

PROJECTEURS

**L'ÉCLAIRAGE INDISPENSABLE
POUR PRÉPARER VOTRE PROJET**

ENTREPRENDRE DANS LES SERVICES DE NETTOYAGE

LES MÉTIERS DE LA PROPRETÉ



JANVIER 2021

bpifrance

CRÉATION

PROJECTEURS

AVANT-PROPOS

Les dossiers Projecteurs constituent un outil de premier niveau d'analyse d'un métier ou d'un secteur. Ils s'adressent aux porteurs de projets entrepreneuriaux, futurs micro-entrepreneurs ou dirigeants de TPE (commerçants, artisans, professions libérales, *etc.*), et à leurs conseillers.

Chaque dossier présente de façon synthétique et pédagogique une description de l'activité sur les plans économique et réglementaire, les tendances, les chiffres-clés du métier et/ou du marché, la réglementation applicable, des contacts et des sources d'information, une bibliographie ainsi que de nombreux conseils.

Ce document ne développe pas la méthodologie générale de création/reprise d'entreprise. Celle-ci est détaillée sur le site **[Bpifrance-creation.fr](https://bpifrance-creation.fr)**. Vous y trouverez des contenus spécifiques sur les **statuts juridiques**, les **financements**, les **aides**, la **fiscalité**, les **locaux**, le **statut fiscal et social de l'entrepreneur**... Rapprochez-vous également des **réseaux d'accompagnement** à la création/reprise d'entreprise pour une étude locale de votre marché.

Si vous souhaitez actualiser les informations contenues dans ce dossier, n'hésitez pas à vous renseigner directement auprès des sources mentionnées.

Le dossier Projecteurs **ENTREPRENDRE DANS LES SERVICES DE NETTOYAGE** est édité par Bpifrance.

Son contenu est 100 % numérique. Il est vendu au prix de 16€ TTC à l'adresse : <https://bpifrance-creation.fr/librairie>

27-31, avenue du Général Leclerc, 94700 Maisons-Alfort

DIRECTEUR DE LA PUBLICATION

Nicolas Dufourcq

CONTACTS

Caroline Gilibert (caroline.gilibert@bpifrance.fr)

Laurence Tassone (laurence.tassone@bpifrance.fr)

ISBN : 978-2-38076-018-7

Bpifrance, janvier 2021

MISES EN GARDE

1. Ce dossier est réalisé par Bpifrance Création avec la collaboration de certains organismes professionnels. Malgré tout le soin apporté à sa réalisation, Bpifrance ne peut garantir les informations dans le temps et décline toute responsabilité quant aux conséquences résultant de leur usage ou d'erreurs éventuelles. Les exemples sont donnés à titre indicatif et non exhaustif, et ne sauraient en aucun cas engager la responsabilité de Bpifrance à quelque titre que ce soit.
2. Ce dossier ne constitue pas une méthodologie de création ou de reprise d'entreprise. Seules sont analysées les spécificités d'une profession. Pour répondre à des questions d'ordre général sur la méthodologie de la création d'entreprise, reportez-vous au site Internet de Bpifrance Création : <https://bpifrance-creation.fr>
3. En application du Code de la propriété intellectuelle, IL EST INTERDIT DE REPRODUIRE intégralement ou partiellement ce document, sur quelque support que ce soit, sans l'autorisation préalable écrite de Bpifrance Création. Pour toute demande, utilisez le [formulaire de contact](#) du site de Bpifrance Création.

ENTREPRENDRE DANS LES SERVICES DE NETTOYAGE LES MÉTIERS DE LA PROPRETÉ

MERCI

aux personnes qui ont bien voulu répondre à nos questions et relire ce dossier Projecteurs, notamment :

- la Fédération des entreprises de propreté et services associés (**FEP**)

N'hésitez pas à partager avec nous vos réflexions et expériences !

PROJECTEURS



AVERTISSEMENT

Chers créateurs entrepreneurs,

Vous venez d'acquérir ce dossier Projecteurs rédigé avant ou pendant la crise liée à la Covid-19.

Une grande partie des secteurs d'activité et des métiers que nous traitons dans ces dossiers ont vu leurs perspectives de marché à court terme bouleversées par cet arrêt brutal et inédit de l'activité qu'a représenté le confinement et par une reprise plus ou moins effective et rapide selon les activités.

Les informations que nous mettons à votre disposition dans la partie 3 des dossiers Projecteurs sont, pour la plupart, des éléments concernant la structure de votre marché qui restent pertinents pour la mise en place de votre projet.

En cette période incertaine, les organisations professionnelles mentionnées dans la dernière partie de chaque dossier Projecteurs sont mobilisées pour accompagner au mieux leurs adhérents actuels et futurs dans la traversée de cette crise ou la création de leur entreprise. Afin d'obtenir les informations les plus récentes sur l'évolution de votre futur marché, nous vous invitons à vous rapprocher de ces organisations qui sont les plus à même de vous communiquer les derniers chiffres et les éventuelles mesures spécifiques mises en place par le gouvernement en faveur de votre secteur.

Parallèlement à cette démarche, nous vous conseillons d'effectuer une veille régulière en mettant en place les actions suivantes :

- Surveillez les nouveaux contenus de **Bpifrance Création** et abonnez-vous à sa **newsletter**.
- Effectuez une veille sur le site du **Cedef**, le centre de documentation du ministère de l'Économie, des Finances et de la Relance.
- Consultez régulièrement des sources qui suivent l'activité sectorielle, comme :
 - > l'analyse « **Prévisions sectorielles Xerfi : le chemin chaotique du rebond à la reprise** » mise à jour régulièrement, et la chaîne **Xerfi canal** ;
 - > les *newsletters* des revues sectorielles, notamment celles mentionnées dans la partie 7 de chaque dossier Projecteurs.

Nous vous souhaitons une belle réussite dans votre projet !

L'équipe des dossiers Projecteurs

SOMMAIRE

1.	EN BREF	6
<hr/>		
2.	DÉFINITION DE LA PROFESSION	8
<hr/>		
3.	ÉLÉMENTS DE L'ÉTUDE DE MARCHÉ	12
<hr/>		
4.	MOYENS POUR DÉMARRER L'ACTIVITÉ	28
<hr/>		
5.	ÉLÉMENTS FINANCIERS	34
<hr/>		
6.	RÈGLES DE LA PROFESSION	39
<hr/>		
7.	CONTACTS ET SOURCES D'INFORMATION	43

**EN
BREF**

1.

EN BREF

La pandémie de Covid-19 a bouleversé le secteur de la propreté. Du jour au lendemain, le nettoyage des espaces de travail s'est imposé aux entreprises comme un enjeu sanitaire et économique essentiel, avec un objectif premier : sécuriser et protéger la santé de leurs salariés et de leurs clients. Les professionnels du nettoyage sont passés du statut de gardiens de la propreté à celui de garants de la sécurité sanitaire et de l'hygiène, répondant ainsi à un besoin de réassurance et de performance des environnements de travail.

Le secteur est très contrasté : en effet, 80 % des entreprises comptent moins de 20 salariés, mais représentent au total peu d'emplois ; inversement, les entreprises de plus de 500 salariés (1 % des entreprises) représentent à elles seules près de la moitié des emplois du secteur.

Depuis le début des années 70, les sociétés externalisent de plus en plus leurs services de nettoyage, de sécurité, de transport, etc. Du fait, notamment, de l'essor des offres multiservices (*Facility management*), le niveau d'externalisation des tâches de nettoyage par les entreprises et les établissements publics (hôpitaux, écoles, etc.) est aujourd'hui très élevé. Et, de fait, le nombre de créations d'entreprises de propreté ne cesse de croître : il a plus que doublé entre 2015 et 2019.

Signalons que ce dossier Projecteurs traite uniquement de l'activité de nettoyage dans le cadre des services aux entreprises (y compris les administrations publiques). L'activité concernant les services à la personne (SAP) est traitée dans le dossier Projecteurs « **Services à la personne** ».

CHIFFRES-CLÉS

+ 117 %

**DE HAUSSE DE LA CRÉATION D'ENTREPRISE
DANS LE SECTEUR DU NETTOYAGE COURANT
DE BÂTIMENTS EN QUATRE ANS**

3 %

**DES EMPLOIS DU SECTEUR MARCHAND
RELÈVENT DU SECTEUR DE LA PROPRETÉ
EN FRANCE**

(Insee, France sur 2015-2019 – code NAF 81.21Z ; FEP à partir des données Acoiss, France en 2019)

2.

DÉFINITION DE LA PROFESSION

DÉFINITION DE LA PROFESSION

Activité

Chaque jour, les professionnels de la propreté travaillent pour tous, partout, pour rendre le quotidien de chacun sain et agréable, favoriser la qualité de vie au travail et dans les lieux publics ainsi que la performance globale des activités.

Depuis le début de la crise de la Covid-19 en 2020, les attentes des clients des entreprises de nettoyage dépassent la seule problématique de la propreté en mettant l'hygiène au cœur de leurs préoccupations. Ainsi, à l'avenir, dans de nombreux secteurs, de nouveaux protocoles vont être établis et les professionnels du secteur vont gagner en compétence et, à terme, seront considérés plus comme des experts de l'hygiène et de la propreté que comme des agents et des techniciens de surface.

La palette des utilisateurs de services de propreté est large, tout comme les environnements dans lesquels les sociétés du secteur interviennent. Cependant, les plus gros consommateurs de services de nettoyage restent les bureaux, les immeubles (pour leurs parties communes), puis les commerces, l'hôtellerie et l'industrie.

Les entreprises de nettoyage peuvent être enregistrées sous différents codes de la nomenclature d'activités française (NAF), mais, le plus souvent, optent pour l'un des deux codes suivants :

- **81.21Z « Nettoyage courant des bâtiments »**

Cette sous-classe comprend le nettoyage courant (non spécialisé) de tous types de bâtiments tels que :

- > bureaux ;
- > maisons ou appartements ;
- > usines ;
- > magasins ;
- > bâtiments publics ;
- > autres locaux à usage commercial et professionnel et les immeubles à appartements.

Cette sous-classe ne comprend pas les activités de nettoyage spécialisé, telles que le nettoyage des vitres, le ramonage des cheminées et le nettoyage des âtres, des fourneaux, des incinérateurs, des chaudières, des gaines de ventilation et des dispositifs d'évacuation des fumées (code 81.22Z).

- **81.22Z « Autres activités de nettoyage des bâtiments et nettoyage industriel »**

Cette sous-classe comprend :

- > le nettoyage extérieur de bâtiments de tous types, y compris les bureaux, les usines, les magasins, les locaux d'institutions, les autres locaux à usage commercial et professionnel, et les immeubles à appartements ;
- > les activités de nettoyage spécialisé de bâtiments, telles que le nettoyage des vitres, le ramonage des cheminées et le nettoyage des âtres, des fourneaux, des incinérateurs, des chaudières, des gaines de ventilation et des dispositifs d'évacuation des fumées ;
- > le nettoyage de machines industrielles ;
- > les autres activités de nettoyage des bâtiments et de nettoyage industriel non classées ailleurs.

Cette sous-classe ne comprend pas le nettoyage à la vapeur, le sablage et les activités analogues concernant les parties extérieures des bâtiments (voir le code **43.99D**).

DÉFINITION DE LA PROFESSION

Il existe d'autres codes relatifs à des types de nettoyage que cette publication ne traite pas :

- **81.29A** : désinfection, désinsectisation, dératisation ;
- **81.29B** : autres activités de nettoyage (notamment le nettoyage de piscines, de moyens de transport, de bouteilles, *etc.*).

Certaines entreprises spécialisées dans le nettoyage des tapis et moquettes sont inscrites sous le code de la blanchisserie-teinturerie de gros (**96.01A**), d'autres font partie des services à la personne (SAP).

Pour en savoir plus :

→ « **Activité de votre entreprise : code APE, code NAF, qu'est-ce que c'est ?** » sur le portail de l'Économie, des Finances et de la Relance, article publié le 18/07/2018.

