous les repères sur le « sens de nos sociétés », sur ce qu'est une « société bonne », une société qui « produit du lien » et des interdépendances non marchandes, qui perdent la face vis-à-vis de la valeur dominante que constitue « la société de travail » (Gorz, 1991).

- 27 On constate cependant que la construction homogénéisante du secteur constitue une mise en cohérence efficace, en particulier parce qu'elle est validée par les acteurs<sup>29</sup>, et ce, malgré l'équivocité de son contenu.

## 4. Des stratégies de résistance ?

- 28 Les choix politiques ne sont pas neutres, et surtout, ne rencontrent pas toujours le succès escompté. On identifie, à partir de nos enquêtes<sup>30</sup>, des stratégies d'engagement ou au contraire de résistance par rapport au triple processus de banalisation analysé ci-dessus. Ces réactions dialectiques proviennent de salariés dans les relations de proximité qu'ils entretiennent avec les usagers (Section 4.1), mais aussi de certains « régulateurs » et d'acteurs collectifs (Section 4.2).

### 4.1. Les résistances invisibles des salariés du bout de chaîne

- 29 La professionnalisation des services à laquelle invite toute forme de rationalisation de l'activité peut, en actes, prendre deux trajectoires. Une trajectoire relevant d'une logique industrielle, une trajectoire relevant d'une logique professionnelle. Cette hésitation entre deux logiques de rationalisation n'est pas nouvelle (Gadrey, 1994) et concerne en réalité de nombreuses activités de services. L'inscription de l'échange de service dans une relation de plus en plus marchande marque mieux la polarité de ces logiques. On l'identifie ci-dessous selon trois dimensions. D'abord celle de l'évolution du contenu du travail opérationnel, qui est réalisé par les salariés en interface directe avec les usagers et les clients. La logique industrielle vise à la recherche d'une standardisation poussée des procédés, souvent prescrits, et à une forte spécialisation des tâches. Le découpage et la réduction concomitante des temps d'intervention procèdent de cette logique<sup>31</sup>. Des organisations introduisent ainsi des processus de segmentation des salariés de manière fine, reléguant le sale boulot (au sens de Howard Hughes) aux catégories de salariées les plus récemment embauchées ou les moins qualifiées. D'autres, au contraire, refuseront<sup>32</sup> le morcellement de ces activités au motif de la prise en charge du patient dans sa globalité (Ennuyer, 2006). Elles inventent des routines individuelles et collectives issues de l'expérience, en particulier de l'opérateur, avec une attention particulière portée à l'adaptabilité de la prestation. Ensuite, et de manière imbriquée, les logiques diffèrent sur la définition du périmètre du produit et des usagers bénéficiaires potentiels. Cette question est en lien étroit avec celle du besoin : les exigences de rentabilité, forme synthétique de la stratégie de marchandisation amène, ou non, les opérateurs à filtrer les usagers selon les ressources dont ils disposent, ou selon la complexité des cas. Les logiques distinctives opèrent aussi dans la sphère de la professionnalisation. Dans un cas, celle-ci prend les atours d'une véritable montée en qualification diplômante,

revendiquant le caractère autonome de la qualification en tant que construction d'un projet personnel du salarié, tandis que la logique industrielle valorise davantage la dimension hétéronome des formations, visant à répondre aux besoins immédiats de l'organisation. Enfin, les critères de jugement des performances mettront dans un cas l'accent sur les mesures quantitatives de prestations, et dans l'autre, se fonderont sur une évaluation multicritère qui tiendra compte, par exemple, du droit d'accès au service ou des besoins contextualisés.

- 30 Bien qu'elles n'en soient pas la conséquence immédiate, ces logiques ne sont pas neutres du point de vue de la relation de service qui se noue entre le salarié en interface et le bénéficiaire du service, dans ces activités qui mettent en scène simultanément un prestataire et l'utilisateur. En effet, celles-ci se construisent toujours dans des formes de singularité et d'idiosyncrasie, relevant de ce point de vue du « modèle de la personnalisation » (Karpik, 2007), et qui s'accommodent mal de forces visant à leur standardisation (Dussuet, 2005 ; Fraisse et Gounouf, 2008). De plus, l'incertitude qui pèse sur la qualité de ces services nécessite la production de dispositifs de confiance<sup>33</sup> : la réputation, les réseaux, l'expérience. Cette expérience du temps long de l'interaction entre salariés et usagers, renforcée par le fait que la prestation s'effectue dans le domicile du particulier, contraste avec la logique industrielle.

« Le pire ça a été les changements occasionnés par la décision de la hiérarchie, disant que chaque catégorie se verrait transférée aux domiciles qui correspondent à leur niveau. De là, et comme toutes les salariées, j'ai du quitter des personnes où la confiance s'était installée depuis plusieurs années, pour ne faire que des interventions de soins corporels. »<sup>34</sup>

- 31 Lorsque les conditions de la construction d'une identité collective, d'une communauté de praticiens autour d'un métier donné sont réunies, la reconnaissance matérielle et symbolique s'en trouve facilitée. Elle permet alors d'envisager plus sereinement le sens du travail, malgré de fortes pénibilités. Dans l'autre cas, les conditions sociales pour la dépersonnalisation du service sont alors réunies.

## 4.2. Les acteurs associatifs : une réactivité en ordre dispersé

- 32 Ces mutations amènent les acteurs associatifs à agir en ordre dispersé, consolidant le processus en marche, ou construisant des formes de résistance. Certains s'engagent dans des logiques que l'on pourrait caractériser de conformistes, ou d'opportunistes, en visant une mise en conformité rapide aux législations mises en place successivement, consolidant ainsi les mutations opérées. Ainsi, certaines associations intègrent la concurrence comme une donnée, et se situent comme des acteurs en compétition :

« Les associations disent qu'il faut faire barrage aux entreprises. "Démonstrons par les actes que nous bossons plus et mieux que les entreprises". C'est un discours trop militant. »<sup>35</sup>

- 33 Elles développent aussi des stratégies de maillage<sup>36</sup>, en diversifiant leur offre de services, pour « préempter » une clientèle aisée qui cherche d'abord des services de confort (ménage), avant l'arrivée de la dépendance où les chances sont plus grandes que cette clientèle devienne alors captive.

« Ceci suppose pour penser son développement de mettre en perspective les besoins individuels des personnes sur un territoire, d'avoir une approche "marché", de mieux connaître la concurrence locale et d'alimenter ainsi de ces éléments le projet de la structure. »<sup>37</sup>

- 34 Les logiques patrimoniales adaptatives sont des comportements où est recherché de manière plus subtile ce qui fait « utilité sociale », dans le projet comme dans les pratiques. Des réseaux déploient ainsi des formes de résistance en repensant leur « projet associatif ». Certains proposent la création de « labels RH », voire de « labels utilité sociale »... Ils sont en théorie le signe collectif « garantissant qu'un produit ou un service possède une ou plusieurs caractéristiques valorisées par un certain nombre de consommateurs » (Coestier et Marette, 2004). Ces dispositifs élargissent les critères de concurrence, sur la base cette fois de la comparaison de ces labels ou de nouvelles certifications.
- 35 Les logiques patrimoniales distinctives sont plutôt promues par des acteurs publics territoriaux. Certains continuent d'autoriser de manière exclusive, les associations relevant du social. « [...] le conseil général a mené une politique tambour battant sur l'autorisation. Il veut garder la mainmise sur tout ce qui est personnes dépendantes »<sup>38</sup>. Dans le même temps, cette vision publique, lorsqu'elle est en phase avec les activités associatives peut constituer un point d'appui de légitimation important. Mais cela signifie aussi qu'il revient *de facto* aux autorités de régulation territoriale le soin d'établir l'intérêt général, autant que l'utilité sociale.