Soucieux de s'adapter aux exigences de leurs clients et de gagner des parts de marché, certains professionnels du nettoyage diversifient leurs activités, mettant en œuvre le concept de « multiservices » ou de « services associés ». Voici les principales activités complémentaires qu'ils proposent :

- **les services au bâtiment**, qui concernent l'entretien du patrimoine : contrôle et vérification des équipements, dépannage de premier niveau, entretien privatif des espaces verts, traitement des façades, gardiennage ;
- **les services aux occupants**, qui comprennent les services de proximité, comme la gestion des salles et des événements, l'accueil du public, le classement, les déménagements internes, la gestion du courrier ou des approvisionnements ;
- **les services aux procédés**, qui incluent la maintenance multitechnique, notamment la logistique, la gestion des stocks, la tenue des magasins.

D'autres entreprises se spécialisent par secteur (agroalimentaire, hôpitaux, transports...) ou encore par niche (informatique ou climatisation par exemple).

Les entreprises de propreté ont dû s'adapter à la crise en même temps que leurs clients, obligés de se réorganiser. Elles ont dû proposer une nouvelle approche de leurs prestations. Les contrats ont été remis à plat et leur mission est en train de changer : là où elles assuraient seulement la propreté, il leur faut maintenant garantir la sécurité sanitaire et l'hygiène des locaux.

Les entreprises actives dans le secteur tertiaire doivent s'adapter à la réorganisation du travail chez leurs clients. Avec l'accroissement du télétravail, les surfaces à traiter se réduisent, l'occupation des locaux est moindre et sujette à de fortes variations. Dans le même temps, les fréquences d'intervention ont augmenté, notamment avec la désinfection des points de contact : poignées de porte, boutons d'ascenseur, rampes d'escalier sont désormais nettoyés régulièrement – parfois toutes les deux heures. L'étape suivante sera la reconfiguration des cahiers des charges « Propreté », avec une prise en compte de ces changements, car il va être indispensable de repenser le degré de propreté et la sécurisation sanitaire des espaces de travail et de circulation.

AUTRES ACTIVITÉS ASSOCIÉES AUX ENTREPRISES DE NETTOYAGE

D'autres activités peuvent être associées aux métiers de la propreté et du nettoyage. Elles sont traitées dans d'autres dossiers Projecteurs :

- **Les services à la personne**
- **Le marché de la sécurité**
- **Monter un service de conciergerie**
- **Petits travaux de bricolage, « homme toutes mains », dépannage**
- **Devenir jardinier paysagiste**

Aptitudes

L'accès à ce métier n'est pas réglementé : il ne nécessite donc pas l'obtention d'un diplôme particulier. Cependant, si le nettoyage offre toujours un paysage contrasté où les autodidactes côtoient les ultra-diplômés, la tendance est incontestablement au développement des compétences et à un effort de méthode, de sérieux et de qualité dans la relation de service.

Le secteur emploie beaucoup de salariés, et le faible *turn-over* au sein d'une entreprise est souvent considéré par les clients comme un atout important. Le management de proximité est donc une des clés du succès pour le chef d'entreprise : il doit savoir fidéliser ses équipes.

Une bonne connaissance des matériaux, des surfaces et des techniques de nettoyage est également importante, ainsi qu'une veille sur les procédés innovants, surtout lorsqu'une partie du portefeuille clients se situe dans les secteurs sensibles (nucléaire, agroalimentaire, santé...).

3.

**ÉLÉMENTS
DE L'ÉTUDE
DE MARCHÉ**

ÉLÉMENTS DE L'ÉTUDE DE MARCHÉ

Le marché

État des lieux du secteur

Le secteur, très nettement divisé, est constitué d'un côté d'entreprises de moins de 10 salariés (elles représentent 65 % des entreprises du secteur) et, de l'autre, de grandes entreprises de plus de 500 salariés qui réalisent l'essentiel du chiffre d'affaires et emploient près de la moitié des effectifs totaux.

Le secteur de la propreté en France

La Fédération des entreprises de propreté (FEP) et ses chambres régionales est la principale organisation professionnelle. Elle représente les entreprises du secteur de la propreté qui interviennent dans des sociétés de toutes tailles et dans des environnements variés, tels que :

- les bureaux, les locaux administratifs ;
- les parties communes d'immeubles ;
- les commerces et la distribution ;
- la santé ;
- les bâtiments industriels et artisanaux ;
- les entreprises de transports ;
- l'hôtellerie et la restauration ;
- les établissements scolaires ;
- les équipements collectifs...

En revanche, le secteur de la propreté, qu'il ne faut pas confondre avec le ménage domestique, ne comprend pas les entreprises qui interviennent dans :

- les services aux particuliers (ils relèvent des services à la personne – SAP) ;
- le nettoyage de la voie publique ;
- la gestion et le recyclage des déchets ;
- la dératisation, la désinsectisation, la désinfection (« 3D ») ;
- le nettoyage réalisé en interne par les salariés du secteur public.

Les chiffres-clés du secteur de la propreté selon la FEP

- Le chiffre d'affaires du secteur, en augmentation régulière ces dernières années, est de 16 milliards d'euros en 2018. Il a presque doublé en quinze ans, ce qui fait de ce secteur d'activité l'un des plus dynamiques en France.

ÉVOLUTION DU CHIFFRE D'AFFAIRES DES ENTREPRISES DE PROPRETÉ EN FRANCE (HT EN M€)

2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
11 251	11 828	12 251	12 360	12 906	13 271	14 051	15 297	16 062

Source : Fédération des entreprises de propreté.

ÉLÉMENTS DE L'ÉTUDE DE MARCHÉ

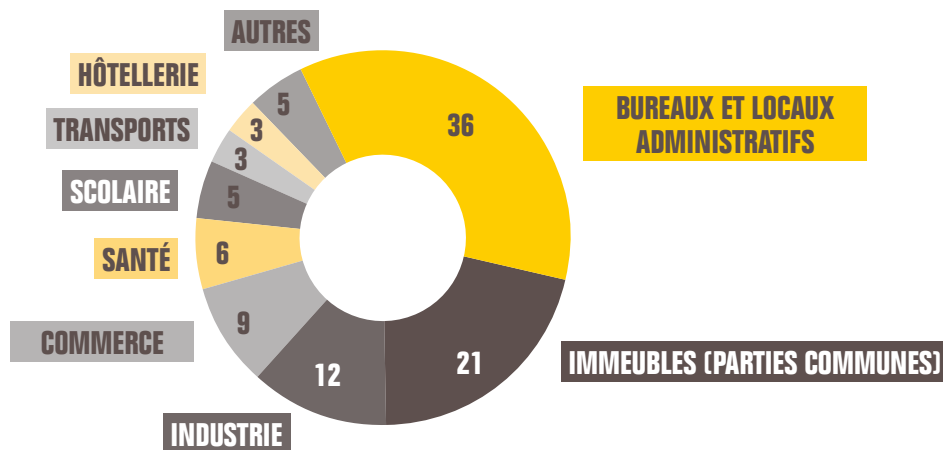
- Depuis l'intégration des micro-entrepreneurs dans les statistiques en 2010, le nombre total d'entreprises a fortement progressé pour atteindre 51 477 entreprises en 2017.
- Le secteur compte 38 000 micro-entrepreneurs et près de 13 000 entreprises qui emploient au moins 1 salarié (ce chiffre est stable depuis plusieurs années) et se répartissent comme suit :
 - > 65 % emploient de 1 à 9 salariés ;
 - > 14 % emploient de 10 à 19 salariés ;
 - > 11 % emploient de 20 à 49 salariés ;
 - > 9,4 % emploient de 50 à 999 salariés ;
 - > 0,6 % emploie plus de 1 000 salariés, soit 41 % des salariés du secteur.
- En 2018, les 50 premières entreprises de la propreté représentent à elles seules 45 % du chiffre d'affaires total du secteur, soit 6,8 milliards d'euros.
- Parmi les micro-entrepreneurs, seulement 8 sur 10 ont généré du chiffre d'affaires en 2018, ne représentant que 2 % du chiffre d'affaires total du secteur, soit 320 millions d'euros.
- Environ 80 % des entreprises françaises externalisent leurs activités de propreté et de services associés à des entreprises spécialisées.
- Le taux de création d'entreprise (tous statuts confondus) est de plus de 35 % en 2019 : il est 2,5 fois plus élevé que la moyenne de l'ensemble des secteurs d'activité, qui est seulement de 14,5 %.
- On compte 433 défaillances d'entreprises en 2017 dans le secteur, ce qui le place dans la moyenne de l'ensemble des secteurs d'activité.

Source : FÉDÉRATION DES ENTREPRISES DE PROPRETÉ. « **Chiffres-clés 2020** ». Des **chiffres régionaux** sont également disponibles en ligne.

Les différents segments d'activité

La répartition du chiffre d'affaires par segment d'activité est assez stable au fil des années. Le tertiaire constitue le principal débouché de la branche, les bureaux représentent toujours environ 40 % du chiffre d'affaires, puis viennent les immeubles, l'industrie, les commerces, et enfin la santé.

RÉPARTITION DU CHIFFRE D'AFFAIRES PAR SEGMENT D'ACTIVITÉ DE NETTOYAGE (EN %), 2018



Source : Fédération des entreprises de propreté (enquête sectorielle 2019).

ÉLÉMENTS DE L'ÉTUDE DE MARCHÉ

Par ailleurs, les entreprises ayant un chiffre d'affaires inférieur à 500 000 euros réalisent une part importante de leur activité (37 %) dans **les parties communes des immeubles**, alors que celles dont le chiffre d'affaires est supérieur ou égal à 20 M€ ne réalisent que 5 % de leur activité sur ce segment.

Dans le même ordre d'idées, **les marchés publics** concernent davantage les grandes entreprises du secteur que les petites. En 2018, les entreprises dont le chiffre d'affaires est supérieur ou égal à 20 M€ réalisent 20 % de leur chiffre d'affaires avec des marchés publics, alors que cela ne représente que 12 % de celui des entreprises dont le chiffre d'affaires est inférieur à 500 000 euros. De plus, la durée moyenne des partenariats observée en 2018 est plus courte avec les contrats publics (3,2 ans) qu'avec les contrats privés (4,7 ans).

Source : FÉDÉRATION DES ENTREPRISES DE PROPRETÉ. « **Chiffres-clés 2020** ». Des **chiffres régionaux** sont également disponibles en ligne.

Pour en savoir plus :

- ➔ Rubrique dédiée aux **marchés publics** sur le site Le Monde de la propreté.
- ➔ Rubrique « **Accéder aux marchés publics** » sur le site de Bpifrance Création.

Selon les analyses menées par l'Insee sur ce secteur :

- Le nettoyage des parties communes d'immeubles constitue en moyenne un débouché plus important pour les petites entreprises de propreté que pour les grandes structures du secteur.
- À l'inverse, l'industrie, les transports et la santé représentent une part plus élevée du chiffre d'affaires pour les grandes entreprises de nettoyage que pour les TPE/PME.
- Il est important de noter que la part du chiffre d'affaires réalisé dans le nettoyage des bureaux est, elle, équivalente selon la taille des entreprises.

Source : INSEE. « **Le secteur du nettoyage** », Insee Première, n° 1690, 05/03/2018.

Créations d'entreprises

Avec un taux de création tous statuts confondus de 35 % en 2019, la création d'entreprise reste très dynamique dans le secteur de la propreté. Ce taux est 2,5 fois plus élevé que la moyenne de l'ensemble des secteurs d'activité. Ce dynamisme s'explique par l'absence de barrière à l'entrée, les faibles moyens nécessaires au démarrage de l'activité, et la croissance continue du secteur.

Les créations d'entreprise se réalisent majoritairement sous le statut de personne physique, en raison notamment des facilités octroyées par le régime de la micro-entreprise.

ÉVOLUTION DU NOMBRE DE CRÉATIONS D'ENTREPRISES DANS LE SECTEUR DE LA PROPRETÉ EN FRANCE, 2015-2019

SECTEUR	2015	2016	2017	2018	2019
81.21Z	8 473	9 533	10 587	12 672	18 383
81.22Z	1 224	1 098	1 139	1 315	1 556

Champ : France, ensemble des entreprises créées dans les secteurs « Nettoyage courant des bâtiments » (81.21Z) et « Autres activités de nettoyage des bâtiments et nettoyage industriel » (81.22Z).

Source : Insee (Sirene).