## 5. Conclusion

- 36 Le développement du secteur des services à la personne s'est progressivement construit autour de la croyance dans le marché présenté à la fois comme la modalité de gestion la plus efficace, la plus démocratique (« libre choix ») et la plus citoyenne (« les besoins des uns, font les emplois des autres<sup>39</sup> »).
- 37 Si les conditions sociales de la marchandisation des services sociaux, et des services d'aide à domicile en particulier, étaient en cours d'assemblage depuis deux décennies déjà, le plan de cohésion sociale de 2005 constitue une double rupture. Rupture d'abord dans l'organisation de l'action publique, l'ANSP agissant comme un opérateur de mise en cohérence qui contraste, sur la forme en tout cas, avec le caractère enchevêtré (Gardin, 2008) ou sédimenté (Devetter *et al.*, 2009) des législations précédentes. Rupture ensuite vis-à-vis de l'espace d'intervention de l'État, qui entretient un malentendu perpétuel autour des représentations du « service à la personne ». Cela lui permet d'élaborer un plan de rationalisation de l'activité qui s'appuie nettement plus sur une logique industrielle que sur les ressorts de la logique professionnelle. Les effets de substitution que provoquent ces ruptures, et qui sont quasiment « visibles à l'œil nu »<sup>40</sup>, détrônent les associations de leur rôle de *leader* sur ces activités.
- 38 Elles voient leur pouvoir partagé avec les entreprises commerciales et avec l'emploi direct. Par la convention collective minimaliste qu'il propose, ce type d'emploi offre l'immense avantage, dans une période de disette de fonds publics, de fournir des services à un coût économique dérisoire. Cette modalité du « social de compétition » (Donzelot, 2008) oubliée, ce faisant, que le *dumping social* produit est le premier facteur de risque de pauvreté salariale et de renforcement des inégalités économiques.
- 39 Des résistances vis-à-vis de la dépersonnalisation du service, et vis-à-vis de la « chalandisation » du social (Chauvière, 2007) et de ses conséquences, existent. Elles sont portées tout à la fois par certains acteurs historiques du champ associatif, par des régulateurs territoriaux et par les salariés en interface avec les usagers. Mais c'est

certainement sur les salariés en bout de chaîne, souvent des femmes, que pèsent les plus fortes tensions lorsque ceux-ci cherchent à concilier l'inconciliable : logique industrialiste et relation de service de proximité.

---

## BIBLIOGRAPHIE

- Batifoulier, P., Domin, J.P., Gadreau, M., 2008. Mutation du patient et construction d'un marché de la santé. L'expérience française. *Revue française de socio-économie* 1, 27-46.
- Buisset, C., 2007. Aide à domicile. Enquête santé-travail, Miméo.
- Cahuc, P., Debonneuil, M., 2004. La productivité dans les services. Rapport pour le Conseil d'analyse économique, Paris.
- Conseil de l'emploi, des revenus, et de la cohésion sociale (Cerc), 2008. Les services à la personne, Rapport n° 8. La Documentation française, Paris.
- Chauvière, M., 2007. Trop de gestion tue le social. La Découverte, Paris.
- Coestier, B., Marette, S., 2004. Économie de la qualité. La Découverte, Paris.
- Debonneuil, M., 2008. Services à la personne : bilan et perspectives. Rapport pour le Minefi (Ministère de l'Économie et des Finances), Paris.
- Devetter, F.X., Jany-Catrice, F., 2010. L'invention d'un secteur et ses conséquences socio-économiques : objectifs et bilan des politiques de soutien aux services à la personne. *Politiques et management public* (à paraître).
- Devetter, F.X., Rousseau, S., 2005. L'incitation à la création d'emplois de femmes de ménage est-elle socialement juste ? *Revue de philosophie économique* 12 (2), 73-95.
- Devetter, F.X., Rousseau, S., 2007. Services domestiques : quelles perspectives pour une stratégie d'industrialisation ? *Revue d'économie industrielle* 119, 9-24.
- Devetter, F.X., Fraisse, L., Gardin, L., Jany-Catrice, F., Gounouf, M.F., Ribault, T., 2008. L'aide à domicile face aux services à la personne. Mutations, confusions, paradoxes. Rapport pour la DIIESSES, Paris.
- Devetter, F.X., Jany-Catrice, F., Ribault, T., 2009. Les services à la personne. La Découverte, Paris.
- Donzelot, J., 2008. Le social de compétition. *Esprit* 349, 51-77.
- Dussuet, A., 2005. Travaux de femmes. Enquête sur les services à domicile. L'Harmattan, Paris.
- Enjolras, B., 1996. La marchandisation des services sociaux en France et aux États-Unis : le cas de l'aide à domicile. *Revue française des affaires sociales* 50 (4), 145-164.
- Ennuyer, B., 2006. Repenser le maintien à domicile : enjeux, acteurs, organisation. Dunod, Paris.
- Fraisse, L., Gounouf, M.P., 2008. Prendre soin de qui ? Les limites de la mise en concurrence des services à la personne. In: Devetter, F.X., Fraisse, L., Gardin, L., Jany-Catrice, F., Gounouf, M.F., Ribault, T. (Eds.), *L'aide à domicile face aux services à la personne. Mutations, confusions, paradoxes. Rapport pour la DIIESSES*, Paris, pp. 223-262.