ÉLÉMENTS DE L'ÉTUDE DE MARCHÉ

DYNAMIQUE DU SECTEUR DE LA PROPRETÉ EN FRANCE

SECTEUR	NOMBRE D'ENTREPRISES AU 31/12/2018	NOMBRE DE CRÉATIONS EN 2019	TAUX DE NOUVELLES ENTREPRISES
81.21Z	52 500	18 383	35,0 %
81.22Z	10 062	1 556	15,5 %
Tous secteurs confondus	5 804 090	815 257	14,0 %

Champ : France, ensemble des entreprises créées dans les secteurs « Nettoyage courant des bâtiments » (81.21Z) et « Autres activités de nettoyage des bâtiments et nettoyage industriel » (81.22Z).

Source : Insee (Sirene).

Les micro-entrepreneurs du secteur du nettoyage

Fin 2019, l'Acosse dénombrait 32 000 micro-entrepreneurs « économiquement actifs » (c'est-à-dire ayant déclaré un chiffre d'affaires) dans les activités de nettoyage en France, ce qui représente une augmentation de 23,6 % par rapport à 2018 où ils n'étaient que 25 900. Ceux-ci représentent 63 % des 53 400 micro-entrepreneurs du secteur « administrativement actifs » fin 2019, à savoir tous les micro-entrepreneurs immatriculés avant ou pendant la période et non radiés au cours de cette période.

Le chiffre d'affaires trimestriel moyen d'un micro-entrepreneur est passé de 3 246 euros fin 2017 à 3 633 euros fin 2018 pour atteindre 3 866 euros au quatrième trimestre 2019. Le chiffre d'affaires global était de 94 millions d'euros en 2018 pour 69 millions d'euros en 2017 ; il devrait être nettement plus élevé en 2019 au vu des résultats du quatrième trimestre (124 millions d'euros contre 32 millions d'euros au même trimestre de 2018). Cette progression est davantage portée par la croissance des effectifs que par celle du chiffre d'affaires moyen.

Sources :

- ACOSSE. « [Les micro-entrepreneurs fin décembre 2019](#) », Acoostat, n° 310, juillet 2020.
- ACOSSE. « [Les micro-entrepreneurs fin décembre 2018](#) », Acoostat, n° 288, juillet 2019.
- FÉDÉRATION DES ENTREPRISES DE PROPRETÉ. « Chiffres-clés 2019 ».

LE SECTEUR DE LA PROPRETÉ EN EUROPE

Selon l'European Cleaning and Facility Services Industry (EFCI), le secteur de la propreté en Europe représentait en 2018 un chiffre d'affaires annuel de 120 milliards d'euros, en croissance de près de 8 % par rapport à celui de 2017, et comptait 4,1 millions de salariés. L'Allemagne emploie un quart des effectifs totaux. Dans l'ensemble des pays européens, le secteur enregistre une hausse de 2 à 5 % du nombre de salariés. La progression la plus forte est observée au Portugal (+ 14 %), en Pologne (+ 14 %) et au Royaume-Uni (+ 22 %).

Le nombre d'entreprises, dont la dernière comptabilisation remonte à 2017, s'établit à 283 506, soit une progression de 2,2 %. Cette hausse est due en particulier à la croissance enregistrée en Allemagne, en Italie et au Royaume-Uni.

La France, l'Allemagne, l'Espagne, l'Italie et le Royaume-Uni génèrent 70 % du chiffre d'affaires du secteur européen et comptent 60 % du nombre total d'entreprises. Dans la plupart des pays, les PME représentent la moitié du volume d'affaires et les entreprises de 50 à 249 salariés pèsent environ 20 % du marché, à l'exception de la France et de l'Espagne où ce sont les plus grandes sociétés qui occupent la place la plus importante.

Source : EFCI. « [The Cleaning Industry in Europe EFCI's report 2020](#) », June 2020.

Évolution du secteur

Jusqu'en 2010, le chiffre d'affaires total de la profession a enregistré, en France, une croissance soutenue de 10 % par an en moyenne, avec un rythme d'embauches le plus élevé de tous les secteurs d'activité. Depuis 2010, la croissance se situe plutôt autour de 5 %. L'effectif salarié du secteur augmente de manière plus conséquente que l'effectif moyen de tous les secteurs confondus, ce qui représente plus de 100 000 emplois nets en dix ans. Il s'agit donc d'un des rares secteurs de services aux entreprises qui, malgré les retournements conjoncturels, a continué de se développer à un rythme soutenu.

ÉVOLUTION DU NOMBRE DE SALARIÉS DANS LE SECTEUR DE LA PROPRETÉ EN FRANCE, 2010-2018

2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
450 019	458 002	467 494	473 889	485 731	493 855	506 343	525 747	541 136

Source : Fédération des entreprises de propreté.

En dehors des faibles barrières à l'entrée et du peu d'investissement au démarrage que l'activité nécessite (pour du nettoyage classique), cette croissance s'explique par le développement de l'externalisation de ce type de prestation. Les clients sont toujours plus nombreux à externaliser leurs services généraux, entraînant ainsi les entreprises spécialisées dans le nettoyage à élargir et à améliorer la gamme des services qu'elles proposent.

Source : FÉDÉRATION DES ENTREPRISES DE PROPRETÉ. « [Chiffres-clés 2020](#) ». Des [chiffres régionaux](#) sont également disponibles en ligne.

Impact de la Covid-19

En 2020, la crise sanitaire et économique liée à la Covid-19 révèle l'indispensable rôle de l'hygiène dans notre vie quotidienne. Le travail de terrain des métiers de la propreté est mis en lumière, mais le secteur est touché au même titre que l'ensemble des secteurs de l'économie. La situation des prestataires varie selon leur clientèle : ceux qui sont spécialisés dans l'événementiel ou l'hôtellerie sont, bien sûr, plus impactés que ceux qui sont en charge de copropriétés.

D'après la FEP, l'activité des sociétés du secteur de la propreté a baissé de moitié au début de la crise. Ce recul s'explique par la fermeture des sites des clients, par des interventions moins fréquentes sur ceux restés ouverts et par la suspension de certains contrats due à la crise sanitaire. Cependant, la demande des bailleurs et des syndicats a été maintenue car les parties communes d'immeubles sont toujours fréquentées. Elles ont dû être nettoyées régulièrement par respect des mesures sanitaires. L'industrie a maintenu, elle aussi mais dans une moindre mesure, les prestations de nettoyage de ses locaux.

Au début de la crise, les sociétés de propreté ont dû recourir largement à l'activité partielle, leur activité ne se prêtant pas au télétravail. Mais, dès l'annonce du déconfinement, elles ont pu profiter d'un pic de demandes de désinfection de locaux et de nettoyage d'installations fermées depuis près de deux mois.

La pandémie a également complexifié les opérations des agents de propreté en les soumettant à des processus plus contraignants (habillement, déshabillage, etc.). Parfois, leurs employeurs ont eu des difficultés à leur procurer les équipements nécessaires de protection individuelle (EPI) (masques, combinaisons, etc.), mais les entreprises ont tout mis en œuvre pour assurer la sécurité de leurs effectifs.

ÉLÉMENTS DE L'ÉTUDE DE MARCHÉ

en instaurant un vrai dialogue avec les clients afin de respecter les protocoles de sécurité sanitaire. Les petites entreprises (TPE et PME), en mutualisant leurs ressources, ont réussi à limiter les problèmes de main-d'œuvre. Quant aux leaders, ils ont réaffecté des agents habituellement employés sur des sites ayant fermé durant la crise à des clients ayant de forts besoins.

De nombreux segments de clientèle ont drastiquement réduit leurs commandes de prestations de nettoyage – lors des confinements de mars-avril et novembre-décembre 2020 et après : commerces, cafés, hôtels, restaurants, bureaux et administrations, établissements scolaires... L'exemple des hôtels est singulier car, au moment de l'écriture de ce dossier Projecteurs, nombre d'entre eux n'ont toujours pas réouvert leurs portes ; et ceux qui ont réouvert ont un taux d'occupation très faible. Dans le même temps, les prestations attendues pour le nettoyage des chambres sont beaucoup plus contraignantes.

Pour accompagner les entreprises de propreté durant la crise sanitaire et les aider à poursuivre leur activité, la FEP a élaboré une boîte à outils pour les professionnels et a réalisé avec le CTIP Propreté un guide de bonnes pratiques reprenant les recommandations du gouvernement : « **Guide pratique Covid-19 : continuité de l'activité de propreté et mesures de prévention** ».

Les premiers impacts de la crise de la Covid-19 sur l'activité ont été évalués par la FEP dans deux enquêtes réalisées auprès de 686 entreprises du secteur (TPE, PME et groupes). La **première étude** a été réalisée entre le 27 mars et le 15 avril 2020 et la **deuxième** du 29 mai au 30 juin 2020. Il en ressort que les impacts ont été d'ordre économique, social et financier, et surtout que la prise en charge de demandes spécifiques par certaines entreprises n'a pas compensé leur perte d'activité :

- 69 % des répondants ont eu des demandes de suspension de contrat, en majorité pour « cas de force majeure ». En effet, 9 entreprises du secteur sur 10 ont eu recours à l'activité partielle.
- 4 entreprises sur 5 ont été amenées à prendre en charge des coûts supplémentaires durant la crise (achat de matériel de protection, produits, désinfectants), qui ont représenté en moyenne une hausse des coûts de 19 %.
- En mars-avril, la perte moyenne de chiffre d'affaires était de 51 %, principalement causée par la fermeture de nombreux locaux et l'arrêt des activités. Cette perte s'explique également par une baisse de fréquence d'intervention sur les sites restés ouverts ou ceux dont la reprise se fait très progressivement depuis le déconfinement de mai ; en juin, avec le déconfinement progressif, la baisse enregistrée n'était que de 36 %.
- La baisse des prestations effectuées dans le secteur tertiaire n'était plus que de 38 % en juin alors qu'elle était de 61 % en mars-avril. Les entreprises qui interviennent principalement dans l'hôtellerie, la restauration et les commerces en général sont les plus touchées.
- 80 % des entreprises ont déclaré en avril-mai 2020 avoir des difficultés financières ou redouter en avoir et 5 % estiment que leur entreprise ne résistera pas à la crise.

Sources :

- AFIMIN. « **Guide d'hygiène** », 07/05/2020 (recensement des bonnes pratiques et conseils à l'usage des professionnels).
- PARIS-MATCH. « **Le grand rush des sociétés de nettoyage** », article publié le 29/05/2020.
- Le ministère du Travail met à disposition des fiches-conseils dont, par exemple, celle-ci pour le secteur du nettoyage : « **Entretien des locaux de travail par un prestataire extérieur (hors secteur sanitaire) : quelles précautions prendre contre le COVID-19 ?** ». Destinées aux employeurs, responsables de la santé et de la sécurité de leurs salariés, elles sont également utiles à tous les travailleurs pour se protéger des risques de contamination à la Covid-19.

Tendances de positionnement et évolution des pratiques

Spécialisation et ciblage sectoriel

Certaines entreprises de nettoyage orientent tout ou partie de leur activité vers un seul domaine qui nécessite des savoir-faire et des moyens spécifiques. De la sorte, elles peuvent travailler aussi bien en direct qu'en sous-traitance avec les grands groupes de propreté, à qui elles apportent, par leurs prestations spécialisées, des services complémentaires, leur permettant ainsi d'étendre leurs gammes de services, notamment dans le cadre d'une réponse à une commande publique.

Voici un rapide tour d'horizon des secteurs qui requièrent des interventions spécialisées et externalisent fréquemment leurs prestations de nettoyage (dans le cadre d'une sous-traitance, cette spécialisation est exigée par les grands groupes) :

- **Les parties communes des immeubles**

Dans cet environnement, la gestion de la propreté et des services associés est souvent confiée à un concierge ou à un gardien. Mais leur rôle a beaucoup évolué : entre 1998 et 2008, 2 000 postes ont disparu en région parisienne, là où la profession de concierge est la plus représentée à l'échelle du territoire. Selon les cas, les gardiens ou les concierges peuvent s'occuper eux-mêmes des prestations de propreté et des services associés, ou bien coordonner des sous-traitants.

Cet environnement constitue un débouché pour les petites entreprises et les indépendants notamment. Leur prestation comprend le nettoyage des parties communes comme les halls d'entrée, les escaliers et les ascenseurs, les sous-sols, etc.