- Gadrey, J., 1994. La modernisation des services professionnels. Rationalisation industrielle ou rationalisation professionnelle ? *Revue française de sociologie* 35 (2), 163-195.
- Gadrey, J., 2004. *Socio-économie des services*. La Découverte, Paris.
- Gardin, L., 2008. Quelle évolution des modes de régulation ? In: Devetter, F.X., Fraisse, L., Gardin, L., Jany-Catrice, F., Gounouf, M.F., Ribault, T. (Eds.), *L'aide à domicile face aux services à la personne. Mutations, confusions, paradoxes. Rapport pour la DIIIESES*, Paris.
- Gorz, A., 1991. *Métamorphoses du travail. Quête du sens, critique de la raison économique*. Galilée, Paris.
- Goux, J.J., 1996. L'utilité équivoque et démoralisation. *Revue du Mauss semestrielle* 6, 106-124.
- d'Iribarne, P., 1990. *Le chômage paradoxal*. Puf, Paris.
- Jany-Catrice, F., 2009. L'invention politique d'un secteur : le cas des services à la personne. Séminaire OFCE-IRES, 18 mars, Paris.
- Jany-Catrice, F., Lefebvre, M., 2009. Les réactions des acteurs de l'ESS face à la banalisation du « secteur » des services à la personne. Colloque Réseau RIUESS, 18-20 juin, Roanne.
- Jeanet, A., 2003. À votre service ! La relation de service comme rapport social. *Sociologie du travail* 45 (2), 191-209.
- Karpik, L., 2002. Que faire des singularités ? *Sociologie du travail* 44 (2), 279-284 [Dossier-Débat sur la qualité].
- Karpik, L., 2007. *L'économie des singularités*. Gallimard, Paris.
- Laville, J.L., 1992. Cohésion sociale et création d'emploi en Europe. *CFDT aujourd'hui* 105, juin.
- Laville, J.L., 1996. *La construction sociale d'un champ d'activités économiques*. Crida, Paris.
- Laville, J.L., 2009. Le travail. In: *une nouvelle question politique*. Desclée de Brouwer, Paris.
- Marbot, C., 2008a. En France qui recourt aux services à domicile ? *Insee Références, France, portrait social*, 143-162.
- Marbot, C., 2008b. Travailler pour des particuliers : souvent une activité d'appoint. *Insee Références, Les salaires en France*, pp. 27-41.
- Méda, D., 2008. Pourquoi et comment mettre en œuvre un modèle à deux apporteurs de revenu/deux pourvoyeurs de soins ? *Revue française de socio-économie* 2, 119-139.
- Morel, N., 2007. From subsidiary to free choice. Child and elderly care reforms in France, Belgium, Germany and the Netherlands. *Social Policy & Administration* 41 (6), 618-637.
- Nieddu, M., Petit, O., Vivien, J.D., 2009. Éditorial : identités, patrimoines collectifs et développement soutenable. *Développement durable et territoires [en ligne]*, Dossier 12 : identités, patrimoines collectifs et développement soutenable, mis en ligne le 16 avril 2009. <http://developpementdurable.revues.org/index8126.html> (consulté le 11 août 2010).
- Perrat, J., 2007. Appropriation syndicale des enjeux territoriaux : la question nodale du rapport firme/territoire. *Revue de l'Ires* 54, 71-93.
- Perret, B., 2000. La nouvelle économie un mythe libéral ? *Esprit*, novembre, 17-35.
- Puissant, E., 2007. Associations d'aide à domicile : des tensions dans la relation de travail. Contribution aux 27<sup>e</sup> Journées de l'Association d'économie sociale, Nanterre.