- **Les établissements de santé (hôpitaux, cliniques, Ehpad)**

Entre la réforme de l'hôpital, les accords du Ségur de la santé et la crise de la Covid-19, les établissements de santé sont en pleine évolution. Ils externalisent de plus en plus fréquemment leurs prestations de nettoyage, car ils se concentrent sur leur cœur de métier : le soin.

Ces marchés sont obtenus majoritairement par des grandes entreprises du secteur. Pour preuve, le segment de la santé représente 10 % du chiffre d'affaires des entreprises qui réalisent plus de 20 M€ de chiffre d'affaires, et seulement 2 % pour celles ayant un chiffre d'affaires inférieur à 500 000 €.

Pour ces marchés, les entreprises de nettoyage ont tendance à offrir des prestations de type hôtelières. Elles proposent de plus en plus souvent d'accompagner les établissements dans le service des repas et des collations, d'assurer la propreté des parties communes, le bio-nettoyage des chambres et des blocs avec des protocoles adaptés aux types de locaux, la maintenance multitechnique, la conciergerie...

Une autre tendance technologique consiste à déployer de nouvelles solutions de traçabilité. Il peut s'agir, par exemple, d'apposer une tablette tactile destinée aux agents sur les chariots de nettoyage. Celle-ci, reliée aux admissions, aux services techniques et aux services de soins, permet une intervention rapide des agents de nettoyage dès la libération des chambres ou des boxes, fluidifie les échanges d'informations entre les équipes et favorise une meilleure gestion des imprévus.

Ces solutions présentent également un intérêt en matière de gestion des plannings, de contrôle qualité (traçage de tout ce qui se passe dans la chambre ou le box d'un patient) et facilite l'apprentissage des agents – par *e-learning* – lors de la mise en place de nouvelles méthodes de travail.

ÉLÉMENTS DE L'ÉTUDE DE MARCHÉ

• La grande distribution

La propreté est un critère important pour les clients des grandes surfaces. Du parking aux rayonnages, des sanitaires aux caisses, la propreté est un signe de différenciation entre les chaînes de magasins. Les équipes de nettoyage sont tenues de collaborer avec les équipes de l'enseigne pour coordonner les actions à mener avant l'ouverture du magasin.

Les décisions d'achat de prestation de nettoyage dans le secteur se font le plus souvent au niveau national : ce sont donc les grands groupes de la propreté qui se portent candidats pour ces marchés. Les cahiers des charges sont très denses et les marges très serrées.

• Les travaux de nettoyage sur cordes à grande hauteur

Ces prestations comprennent évidemment les vitres, mais peuvent également concerner les travaux de démoussage des toits, le nettoyage des façades, des bardages, des charpentes...

• L'hôtellerie de tourisme, les locations saisonnières, les bars et les restaurants

Dans les cafés/hôtels/restaurants (CHR), l'exigence en matière de propreté rend l'externalisation difficile. Les professionnels veulent des prestations régulières, de la réactivité et de l'adaptabilité à un prix attractif. Et, avec la multiplication des sites de notation et d'avis de clients, les CHR sont obligés de maintenir un niveau optimal de propreté pour avoir une bonne réputation et développer leur clientèle.

En plus de cette contrainte de notation, les métiers de l'hébergement touristique saisonnier doivent pouvoir adapter leurs effectifs aux besoins de l'activité : cela relève souvent du défi en matière de recrutement. C'est pourquoi le secteur se tourne souvent vers les professionnels de la propreté pour assurer les prestations de nettoyage.

Les PME locales ont leur carte à jouer sur ce terrain. En effet, elles sont fortement ancrées dans le tissu économique régional, bénéficient de la proximité et de la souplesse d'organisation nécessaire pour répondre aux problématiques de ce secteur. Il faut gérer les pics d'activité, trouver et former les effectifs pour atteindre le niveau de qualité attendu.

Des activités complémentaires au nettoyage peuvent être proposées, comme la remise des clés aux touristes, la prise en charge de l'état des lieux, la location de draps, le changement d'ampoules... Cette niche de marché semble dégager des marges correctes pour l'entreprise si elle a une organisation optimale et un personnel suffisant, fiable et compétent.

Sources :

- LES ÉCHOS. « **Les travaux en hauteur enregistrent une envolée record** », article publié le 16/05/2018.
- MSI. « **Marché des services de propreté et services associés en France** », étude publiée en septembre 2019.
- SERVICES. « **Locations de vacances : une place au soleil pour les PME** », article publié le 21/10/2018.
- SERVICES. « **Quel potentiel pour la propreté dans le secteur du tourisme ?** », article publié dans le numéro de septembre 2018.
- SERVICES. « **Innover pour accompagner la transformation de l'hôpital** », article publié dans le numéro d'avril 2018.
- SERVICES. « **Grande distribution : une organisation complexe** », article publié dans le numéro de novembre 2017.

Des prestations haut de gamme

Dans une stratégie de recentrage sur leur cœur de métier, de nombreux acteurs du secteur du luxe confient l'entretien de leurs locaux à des prestataires extérieurs. Pour répondre à leur niveau d'exigence, certaines entreprises se spécialisent dans les prestations d'excellence, proposant une offre haut de gamme en complément d'une offre plus classique.

En effet, les standards habituels de propreté des locaux du tertiaire ne sont pas suffisants. Pour ce segment de marché, leur mantra est : « Il faut que ça brille ! » Le professionnel qui s'engage dans cette voie doit être conscient qu'il devra anticiper les attentes de son commanditaire, garantir une propreté irréprochable, avec un souci du détail, pour créer chez le client final l'émotion et le fameux effet « Waouh ! ».

ÉLÉMENTS DE L'ÉTUDE DE MARCHÉ

Afin de répondre à ce haut niveau d'exigences, les qualités indispensables à développer sont l'adaptation, la réactivité et la disponibilité. Ces prestations sont le plus souvent personnalisées et nécessitent d'importants moyens : formation et rémunération du personnel, protocoles de nettoyage exigeants, disponibilité...

Elles concernent plusieurs types de locaux :

- L'hôtellerie de luxe, où les prestations doivent être effectuées 7 jours sur 7 et demandent donc une grande disponibilité des salariés et des managers.
- Le tertiaire haut de gamme (avec des demandes de prestations quasi équivalentes à celles de l'hôtellerie de luxe), certains bureaux de banques privées, de commissaires-priseurs, de patrons de grands groupes...
- Le secteur des yachts de luxe, avec des prestations très particulières en raison de l'exigüité des lieux et des matériaux précieux à entretenir sur le bateau, souvent en présence de l'équipage.
- Les *showrooms* de prestige et les boutiques de luxe.

Source : SERVICES. « **Des prestations d'excellence pour un secteur haut de gamme** », article publié dans le numéro de juin 2017.

Le marché français du *Facility management*

Le *Facility management* (FM) est un mode d'organisation des services généraux d'une entreprise, d'une administration... consistant à déléguer le pilotage de plusieurs services à un prestataire qui en est le responsable unique et l'interlocuteur du donneur d'ordre. Des entreprises de nettoyage peuvent jouer ce rôle si elles offrent des services associés à leurs prestations de propreté.

Leur périmètre d'intervention peut couvrir l'ensemble des services nécessaires au fonctionnement d'une entité, soit :

- l'entretien des bâtiments ;
- l'accueil ;
- la gestion du courrier ;
- la restauration ;
- l'achat des fournitures ;
- la gestion de l'immobilier ;
- la gestion du mobilier, etc.

Ces services, dits « services généraux » quand ils sont réalisés en interne, sont appelés « *Facility management* » lorsqu'ils sont externalisés.

D'après le cabinet d'études Xerfi, le chiffre d'affaires du *Facility management* a progressé de 4,5 % en 2018 pour atteindre 37 milliards d'euros. La croissance du marché devrait s'accélérer (+ 5 % par an, en moyenne, ces quatre prochaines années) si l'offre commerciale est clarifiée et augmentée de nouvelles prestations grâce, notamment, au numérique.

Les bouquets de services peuvent aussi s'apparenter à de la conciergerie, surtout lorsque ces services sont personnalisés, flexibles et adaptés à chaque client. Il s'agit alors d'une offre proposée par exemple par une entreprise à ses salariés qui dépasse le seul cadre du bureau.

Sources :

- WORKPLACE. « **Le Facility Management vers de nouveaux services** », article publié le 17/03/2019.
- XERFI. « **Les défis du Facility management face à la crise** », étude publiée le 17/09/2020.

Pour en savoir plus :

- ➔ WORKPLACE. « **Le Facility manager du futur, un créateur de communautés** », livre blanc publié le 21/11/2019.

ÉLÉMENTS DE L'ÉTUDE DE MARCHÉ

Diversification des activités traditionnelles de nettoyage

Outre les entreprises de *Facility management*, segment pour lequel le ticket d'entrée est important en matière d'investissement matériel et humain et où des acteurs majeurs sont déjà bien implantés, les entreprises de nettoyage élargissent leur offre de services vers des prestations à plus forte valeur ajoutée. C'est pour elles un moyen d'accroître leur chiffre d'affaires avec des activités qui présentent des marges plus confortables que l'entretien courant des locaux. Il peut s'agir de :

- **la réalisation de travaux exceptionnels ou de prestations ponctuelles** comme la remise en état, le traitement spécifique des sols, le balayage des sols extérieurs, la vitrerie en hauteur, le débarras des encombrants, le nettoyage de fin de chantier, la propreté des véhicules, *etc.* ;
- **la diversification, en proposant quelques services associés** qui contribuent à améliorer l'apparence des locaux de l'entreprise (travaux de peinture, plomberie, électricité, menuiserie, dératisation, gestion des déchets...) ou le confort de leurs occupants (conciergerie d'entreprise, accueil des visiteurs, distribution du courrier...).

Pour mener à bien ces contrats, les entreprises de propreté ont tout intérêt à y dédier des équipes spécialisées (souvent en binôme), parfois même un pôle à part entière.

Source : LE NOUVEL ÉCONOMISTE. « [La propreté, services compris](#) », article publié le 17/10/2019.

La digitalisation dans la propreté

Contrairement à d'autres secteurs, la transition numérique dans le domaine de la propreté et des services associés a, jusqu'à présent, un impact modéré, en raison de la nature de l'activité : la substitution massive des hommes par les machines autonomes n'est pas envisageable à court ni, probablement, à moyen terme. Cependant, des évolutions importantes sont en cours et s'accroissent, notamment dans la relation avec le client et la gestion du *back-office*.

La mobilité connectée, avec l'essor de plates-formes de gestion interne

Les entreprises de propreté fournissent à une majorité de leurs collaborateurs des outils de type tablettes ou smartphones qui facilitent et accélèrent la circulation des données pour le télépointage, les contrôles de qualité en ligne, la géolocalisation des salariés et des équipements, *etc.*

Les innovations technologiques avec les bâtiments connectés et l'Internet des objets

L'Internet des objets (*Internet of Things* ou « IoT ») est l'interconnexion entre Internet et des objets, des lieux et des environnements physiques. Par exemple, un capteur connecté qui mesure le niveau de savon liquide dans un distributeur et envoie une alerte *via* un service Internet quand la jauge passe sous un seuil minimal pour venir le remplir ; ou encore, un capteur connecté qui vérifie le niveau de remplissage d'une poubelle dans un lieu public.

Les bâtiments intelligents permettront de développer des services de propreté sur mesure, rationalisés, au plus près des usages réels des utilisateurs. Cette innovation est d'autant plus importante dans un contexte de nomadisme croissant des activités (télétravail, espaces de *coworking*, *flex office*, réunions virtuelles, *etc.*) qui remet en cause le principe d'un nettoyage systématique et récurrent des locaux en l'adaptant à la détection automatique de l'utilisation des lieux par exemple.

La robotisation

Pour les robots de nettoyage (balayeuses-laveuses autonomes, aspirateurs autonomes, *etc.*), les obstacles ou les imprévus sont des sources de blocage. Ils sont donc d'abord utilisés dans des espaces vastes et dégagés comme les entrepôts, les gares, les aéroports ou les couloirs de métro. Leur usage devrait se développer pour des opérations spécifiques, tels que le lavage des vitres, des canalisations ou des espaces à risque comme les centrales nucléaires.

ÉLÉMENTS DE L'ÉTUDE DE MARCHÉ

L'autre versant de la robotisation est l'emploi. En effet, l'intervention de l'homme vient en complément de celle du robot, pour en assurer le contrôle et la maintenance, pour les finitions et les missions délicates. Ces missions, considérées comme « valorisantes », pourraient attirer des employés plus jeunes, raison pour laquelle les professionnels considèrent la robotisation comme un enjeu d'attractivité de la main-d'œuvre. En effet, la population active du secteur est relativement âgée :

- l'âge médian des salariés est de 45 ans ;
- 31,7 % des salariés appartiennent à la tranche d'âge 45-54 ans, contre 25,7 % des salariés en moyenne, tous secteurs confondus.

Sources :

- FÉDÉRATION DES ENTREPRISES DE PROPRETÉ. « **Chiffres-clés 2020** ». Des **chiffres régionaux** sont également disponibles en ligne.
- LE MONDE DE LA PROPRETÉ. « **La transition numérique dans le secteur de la propreté** », document de synthèse publié en septembre 2018.
- LE NOUVEL ÉCONOMISTE. « **Une touche de digital dans la propreté** », article publié le 21/06/2018.
- LES ÉCHOS. « **Propreté : les robots commencent à investir l'espace** », article mis à jour le 16/10/2018.

Une utilisation de produits de nettoyage de plus en plus écologiques

L'utilisation de produits écologiques par les sociétés de nettoyage se généralise. Cette pratique protège la santé des agents de nettoyage, qui inhalent moins de substances nocives, mais aussi celle des collaborateurs de l'entreprise cliente.

La démarche est perçue par le personnel comme une marque de respect et une amélioration de leurs conditions de travail : elle fait diminuer les risques d'allergies, de maladies professionnelles et renforce la motivation des agents.

L'utilisation de ces produits permet également de limiter la pollution de l'air dans les locaux – les produits ménagers sont la deuxième source de pollution de l'air intérieur.

Pour en savoir plus :

- ➔ CLEANY. « **Pourquoi est-il urgent de passer aux produits de nettoyage écologiques ?** », article publié le 25/09/2019.

Clientèle

Les Français et la propreté

De nombreux sondages sont effectués à l'initiative de grandes entreprises du secteur sur la perception et les attentes des Français en matière de propreté dans diverses situations.

En 2016, l'institut BVA a effectué un sondage qui annonçait déjà l'importance de la propreté pour les Français. Plus de 90 % des sondés estimaient que l'impact de la propreté sur les salariés touche principalement au bien-être, à la santé, à l'humeur, à la motivation.

En 2018, l'institut Ipsos a interrogé les Français pour l'entreprise Onet sur la notion de propreté :

- 8 sur 10 ont déclaré qu'ils « *avaient déjà renoncé à une activité ou à fréquenter certains lieux de leur quotidien (restaurants, hôtels, boutiques...) par manque d'hygiène et de propreté* ».
- Un volet de l'étude porte sur le lieu de travail, « *où la propreté se révèle être une véritable source de bien-être et un réel levier de performance. En effet, 94 % des salariés français considèrent que l'hygiène et la propreté permettent de maintenir une bonne ambiance au bureau et 93 % se sentent même plus motivés quand les espaces communs sont propres et bien rangés.* »

ÉLÉMENTS DE L'ÉTUDE DE MARCHÉ

- En revanche, l'absence de propreté « *constitue une source de conflit pour 1 salarié sur 2, résultat exacerbé en flex office où la proportion de salariés ayant connu des conflits [à ce sujet] s'élève à 62 %* ».

L'enquête réalisée en juin 2020 par l'Institut BVA pour la FEP a pu mesurer l'impact de la propreté auprès des Français et leur vision du secteur de la propreté. Elle permet de mieux connaître l'évolution des attentes de notre société dans son rapport à la propreté et à l'hygiène, en particulier dans les lieux de vie et de travail du quotidien.

Durant la crise de la Covid-19, les entreprises sont intervenues et continuent de le faire chaque jour dans des lieux susceptibles d'être des foyers de propagation du virus, en particulier dans la santé (hôpitaux, cliniques, Ehpad, etc.), les transports (métro, gares, trains), la distribution et les commerces, les parties communes d'immeuble, l'industrie ou les institutions (ministères, collectivités, etc.).

Cette crise a été un révélateur :

- 84 % des Français reconnaissent le rôle décisif de la propreté dans la lutte efficace contre la propagation du virus, révélant une prise de conscience quant à l'importance de l'hygiène qui amène 99 % des personnes interrogées à considérer les métiers de la propreté comme indispensables dans les lieux accueillant du public.
- 9 Français sur 10 estiment que la propreté préserve la santé et la sécurité des citoyens.
- Avec la crise sanitaire, 2 Français sur 3 considèrent que leur exigence en la matière a augmenté en particulier dans les transports, les commerces, les établissements de santé, les écoles et crèches.
- 87 % des actifs estiment que la propreté et l'hygiène vont devenir des critères déterminants pour assurer leur santé et leur sécurité.

Les résultats de cette enquête démontrent la place importante du secteur de la propreté, qui constitue un maillon clé dans la lutte active contre la propagation du virus mais aussi dans la reprise d'activité pour l'ensemble du monde économique et social.

Sources :

- BVA pour LA FEP. « **Les Français et la propreté dans le contexte post Covid-19** », sondage réalisé en juin 2020.
- BVA pour LE MONDE DE LA PROPRETÉ. « **Les Français et la propreté** », sondage réalisé en novembre 2016.
- IPSOS. « **La propreté : un enjeu fondamental pour les Français** », actualité publiée le 15/10/2018.
- ONET. « **La propreté dans le quotidien des salariés français : zoom sur les relations avec les agents d'entretien** », actualité publiée le 20/02/2020.
- WORKPLACE MAGAZINE. « **93 % des salariés se sentent plus motivés dans des espaces communs propres** », article publié le 15/11/2018.

Quels sont les donneurs d'ordre des sociétés de propreté ?

Il existe deux types de donneurs d'ordre dans le secteur de la propreté :

- Les clients qui veulent des prix bas et une qualité optimale. Ce sont les plus nombreux.
- Les clients qui sont prêts à payer plus cher pour avoir des prestations de qualité. Ils sont minoritaires et souvent engagés dans une démarche de développement durable.

Le donneur d'ordre dispose essentiellement de trois types de prestataire pour la réalisation de ses prestations de propreté :

- S'il décide d'externaliser l'ensemble des tâches liées aux services généraux, il passera par un *Facility manager*. Celui-ci fera un appel d'offres pour chaque tâche externalisée ou en réalisera un certain nombre lui-même. Il peut s'agir de la propreté, de la restauration, du courrier... À ce jour, ce mode d'achat n'est pas encore très développé en France. Les prestations de *Facility management* sont pertinentes pour les grandes entreprises.

ÉLÉMENTS DE L'ÉTUDE DE MARCHÉ

- Il peut également faire appel à un groupement d'entreprises. Celles-ci peuvent être spécialisées par métier, par secteur, par compétence ou par région et se regrouper afin de répondre à un appel d'offres global (notamment dans le cadre de marchés publics), ce qu'elles ne pourraient faire de façon isolée.
- Il a la possibilité, de façon plus traditionnelle, de passer un contrat directement avec une ou plusieurs entreprises de propreté.

Il est impératif, pour les entreprises de propreté, de démarcher les services généraux des établissements visés. Par ailleurs, il peut être intéressant d'identifier les entreprises qui ont l'intention de déménager et qui vont sans doute changer de prestataires de services.

Il faut également créer une relation humaine resserrée sur le terrain avec ses clients, à la fois avec le service qui gère les moyens généraux, mais aussi avec les salariés qui bénéficient en premier lieu de ces prestations de nettoyage.

Sources :

- INSEE. « **Le secteur du nettoyage** », Insee Première, n° 1690, 05/03/2018.
- MSI. « **Marché des services de propreté et services associés en France** », étude publiée en septembre 2019.

Les attentes des clients

Dans le document de synthèse sur la transition numérique dans le secteur de la propreté, Le Monde de la propreté consacre un chapitre aux attentes des clients concernant le déploiement des nouveaux outils technologiques et de télécommunication. Cette transition pour les entreprises de propreté et les services associés a jusqu'à présent un impact modéré, en raison notamment de la nature de cette activité de services. L'hypothèse d'une « disruption » complète du cœur de métier, par la substitution massive des hommes par les machines autonomes, ne semble pas envisageable à court et probablement moyen terme, mais des évolutions importantes sont en cours et s'accroissent. En résumé, voici les attentes des clients recueillies en 2018 :

- **Traçabilité et transparence** avec la production de tableaux de bord et d'indicateurs divers pour justifier l'activité des prestataires.
- **Exigence de réactivité**, car les outils de télécommunication et de transmission d'information en temps réel accroissent l'impératif de réactivité des prestataires.
- **Optimisation des plannings des prestataires** en fonction des priorités des clients ; la capacité à organiser le travail et à manager devient un critère de sélection des prestataires.
- **Proactivité des prestataires**, en anticipant les besoins des usagers et en proposant des services sur mesure.

Le degré d'exigence concernant ces attentes varie selon le type d'entreprise :

- Les clients « grands comptes » (sièges sociaux et réseaux d'antennes) ont une demande forte en matière de qualité et de satisfaction des usagers.
- Les entreprises de taille intermédiaire, qui génèrent un chiffre d'affaires de 15 à 20 k€ par an, recherchent plutôt une relation étroite avec le prestataire.
- Les clients plus modestes, qui génèrent un chiffre d'affaires de 10 à 15 k€ par an, ont un besoin plus classique : parfaite exécution des prestations au meilleur prix.

Source : LE MONDE DE LA PROPRETÉ. « **La transition numérique dans le secteur de la propreté** », document de synthèse publié en septembre 2018.

ÉLÉMENTS DE L'ÉTUDE DE MARCHÉ

AUTRES SOURCES D'INFORMATION POUR UNE ÉTUDE DE MARCHÉ LOCALE OU RÉGIONALE

- La mairie, les organismes consulaires (Chambre de commerce et d'industrie – CCI – et Chambre de métiers et de l'artisanat – CMA), les données de l'**Outil d'aide au diagnostic d'implantation** (Odil) de l'Insee et les sociétés de géomarketing apportent des informations sur la population.
- Le site de la **Direction générale des finances publiques** (DGFIP) du ministère de l'Action et des Comptes publics permet d'accéder aux seuils d'imposition par commune.
- La consommation des ménages est analysée par l'Insee grâce aux **indices de disparité des dépenses de consommation** (IDC).
- Les antennes départementales des fédérations professionnelles (voir la rubrique « **Contacts et sources d'information** » en partie 7) et la Fédération des centres de gestion agréés (FCGA) qui présente aussi **ses ratios par région**.
- La **base de données publiques** en *open data*.
- Pour les créateurs franciliens ou de passage à Paris, le **pôle Prisme de la Bibliothèque nationale de France** (BNF) permet l'accès – physique uniquement – à des études de marché couvrant l'ensemble des secteurs de l'industrie, du commerce, des services et de l'artisanat en France et dans de nombreux pays étrangers, voire au niveau mondial.

Concurrence et principales entreprises

Un **classement des 70 premières entreprises de propreté**, actualisé annuellement, est disponible sur le site du magazine *Services*. En 2018, la croissance moyenne du chiffre d'affaires de ces 70 entreprises était de + 6,1 %, légèrement inférieure à celle de 2017 qui était de + 6,7 %.

Les principaux opérateurs intervenant dans le nettoyage

L'Insee, dans son étude publiée en 2018 portant sur le marché en 2015 (il n'existe pas de publication plus récente à ce jour), distingue trois grands modèles de groupe :

- Les groupes très spécialisés dans le nettoyage, qui réalisent plus de 90 % de leur chiffre d'affaires total dans cette activité.
- Les groupes diversifiés, pour lesquels le nettoyage représente entre 50 et 90 % de leur chiffre d'affaires. Ces groupes s'inscrivent dans une logique de *Facility management*.
- Les groupes d'autres secteurs, qui ont une activité minoritaire dans le nettoyage et sont, en général, davantage présents sur les marchés de la restauration collective.