Ribault, T., 2008. Aide à domicile : de l'idéologie de la professionnalisation à la pluralité des professionnalités. *Revue française de socio-économie* 2, 99-117.

du Tertre, C., 1999. Les services de proximité aux personnes : vers une régulation conventionnée et territorialisée. *L'Année de la régulation* 3, 213-237.

## ANNEXES

### ***Annexe 1. Nomenclature du secteur des services à la personne***

Les activités de services à la personne sont énumérées à l'article D129-35 du Code du travail. Certaines activités sont effectuées exclusivement à domicile :

- entretien de la maison et travaux ménagers ;
- petits travaux de jardinage y compris les travaux de débroussaillage ;
- prestations de petit bricolage dites « hommes toutes mains » ;
- garde d'enfant à domicile ;
- soutien scolaire à domicile ;
- cours à domicile ;
- préparation de repas à domicile, y compris le temps passé aux commissions ;
- assistance aux personnes âgées ou aux autres personnes qui ont besoin d'une aide personnelle à leur domicile, à l'exception d'actes de soins relevant d'actes médicaux ;
- assistance aux personnes handicapées y compris les activités d'interprète en langue des signes, de technicien de l'écrit et de codeur en langage parlé complété ;
- garde malade à l'exclusion des soins ;
- assistance informatique et Internet à domicile ;
- soins et promenades d'animaux de compagnie, à l'exception des soins vétérinaires et du toilettage, pour les personnes dépendantes ;
- soins d'esthétique à domicile pour les personnes dépendantes ;
- maintenance, entretien et vigilance temporaires, à domicile, de la résidence principale et secondaire ;
- assistance administrative à domicile ;
- les activités qui concourent directement et exclusivement à coordonner et délivrer les services mentionnés au premier alinéa.

D'autres activités sont partiellement réalisées en dehors du domicile, à condition que la prestation fasse partie d'un ensemble d'activités effectuées à domicile :

- livraison de repas à domicile ;
- collecte et livraison à domicile de linge repassé ;
- aide à la mobilité et transports de personnes ayant des difficultés de déplacement ;
- prestation de conduite du véhicule personnel des personnes dépendantes, du domicile au travail, sur le lieu de vacances, pour les démarches administratives ;
- accompagnement des enfants dans leurs déplacements, des personnes âgées ou handicapées en dehors de leur domicile (promenades, transports, actes de la vie courante) ;
- livraison de courses à domicile.

Source : ANSP, <http://www.servicessalapersonne.gouv.fr>

## NOTES

1. L'auteure remercie le comité de rédaction de la revue *Sociologie du travail* pour les riches commentaires qui l'ont aidée à la révision d'une première version de cet article. Elle reste seule redevable des éventuelles faiblesses de cette contribution.
2. Dispositifs incitatifs par la défiscalisation partielle du coût du travail.
3. La très récente « fédération des services au particulier », fédération d'employeurs privés du secteur des SP, est ainsi organisée en quatre collèges, dont l'un relève spécifiquement des auto-entrepreneurs.
4. En particulier si l'on en juge à l'engouement pour ce nouveau profil lors des salons éponymes. Alors que moins de 7 % des créations d'entreprises dans les années 2008 relevaient des « services personnels », seule catégorie statistique sur laquelle on peut s'appuyer ici, on peut estimer à près de 20 % les créations d'auto-entrepreneurs dans ce secteur.
5. C'est autour de ces nouvelles catégories d'acteurs, ni tout à fait employeur, ni tout à fait salarié, que des problèmes centraux pour le renouvellement de la question syndicale se posent. Ainsi le CES, fédération européenne des syndicats s'est interrogée sur le fait que les organisations syndicales pouvaient ou pas se déployer autour de certaines catégories d'employeurs. Les grandes confédérations syndicales françaises ont décliné ce déploiement, tandis qu'en Italie, toutes les assistantes maternelles sont syndiquées et les « auto-entrepreneurs » peuvent également rejoindre les OS italiennes.
6. Les données les plus récentes, issues de la source administrative de l'Ircem, font ainsi état de 137 800 emplois créés entre 2005 et 2008. Chaque emploi étant d'une durée moyenne annuelle de 98 heures, ce volume d'emplois ne représente qu'une création nette de 8200 équivalent temps plein (calculs par nos soins).
7. Le chèque emploi service est un outil de simplification des démarches administratives limité à l'emploi direct jusqu'en 2005. Il est élargi depuis à tout type de transaction dans le secteur (c'est ainsi qu'on le nomme le « chèque emploi service universel (Cesu) ») et peut être utilisé dans la rémunération des assistantes maternelles. Des Cesu préfinancés fonctionnant sur un modèle proche de celui des chèques-déjeuner, financés en partie par l'employeur du consommateur, font explicitement partie du dispositif de soutien de la demande.
8. Le contrat de travail n'est pas obligatoire pour des horaires hebdomadaires de moins de huit heures par semaine.
9. Date à laquelle les personnes âgées de plus de 70 ans ont eu la possibilité d'employer directement le salarié dans un contrat de gré à gré, et une exonération de charges sociales a accompagné ce mouvement (Enjolras, 1996 ; Gardin, 2008).
10. Le Plan 2 de développement des services à la personne de février 2009 cherche à aller plus loin dans l'encouragement à la création d'entreprises dans les SP, par le renforcement du dispositif *Nacre* dans ce « secteur » (possibilité d'un deuxième prêt à taux zéro pour la phase « post-crédation ») et par la promotion et l'accompagnement des auto-entrepreneurs (Jany-Catrice et Lefebvre, 2009).
11. Direction départementale du travail.
12. La multiplication de « salons de services à la personne » véritables espaces concrets de l'existence du « secteur » fait partie de ce dispositif.
13. Les conseils généraux.
14. Possibilité de choisir par ce qui est appelé « le droit d'option ».
15. Opérateur, consommateur ou usager puisque ce dispositif accompagne la logique de la solvabilisation de la demande et non plus le subventionnement de l'offre.