Les 22 plus grandes entreprises du secteur interviennent sur l'ensemble du territoire national. Elles disposent d'une gamme élargie de prestations de propreté et sont capables de répondre aux appels d'offres des clients « grands comptes », quelle que soit leur activité (tertiaire, transport, industrie, secteur public, etc.). Elles font appel à des sous-traitants, mais aussi à de petites structures indépendantes du secteur de la propreté.

Six de ces grandes entreprises spécialisées dans le nettoyage sont actives à l'international : 15 % de leurs ventes étaient réalisées à l'étranger en 2015. Pour les 16 autres, le nettoyage est une activité secondaire, leur activité principale étant notamment le traitement des déchets, la restauration collective ou la construction. En général, ces grandes structures sont moins spécialisées dans le nettoyage que les entreprises de taille plus petite. Les petites et très petites structures interviennent, elles, plutôt au niveau local.

Source : INSEE. « **Le secteur du nettoyage** », *Insee Première*, n° 1690, 05/03/2018.

ÉLÉMENTS DE L'ÉTUDE DE MARCHÉ

La franchise

D'avantage développée sur le marché des particuliers, la franchise peine à se développer dans la propreté à destination des professionnels. Quelques entreprises de propreté s'y sont essayées avec des résultats contrastés.

Voici les principales caractéristiques des réseaux de franchises présents sur le marché de la propreté en France.

LES PRINCIPAUX RÉSEAUX DE FRANCHISE ET LEURS CARACTÉRISTIQUES

	PLANÈTE GARDIENS	EPS FRANCE	ASR NETTOYAGE	CHEM-DRY FRANCE
Apport (k€)	15	15	10	9
Investissement global (k€)	50	45	29,7	35,6
Droit d'entrée (k€)	6	15	15	15
Redevance	4,5 % du CA HT	5 % du CA HT	4 % du CA HT	350 €
CA moyen après 2 ans (k€)	350	300	600	120
Nombre d'implantations	5 dont 3 succursales, 2 franchises	7 dont 4 succursales, 3 franchises	9	8

Source : [Observatoire de la franchise](#) (septembre 2020).

Pour en savoir plus :

- ➔ Les sites de Bpifrance Création et de la Fédération française de la franchise mettent à la disposition des porteurs de projet un [guide méthodologique](#) pour accompagner étape par étape le créateur d'entreprise en franchise.
- ➔ SERVICES. « [La franchise est-elle adaptée à la propreté ?](#) », article publié le 18/02/2019.

4.

MOYENS POUR DÉMARRER L'ACTIVITÉ

MOYENS POUR DÉMARRER L'ACTIVITÉ

Ressources humaines

D'après la FEP, la propreté représente à elle seule plus d'1 emploi sur 35 du secteur marchand en France. L'emploi dans le secteur, en progression constante depuis 2008, a augmenté de plus de 20 % en 10 ans, ce qui représente près de 100 000 emplois supplémentaires (une croissance qui reste depuis 10 ans très supérieure à celle de la moyenne de tous les secteurs confondus).

En 2018, plus de 541 000 emplois salariés étaient recensés dans la branche contre près de 526 000 en 2017, soit un taux de croissance d'environ 2,9 %. Ces emplois se situent pour un tiers en Île-de-France, puis en région Auvergne-Rhône-Alpes pour 11 % des salariés nationaux. Cette répartition évolue peu car elle est fortement liée à la répartition structurelle de l'activité économique sur le territoire français.

Source : FÉDÉRATION DES ENTREPRISES DE PROPRETÉ. « [Chiffres-clés 2020](#) ». Des [chiffres régionaux](#) sont également disponibles en ligne.

Pour en savoir plus :

- DARES. « [Les métiers du nettoyage : quels types d'emploi, quelles conditions de travail ?](#) », Dares analyses, n° 043, septembre 2019. Cette étude porte sur une population plus large que les entreprises de propreté en BtoB, incluant de nombreux salariés qui opèrent auprès de particuliers. Les profils étudiés sont des nettoyeurs, employés d'étage, agents de service, concierges, aides à domicile, employés de maison, ouvriers non qualifiés de l'assainissement et du traitement des déchets... Cela représente au total, 1,8 million de personnes, soit 8 % des salariés de la France métropolitaine.

Les métiers de la propreté

Le secteur propose une grande diversité de métiers. Le site itineraire-proprete.com met à disposition des professionnels des fiches sur ces métiers ; elles en détaillent les activités principales et complémentaires, les diplômes requis ou attendus et les évolutions possibles dans la profession. Elles sont classées selon les segments suivants :

- tertiaire (agent d'entretien, laveur de vitres, agent machiniste...) ;
- spécifique (agent en milieu médical et paramédical, agent en agroalimentaire, agent en ultra-propreté) ;
- diversifié (agent en espaces verts, agent en petite maintenance du bâtiment) ;
- encadrement intermédiaire (chef d'équipe, chef de site, responsable de secteur) ;
- direction et transversal ([animateur QSDD](#), chef d'agence, commercial).

MOYENS POUR DÉMARRER L'ACTIVITÉ

Forte intensité de main-d'œuvre

Gérer une entreprise de nettoyage, c'est avant tout gérer du personnel et se confronter à beaucoup de difficultés, à commencer, par le recrutement : les jeunes ont une image négative de la profession et le personnel qualifié est rare, malgré les formations mises en place par la profession (voir la rubrique « **Formation initiale et continue** » plus loin dans cette partie). L'apprentissage et les conventions avec les entreprises d'insertion sont d'ailleurs valorisés dans la profession.

Outre les 90 % d'agents de service, les entreprises de propreté emploient, en 2018, 7 % de cadres intermédiaires chargés d'encadrer l'exploitation, 2 % de personnel administratif et 1 % de cadres.

La majorité des salariés sont des femmes

Les femmes sont majoritaires dans les catégories d'agents de service, d'employés et de maîtrise administrative. La parité est atteinte pour les postes de chef d'équipe et de maîtrise d'exploitation, alors que les cadres sont en majorité des hommes.

RÉPARTITION HOMMES/FEMMES DANS LES ENTREPRISES DE PROPRETÉ EN FRANCE SELON LEUR NIVEAU DE CLASSIFICATION PROFESSIONNELLE, 2018

EN %	AGENTS DE SERVICE	EMPLOYÉS	CHEFS D'ÉQUIPE	MAÎTRISE D'EXPLOITATION	MAÎTRISE ADMINISTRATIVE	CADRES
Hommes	29	90	50	54	7	65
Femmes	71	10	50	46	93	35

Source : Le Monde de la propreté (enquête sectorielle 2019).

L'âge médian des salariés du secteur est de 45 ans

Seulement 8 % des salariés ont moins de 26 ans, une part qui baisse depuis 2013, où cette population représentait près de 10 % des salariés. À l'inverse, 20 % des salariés ont plus de 55 ans alors que, tous secteurs d'activité confondus, seulement 15 % des salariés appartiennent à cette tranche d'âge.

Une forte proportion de salariés étrangers

Dans le secteur de la propreté en France, une proportion importante de salariés est de nationalité étrangère : 25 %, alors que le pourcentage est de 6 % tous secteurs confondus.

Les types de contrat et l'ancienneté

Les emplois dans la branche sont à 84 % des contrats à durée indéterminée (CDI). De façon générale, les postes à pourvoir, dans deux cas sur trois, sont des contrats à durée déterminée (CDD) de remplacement de plus de 3 mois et/ou des CDD dus à un surcroît d'activité une fois sur quatre. Les CDI ne représentent qu'un recrutement sur dix.

En 2018, plus de la moitié des salariés travaille dans le secteur depuis plus de 4 ans, et 24 % depuis moins d'un an.

MOYENS POUR DÉMARRER L'ACTIVITÉ

L'importance du phénomène de « multi-emplois »

Cette situation d'emplois multiples en parallèle est la conséquence de l'article 7 de la [Convention collective nationale](#) qui prévoit un transfert de personnel lors d'une passation de marché entre l'entreprise sortante et l'entreprise entrante. Si une entreprise de nettoyage perd un marché, un salarié peut être transféré, sous certaines conditions, dans celle qui gagne le marché : il devient alors multi-employeurs.

En 2016, l'Insee estimait que :

- 46 % des salariés du secteur de la propreté étaient multi-employeurs ;
- le nombre moyen d'emplois occupés par ces salariés était de 2,7 ;
- 51 % des femmes avaient plusieurs emplois contre 37 % des hommes.

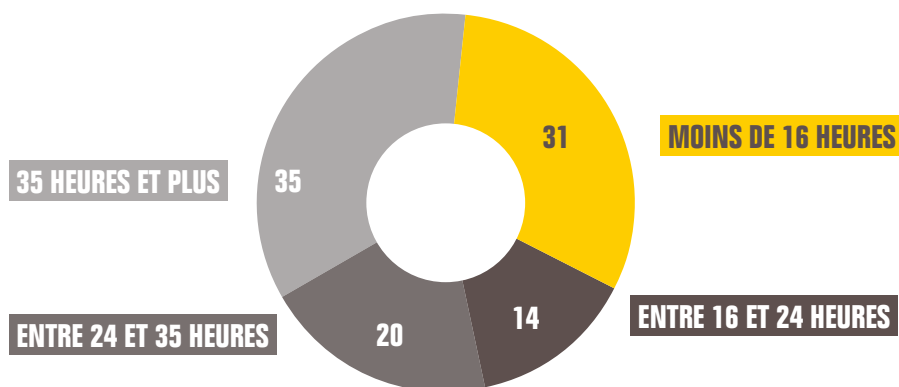
Source : FÉDÉRATION DES ENTREPRISES DE PROPRETÉ. « [Chiffres-clés 2020](#) ». Des [chiffres régionaux](#) sont également disponibles en ligne.

Le temps de travail hebdomadaire

Compte-tenu de la proportion importante de salariés multi-employeurs, les statistiques diffèrent selon le temps de travail d'un contrat ou le temps de travail cumulé, tous emplois confondus. Ainsi :

- 24 % des contrats mono-employeur seulement sont des contrats à temps complet (35 heures) ;
- 35 % des salariés sont à temps complet (mono ou multi-employeurs) ;
- plus de la moitié des salariés a un temps de travail hebdomadaire total de plus de 24 heures.

TEMPS DE TRAVAIL HEBDOMADAIRE DES SALARIÉS DU SECTEUR DE LA PROPRETÉ EN FRANCE (EN %), 2016



Source : Insee (Dads 2016), traitement par Le Monde de la propreté.

La co-activité, des prestations de nettoyage en continu et/ou en journée

Depuis plus de dix ans, une grande partie des professionnels du secteur développent le travail « en continu » et/ou pendant la journée, appelé aussi la « co-activité » : le nettoyage est effectué dans l'entreprise pendant l'activité de ses salariés. En effet, le matériel et les consommables ont évolué, les aspirateurs et les auto-laveuses sont plus silencieux, les produits sèchent plus vite et sans laisser de traces... de sorte qu'une intervention de nettoyage en présence des salariés est rendue possible.

Les avantages du travail en continu et/ou en journée sont multiples et concernent toutes les parties impliquées :

- **Pour l'entreprise de propreté**, ces conditions d'intervention en journée facilitent le recrutement, favorisent la fidélisation des agents et leur montée en compétence.

MOYENS POUR DÉMARRER L'ACTIVITÉ

- **Pour les salariés**, les horaires sont davantage compatibles avec la vie sociale et familiale. En favorisant le regroupement d'horaires, cette organisation du service permet d'éviter le fractionnement de leurs interventions et d'augmenter le temps de travail ; leur mobilité, plus adaptée aux horaires des transports en commun, est facilitée ; leurs conditions de sécurité sont également meilleures grâce à la réduction du travail isolé ; enfin, du fait de leur visibilité, de la mise en évidence de leur travail et des possibilités d'interactions avec ceux qui en bénéficient, ils accèdent à une meilleure reconnaissance sociale.
- **Pour les clients**, les horaires en journée permettent de viser une propreté « en continu », adaptée aux usages des espaces ; des ajustements peuvent se faire en direct par un échange avec les agents ; et la présence de ceux-ci durant la journée favorise également la réalisation de prestations complémentaires (gestion du tri, petite maintenance, interventions sur des déménagements ou après déménagement, etc.).

D'après les chiffres-clés 2020 publiés par la FEP, alors que 75 % des Français sont favorables à une intervention durant la journée sur leur lieu de travail, 43 % des clients du secteur exigent que les horaires d'intervention soient décalés et fragmentés (avant 9h et/ou après 17h).

En revanche, le travail de nuit est minoritaire : seuls 6 % des salariés sont amenés à travailler tout ou partie de leur contrat entre minuit et 5h, et 13 % entre 20h et minuit.

Sources :

- FÉDÉRATION DES ENTREPRISES DE PROPRETÉ. « [Chiffres-clés 2020](#) », Des [chiffres régionaux](#) sont également disponibles en ligne.
- LE MONDE DE LA PROPRETÉ. « [Le travail en journée / en continu](#) », diverses ressources et contenus pédagogiques à disposition des professionnels.
- LES ÉCHOS. « [Chrystèle Gimaret, première incubée de Paris Pionnières](#) », portrait d'une entrepreneure publié le 09/10/2017.

Recrutement

Pour recruter du personnel, vous pouvez vous référer à « [La boîte à outils recrutement](#) », où vous trouverez les outils et conseils du Monde de la propreté.

Formation initiale et continue

Aucun diplôme n'est nécessaire pour se lancer dans les métiers du nettoyage. Cependant, le développement des compétences et des qualifications est un axe majeur du secteur de la propreté afin de répondre aux attentes des clients.

La profession dispose notamment d'une association de formation professionnelle, l'Institut national de l'hygiène et du nettoyage industriel ([INHNI](#)). Cet organisme accompagne les entreprises dans le développement des compétences de leurs collaborateurs et le recrutement d'alternants pour renforcer leurs équipes et pérenniser les savoir-faire.

La filière diplômante qui s'articule autour de cinq diplômes et titres, du CAP au Bac+5 est accessible en formation initiale via les lycées professionnels et le réseau des huit CFA Propreté de l'INHNI.

Par ailleurs, huit Certificats de qualification professionnelle (CQP) propreté favorisent l'accès à des évolutions et des mobilités professionnelles. Ainsi, en dix ans, plus de 30 000 CQP ont été délivrés.

En outre, la branche et ses partenaires s'engagent pour la maîtrise des savoirs de base et dans la lutte contre l'illettrisme via le développement de formation permettant d'obtenir le certificat « Maîtrise des compétences clés de la propreté » (MCCP) ou le certificat professionnel adapté aux métiers de la propreté.

D'autres certifications telles que les Certificats « Acteurs prévention secours propreté » ou « animateurs prévention TMS » permettent le développement des compétences.

MOYENS POUR DÉMARRER L'ACTIVITÉ

Des dispositifs de formation contribuent à accompagner les dirigeants d'entreprises dans leur transition de modèle économique :

- la formation « Réinventer son entreprise », avec HEC Paris ;
- la formation « Entrepreneur de la propreté », avec l'Idrac et l'INHNI. Les participants bénéficient de conférences et d'accompagnement dans le domaine de la stratégie, de l'économie, des finances, du marketing, du commercial, mais aussi de la sociologie et de la communication. Ils sont invités à repenser leur modèle économique et à élaborer un projet d'entreprise renouvelé.

Pour en savoir plus :

- Information complète sur les diplômes et les certificats sur le site de la [FEP](#).
- FÉDÉRATION DES ENTREPRISES DE PROPRETÉ. « [Chiffres-clés 2020](#) », voir le chapitre III sur la formation initiale et continue et le profil des bénéficiaires en 2019.
- LE MONDE. « [De l'échec scolaire au secteur de la propreté, le grand nettoyage d'Hélène](#) », article publié le 12/08/2019.

Convention collective

La [convention collective des entreprises de propreté et services associés](#) et ses annexes ont été élaborées le 26 juillet 2011.

Toutes les conventions sont disponibles au [Journal officiel](#) et consultables sur le site de [Légifrance](#).

Locaux

Comme pour de nombreuses activités de services dont les prestations s'effectuent chez les clients, l'entreprise peut être démarrée à domicile sous certaines conditions. Le site Bpifrance Création aborde la question de la domiciliation et de l'exercice de l'activité chez soi, en explique le principe et développe les différentes restrictions et contraintes liées à ce choix.

Source : BPIFRANCE CRÉATION. « [Domiciliation et exercice de l'activité chez soi](#) », rubrique en ligne.

Équipement – Investissement de départ

Les PME de la propreté occupent des marchés qui exigent souvent des techniques pointues, donc coûteuses (santé, agroalimentaire, etc.) et une forte mécanisation étant donné la taille des surfaces à traiter (aéroports, centres commerciaux...).

Les TPE du secteur interviennent surtout sur les marchés du tertiaire ou dans les parties communes des immeubles. Ce type de prestation demande un investissement en matériel plus succinct que sur les autres segments de marchés.

Le site de la revue [Services](#) donne de nombreuses informations sur les matériels et leur ergonomie, ainsi que sur les innovations du secteur.

ÉLÉMENTS FINANCIERS

5.

ÉLÉMENTS FINANCIERS

Chiffre d'affaires – Facturation

Établissement du cahier des charges

Le cahier des charges fixe les attentes du client. Sa rédaction, très importante, peut prendre deux formes :

- celle d'un cahier des charges en termes de résultats, qui définit par famille de locaux le niveau de propreté à atteindre ;
- celle d'un cahier des charges en termes de moyens, qui définit les fréquences de passage par type de locaux et de prestations à assurer (exemple : pour un bureau, balayage humide 3 fois par semaine et lavage 1 fois par semaine).

Le professionnel doit veiller aux limites de chaque prestation et stipuler celles-ci, afin de garantir la faisabilité et la qualité – tout en étant en mesure de justifier d'éventuels surcoûts dus aux moyens supplémentaires nécessaires. Par exemple, il doit indiquer les éléments inclus ou exclus dans la prestation (plantes vertes, écrans des ordinateurs...), la hauteur limite de nettoyage (surfaces supérieures des meubles, parois), etc.

D'autres points-clés sont à arrêter dans le cahier des charges :

- **L'état des lieux**, qui se fait généralement à la prise du marché : indiquer l'état des revêtements de sols, de la robinetterie, de la verrerie ; ne pas hésiter à prendre des photos et établir un procès-verbal.
- **La sécurité**, pour inventorier les risques particuliers tels que l'amiante ou les travaux en hauteur.
- **Les conditions d'accès au site** et la responsabilité en cas de mise à disposition de clés.
- **L'accès à un local** pour y entreposer les produits et le matériel, à un vestiaire, aux sanitaires...
- **Les moyens techniques mis à la disposition du prestataire** tels que les points d'eau, les prises de courant, mais aussi les produits et consommables fournis pour l'exécution de la prestation.
- **Les horaires** d'intervention.
- **Les échanges entre le client et le prestataire**, qui doivent s'effectuer par messagerie interne ou par la tenue d'un cahier de liaison et donner lieu à des réunions périodiques et régulières.

Source : SERVICES. « [Cahier des charges, définir les points clés](#) », article publié dans le numéro de février 2018.

Fixation des prix – Niveau du salaire minimum

Le coût d'une prestation de nettoyage est évalué en fonction des salaires du personnel affecté sur le site, auxquels s'ajoutent les dotations matérielles. La main-d'œuvre représente la plus grande partie de ce coût.

Selon la FEP, le tarif des prestations pratiqué par les entreprises a augmenté de 1,3 % en 2019. Les prévisions d'augmentation pour 2020 sont sensiblement équivalentes, et ce pour plusieurs raisons :

- La plupart des contrats de nettoyage sont indexés sur les salaires. Or, la revalorisation de 1,4 % des minima conventionnels, appliquée au 1^{er} mai 2020 dans le cadre d'un accord conclu entre les organisations syndicales et la FEP, entraîne une augmentation du salaire horaire minimum, qui passe de 10,30 € à 10,44 € (aucun salaire ne peut être inférieur à celui-ci dans le secteur).
- La montée en gamme des produits d'entretien qui sont utilisés lors des prestations – notamment plus écologiques – induit une augmentation des tarifs.

La propreté, un secteur très concurrentiel

Depuis de nombreuses années, la « course aux prix bas » n'a pas eu pour effet de dynamiser le secteur, mais a plutôt entraîné une dévalorisation du métier. Les conséquences de cette guerre des prix ont été particulièrement néfastes :

- moins de marge pour assurer des formations ou renouveler le matériel ;
- un temps de nettoyage réduit ;
- des salariés peu motivés, ce qui entraîne un taux relativement élevé de *turn-over* chez les agents de nettoyage.

À l'origine, le tarif du nettoyage de bureaux était calculé simplement en fonction de la surface, du type de sol et de l'encombrement de l'espace. Mais l'utilisation des bureaux ayant beaucoup évolué, réaliser un devis de nettoyage nécessite aujourd'hui de prendre en compte les particularités liées à l'usage de l'espace. Pour déterminer la durée de ses interventions, une entreprise de nettoyage devrait donc systématiquement poser des questions à ce propos, mais aussi au sujet des habitudes des collaborateurs, et ne pas proposer d'emblée une évaluation classique.

Sources :

- CLEANY. « [Qu'y a-t-il derrière le prix fixé par votre entreprise de nettoyage ?](#) », article publié le 09/09/2019.
- FÉDÉRATION DES ENTREPRISES DE PROPRETÉ. « [Chiffres-clés 2020](#) ».
- LE NOUVEL ÉCONOMISTE. « [Hygiène en entreprise, le prix du propre](#) », article publié le 26/10/2017.
- SERVICES. « [Les salaires 2020 applicables au 1^{er} mai](#) », article publié le 21/04/2020.
- XERFI. « Les services de nettoyage aux entreprises », étude publiée en février 2020.

Pour en savoir plus :

- ➔ La Fédération européenne de nettoyage industriel (FENI) a publié, en partenariat avec la confédération syndicale UNI Europa et avec le soutien de l'Union européenne, un « [guide du mieux-disant](#) » destiné à aider les acheteurs de prestations de propreté (publics et privés). S'appuyant sur l'expérience des parties prenantes, ce guide souhaite mettre en exergue les avantages que présente le choix de prestations de qualité.
- ➔ LE MONDE DE LA PROPRETÉ. « [Coût global des prestations de propreté](#) », document de synthèse publié en octobre 2017.

Prix de revient – Marge – Résultat

En raison d'une concurrence féroce entre les acteurs, mais aussi de la demande des donneurs d'ordres en services peu onéreux, les prestataires pratiquent souvent des prix les plus faibles possibles, ce qui engendre, bien sûr, une réduction des marges nettes : celles-ci oscillent entre 2 % et 3 % en 2018.

En général, plus la taille de l'entreprise de nettoyage est importante, plus sa marge est faible. Les entreprises de grande taille jouent sur des effets de volume, ce qui est très difficile pour les petits opérateurs. Les petites entreprises ont pour elles l'avantage de la proximité, mais doivent souvent offrir des prestations à plus forte valeur ajoutée que le nettoyage courant. Elles proposent donc souvent des services annexes.

Source : FÉDÉRATION DES ENTREPRISES DE PROPRETÉ. « [Chiffres-clés 2020](#) ».

ÉLÉMENTS FINANCIERS

Les principaux ratios

Ci-dessous sont indiqués les ratios moyens d'activité des **entreprises individuelles** relevant de l'activité des entreprises de nettoyage (code APE 81.21Z).

RATIOS 2018 POUR LES ENTREPRISES INDIVIDUELLES DE NETTOYAGE

ENTREPRISES DE NETTOYAGE	
Chiffres d'affaires HT moyen	139 829
EN % DU CHIFFRES D'AFFAIRES HT TOTAL	
Marge brute	97,1
Valeur ajoutée	73,4
Charges de personnel	33,1
Résultat courant	25
EN NOMBRE DE JOURS*	
Crédit fournisseurs	45
Crédit clients	50
Besoin en fonds de roulement (BFR)	46

* Nombre de jours d'achat TTC pour les fournisseurs, chiffre d'affaires HT pour le BFR, et de chiffre d'affaires TTC pour les clients.

Champ : France, 1 312 entreprises individuelles adhérentes de la FCGA, relevant de l'activité d'entreprise de nettoyage.

Source : FCGA (statistiques 2018).