16. Cette homogénéisation des services s'est organisée pour des raisons fiscales et par la force de *lobbies* plus ou moins structurés.
17. Ces services peuvent aussi être hors domicile : le Plan 2 de développement des services à la personne projette d'ajouter des activités à la liste actuelle, dont certaines ont peu de lien avec le domicile (assistance informatique à distance, soutien scolaire en mini groupes dans les zones urbaines sensibles par exemple), mais aussi de supprimer la condition d'offre globale qui imposait que, pour les services qui n'avaient pas lieu au domicile (livraison de courses et de repas à domicile, collecte et livraison de linge repassé, etc.), la prestation soit comprise dans une offre de service incluant des activités effectuées à domicile.
18. Le champ d'application qui établit les frontières de ce « secteur » semble à peu près défini, bien que les processus qui aient conduit sa définition soient discutés par les syndicats, qui parlent eux-mêmes de « coup de force ». En revanche, et on peut le comprendre facilement, de fortes tensions ont grandement ralenti les négociations visant à la construction d'une convention collective commune à l'ensemble de ces activités dans les entreprises privées à but lucratif.
19. L'ANSP endosse le rôle d'activateur — qui prend dans la rhétorique la double fonction de « pédagogie » et de « promotion » — de la politique de création d'emplois dans les services à la personne et d'opérateur majeur dans sa mise en cohérence.
20. Dans la même campagne, on note aussi : « le seul produit qui promène votre chien, qui crée des emplois, qui réduit la solitude », « le seul produit qui lave vos vitres, qui remplit votre frigo, et qui aide vos enfants à faire leurs devoirs ».
21. Femmes de ménages qui peuvent intervenir hors de la présence du bénéficiaire.
22. « Un même objet peut, selon les situations ou simultanément, être engagé dans une relation marchande en tant que capital et être engagé dans une relation patrimoniale et donc « géré comme un patrimoine » » (Nieddu *et al.*, 2009).
23. Maintien d'un taux de recours aux alentours de 5 % entre 1989 et 2006.
24. Une mesure comme l'APA apparaît promouvoir une logique inverse, en diffusant le recours aux aides à domicile parmi les personnes âgées aux revenus plus modestes. L'APA reste cependant davantage une mesure liée aux politiques de la vieillesse qu'aux politiques d'aides aux SP.
25. Tels que l'Adessa ou l'Una.
26. Par exemple, les Centres locaux d'information et de coordination (Clic).
27. Ne parle-t-on pas d'« enseignes » de la grande distribution depuis longtemps ?
28. La pratique du cinéma est retenue par le rapport de P. Cahuc et M. Debonneuil pour la comparer au recours aux services à la personne.
29. Par exemple, le périmètre des activités qui feront partie de la nouvelle convention collective a été validée par l'ensemble des partenaires sociaux.
30. Les enquêtes que nous mobilisons sont nombreuses et renvoient à plusieurs contrats de recherche sur l'aide à domicile ou les services à la personne. Elles s'appuient toujours sur des entretiens semi-directifs réalisés auprès de nombreux acteurs : salariés, employeurs, « régulateurs » (voir en particulier, Devetter *et al.*, 2008). Nous les complétons d'entretiens plus récents, menés auprès des branches syndicales qui sont engagées dans les négociations des conventions collectives de cette « nouvelle branche » lucrative (voir aussi Jany-Catrice et Lefebvre, 2009).
31. On observe fréquemment une réduction des temps d'intervention chez la personne âgée qui passe d'une heure à trois quarts d'heure, voire une demi-heure...
32. Le verbe « refuser » est approprié en ce sens que cette logique industrielle est parfois suggérée par les financeurs qui, pour des questions de rentabilité immédiate, sont parfois prescripteurs de cette logique industrielle.