Charges d'exploitation – Rentabilité

Répartition des coûts

Pour une prestation de propreté courante, la main-d'œuvre représente près de 90 % des frais facturés par le prestataire. Le reste se répartit entre les équipements, les produits et les accessoires.

Il existe une grande différence entre les activités de nettoyage courant, qui génèrent des marges peu importantes, et les prestations spécialisées, qui requièrent des compétences distinctes et font donc appel à des salariés qualifiés utilisant un matériel spécifique. Ces prestations peuvent engendrer des marges plus importantes, pouvant aller jusqu'à 10 %.

Évolution des prix de vente

Pour l'ensemble des entreprises de nettoyage, les prix de vente des prestations évoluent peu depuis 2010. L'indice de prix a augmenté de 13,2 % entre 2010 et 2019, tandis que sur la même période, le Smic a augmenté de 15 %.

ÉVOLUTION DES PRIX DE VENTE DES PRESTATIONS EN FRANCE, 2010-2019

2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
100	101,1	103,3	106,1	107,3	108,6	109,9	110,3	111,5	113,2

Note de lecture : base 100 en 2010.

Source : Fédération des entreprises de propreté.

Les marges des entreprises, quant à elles, sont assez faibles. Elles oscillent entre 2 % et 3 % de marges nettes et varient selon la taille de l'entreprise.

Source : FÉDÉRATION DES ENTREPRISES DE PROPRETÉ. « [Chiffres-clés 2020](#) ».

Financement – Aides spécifiques

Le site de Bpifrance Création détaille les différentes formes de financement mobilisables en fonction du projet, de la situation personnelle du porteur de projet et de ses besoins. Ces informations se trouvent dans la rubrique « [Comment financer sa future entreprise ?](#) ».

Pour en savoir plus :

- Rubriques « [Quelles sont les aides pour créer une entreprise ?](#) », « [Les aides à la création et à la reprise d'entreprise](#) » (principales aides financières, sociales et fiscales à la création ou à la reprise d'entreprise) et « [Les financements](#) » sur le site de Bpifrance Création.

6.

RÈGLES DE LA PROFESSION

RÈGLES DE LA PROFESSION

L'exercice de l'activité n'est pas réglementé.

Pour en savoir plus :

→ Rubrique « [Mon activité est-elle réglementée ?](#) » sur le site de Bpifrance Création.

Règles et usages de l'activité

La réglementation sur les biocides

Les produits biocides sont des préparations de substances actives à usage domestique ou industriel. Ces produits regroupent les désinfectants ménagers, les insecticides et autres produits visant à détruire des organismes jugés nuisibles (champignons, bactéries, virus, rongeurs, insectes...). La substance active présente dans le produit biocide peut être un composé chimique ou être issue d'un micro-organisme exerçant une action biocide sur les organismes nuisibles.

Mal utilisés, ces produits peuvent porter préjudice à la santé ou à l'environnement, et leur efficacité peut être diminuée par l'apparition de résistances. C'est pourquoi ils font l'objet d'un encadrement réglementaire strict, tant sur le plan national que sur le plan européen. La réglementation vise à ce que chaque produit biocide mis sur le marché soit efficace et que les risques qu'il présente soient acceptables.

La mise sur le marché et l'utilisation des produits biocides sont encadrées au niveau communautaire par le règlement européen (UE) n° [528/2012](#), qui a remplacé et abrogé la directive européenne 98/8/CE. L'objectif principal de cette réglementation est d'assurer un niveau de protection élevé pour l'homme, les animaux et l'environnement vis-à-vis de ces produits.

Source : MINISTÈRE DE LA TRANSITION ÉCOLOGIQUE. « [Produits biocides](#) », article publié le 01/10/2020.

Démarche qualité et responsabilité sociale des entreprises (RSE)

Pour répondre aux attentes des clients et crédibiliser les compétences des entreprises de propreté, le secteur du nettoyage professionnel favorise de plus en plus la certification et la reconnaissance de labels.

Les entreprises de propreté se font certifier, notamment sur la base des référentiels :

- ISO 9001, management de la qualité ;
- ISO 14001, qui évalue le principe d'amélioration continue de la performance environnementale par la maîtrise des impacts liés à l'activité de l'entreprise.

En septembre 2020, la FEP a lancé, avec le soutien d'Afnor certification, le [référentiel RSE des entreprises de propreté](#) qui permet aux entreprises d'aborder de manière pragmatique tous les domaines de la RSE, quelle que soit leur taille et leur territoire d'implantation.

Il s'articule autour de 18 engagements répartis sur 4 thématiques :

- vision et gouvernance ;
- ressources humaines et engagement social ;
- engagement environnemental ;
- engagement sociétal.

RÈGLES DE LA PROFESSION

Par ailleurs, le secteur s'est doté d'une procédure de qualification fondée sur un référentiel spécifique à la propreté : [Qualipropre](#). Les certificats de qualifications qui en résultent attestent de la capacité juridique, financière, technique et professionnelle des entreprises de propreté à réaliser les prestations dans les domaines où elles sont qualifiées.

Pour en savoir plus :

- LE NOUVEL ÉCONOMISTE. « [Le secteur de la propreté, prescripteur d'efficience pour tous](#) », article publié le 22/06/2017.
- Rubrique « [RSE](#) » sur le site de la Fédération des entreprises de propreté.

Statut de l'entrepreneur

L'entrepreneur de la propreté et du nettoyage est un artisan : il doit donc être inscrit au Répertoire des métiers et relève de la Chambre de métiers et de l'artisanat (CMA). C'est le [Centre de formalités des entreprises](#) (CFE) de la CMA qui est compétent pour recevoir sa déclaration.

Pour en savoir plus :

- Rubrique « [Vérifier la nature de mon activité](#) » sur le site de Bpifrance Création.

Structure juridique

En 2019, 9 entrepreneurs sur 10 ayant choisi le code NAF 81.21Z (nettoyage courant des bâtiments) ont opté pour une entreprise individuelle et 1 sur 10 a opté pour une forme juridique de type sociétaire. Concernant les créateurs qui ont choisi le code NAF 81.22Z (autres activités de nettoyage des bâtiments et nettoyage industriel), ils ont opté à deux tiers pour l'entreprise individuelle et à un tiers pour une société.

STRUCTURES JURIDIQUES CHOISIES PAR LES NOUVEAUX CHEFS D'ENTREPRISE DU SECTEUR DE LA PROPRETÉ EN FRANCE, 2019

SECTEUR	ENTREPRISES INDIVIDUELLES	SOCIÉTÉS UNIPERSONNELLES		SOCIÉTÉS PLURIPERSONNELLES		
		EURL	SASU	SARL	SAS	AUTRES SOCIÉTÉS*
81.21Z	16 538	332	765	378	356	14
81.22Z	997	79	225	141	114	0

* Associations, fondations, syndicats, organismes professionnels, etc.

Note de lecture : l'Insee a identifié une erreur dans les statistiques portant sur la répartition des créations entre entreprises individuelles classiques et micro-entrepreneurs, sans que le volume total des créations d'entreprises ni la répartition entre sociétés et entreprises individuelles soient affectés. Il est donc impossible de communiquer le détail des entreprises individuelles jusqu'à correction des séries statistiques.

Champ : France, ensemble des entreprises créées dans les secteurs « Nettoyage courant des bâtiments » (81.21Z) et « Autres activités de nettoyage des bâtiments et nettoyage industriel » (81.22Z).

Source : Insee.

Pour en savoir plus :

- Rubrique « [Que dois-je savoir avant de choisir un statut ?](#) » (détail des différentes structures juridiques, calcul des cotisations sociales, aspects sociaux et fiscaux, *etc.* de la création d'entreprise) sur le site de Bpifrance Création.

Régime fiscal

TVA

Le taux de 20 % s'applique aux prestations de services, y compris de propreté.

Source : BPIFRANCE CRÉATION. « [TVA](#) », rubrique en ligne.

7.

CONTACTS ET SOURCES D'INFORMATION

CONTACTS

ET SOURCES D'INFORMATION

Organismes professionnels

Pourquoi adhérer à un organisme professionnel ?

Pour rompre son isolement, être tenu au courant des évolutions de sa profession, se constituer un réseau, participer aux congrès annuels, obtenir des conseils juridiques, recevoir une assistance administrative, suivre une formation, *etc.* Les services offerts sont nombreux et généralement mis en valeur sur le site Internet de ces organismes.

La procédure d'affiliation diffère beaucoup d'un organisme à l'autre. Il en est de même des coûts : certaines adhésions sont gratuites, d'autres payantes, en fonction des revenus ou du chiffre d'affaires. Des tarifs spéciaux sont parfois prévus pour les nouveaux adhérents en phase de création. Certains organismes n'acceptent pas les créateurs et réservent leurs services aux entreprises ayant une certaine ancienneté.

Principaux organismes professionnels et fédérations

- **Fédération des entreprises de propreté (FEP)**

Cette fédération est l'organisation patronale historique représentative du secteur. Au service des entreprises de toute taille, elle est présente via son réseau de proximité de 9 chambres régionales pour accompagner les entreprises au quotidien.

- **Fare Propreté**

Ce fonds d'innovation a pour objectif d'accompagner et de soutenir le développement économique et social des entreprises de propreté. Grâce aux financements qu'il gère, ce fonds construit et pilote des actions à destination des entreprises sur plusieurs thématiques : RSE, santé et sécurité au travail, diversité, insertion par l'économie, entreprises & business...

- **European Cleaning and Facility Services Industry (EFCI)**

Basé à Bruxelles, cet organisme représente les entreprises de propreté et du secteur du *Facility management* au niveau européen. Il fédère 14 associations nationales couvrant au total plus de 280 000 entreprises.

Salons et manifestations

Salons en France

- **Europropre.** Salon annuel de l'hygiène, de la propreté et du multiservices des entreprises et collectivités, Paris.
- **FM Days.** Rencontres annuelles dédiées aux professionnels du *Facility management*, Deauville.
- **Pollutec.** Salon annuel des solutions pour l'environnement, l'industrie, la ville et les territoires, Lyon.

CONTACTS

ET SOURCES D'INFORMATION

- **Salon des achats et de l'environnement de travail.** Salon annuel qui rassemble les acteurs des marchés liés aux services aux collaborateurs, aux moyens qui sont mis à leur disposition et à l'exploitation technique du bâtiment, Paris.
- **Workspace Expo.** Salon annuel dédié aux espaces de travail, Paris.

Salons à l'étranger

- **Cleaning show.** Salon annuel en Grande-Bretagne.
- **Interclean.** Salon annuel qui rassemble plus de 900 leaders d'envergure internationale présents sur les marchés de l'hygiène et de la propreté, Amsterdam.
- **Issa Trade shows.** Salons professionnels organisés à travers le monde par l'association internationale Issa.

Si votre projet de création ou de reprise d'entreprise cible un secteur d'activité particulier, vous pouvez consulter l'annuaire [Foireshinfo.fr](https://foiresinfo.fr) qui recense les salons professionnels en France et à l'étranger.

Ouvrages, rapports et études

- European Cleaning and Facility Services Industry. « **The European Cleaning Industry 1995-2016** », rapport publié en 2019.
- MSI REPORTS. « **Marché des machines, du matériel et des accessoires pour le nettoyage professionnel en France** », étude publiée en janvier 2020.
- XERFI. « **Les services de nettoyage aux entreprises face à la crise** », étude publiée le 25/11/2020.

Revue

- **Bâtiment entretien.** Magazine bimestriel de l'hygiène, de la propreté, du multiservice et des déchets.
- **EFCI News.** Newsletter mensuelle de l'European Cleaning and Facility Services Industry.
- **Services.** Magazine bimestriel de l'hygiène, de la propreté et du multiservice.
- **Workplace magazine.** Magazine en ligne de l'environnement de travail.

Annuaire

- **Annuaire des entreprises de propreté.** Annuaire en ligne qui référence des fabricants et des produits d'équipements pour l'hygiène, la propreté et le multiservice. Édité par le magazine Services.



www.bpifrance-creation.fr



<https://twitter.com/bpifrancecrea>



<https://www.linkedin.com/company/bpifrance>

bpifrance

CRÉATION

CE DOSSIER EST VENDU DANS LA LIBRAIRIE DE BPIFRANCE CRÉATION

Prix : 16 € TTC

ISBN : 978-2-38076-018-7