33. Deux comportements sont engageables ici : d'une part, la production de confiance, dimension fonctionnelle résultant d'interactions répétées ; d'autre part, la production de confiance comme élément ontologique et non fonctionnel du « produit ».

34. Salariée, DEAVS, embauchée depuis 2001 dans une organisation d'aide à domicile.

35. Entretien employeur associatif, issu du rapport pour la DIESES (Devetter *et al.*, 2008).

36. Terme utilisé par le réseau Una.

37. Citation extraite du rapport d'activité 2007 de l'Una, pp. 85 et ss.

38. Entretien conseil général.

39. Publicité de l'ANSP.

40. Dans de nombreux départements français, en particulier ceux que nous avons étudiés (Haute Normandie, Eure, Nord, Pas-de-Calais, etc.) on compte, en 2009, le dépôt de bilan d'au moins une grosse association. Voir aussi, *Le Monde*, « Les associations d'aide à la personne en état d'asphyxie financière », 11 février 2010.

## RÉSUMÉS

Les emplois familiaux et d'aide à domicile sont, depuis plusieurs décennies, considérés à l'aune de leurs perspectives de « gisement d'emplois ». Soutenus par le Plan de développement des services à la personne, les dispositifs publics se sont amplement renforcés depuis 2005, marquant à la fois une continuité et des ruptures par rapport aux politiques passées. Les ruptures relèvent d'une triple stratégie d'extension marchande revendiquée de la sphère sociale, d'homogénéisation du produit « service », mais aussi de banalisation des besoins et de l'acte de consommation de ces services. Mêlant enjeux sociaux et d'emploi, ces politiques conduisent à des réactions en ordre dispersé, d'une part, des acteurs historiques du champ, d'autre part, des salarié(es) en « bout de chaîne » sur lequel(les) reposent les principales contradictions de cette politique systémique.

For several decades now in France, employment in families and as home-helpers has been seen in terms of its potential as a "source of jobs". In line with a plan for developing "personal services", government incentives have considerably increased since 2005. This signals both a continuity and a break with past policies. The break follows from a three-fold strategy: the demand for expanding the "market" of social services; a homogenisation of the proposed "services"; and, too, a "trivialisation" of the need and consumption of these services. Mixing social with employment objectives, these policies have set off disparate reactions from, on the one hand, the persons and organizations active in this field and, on the other hand, the wage-earners "at the end of the chain" who must bear the major contradictions of this systemic policy.

## INDEX

**Keywords :** Trivialisation, Care, Employment, Industrialisation, Commodification, Professionalisation, Personal Services, Jobs, France

**Mots-clés :** Banalisation, Care, Emploi, Industrialisation, Marchandisation, Professionnalisation, Services à la personne, Travail

## AUTEUR

### FLORENCE JANY-CATRICE

Laboratoire Centre lillois d'études et de recherches sociologiques et économiques (Clersé),  
université Lille-1, cité scientifique bâtiment SH2, 59655 Villeneuve d'Ascq cedex, France  
florence.jany-catrice[at]univ-lille1.fr