

Impacts de la crise sanitaire du COVID-19 sur les besoins en emplois et en compétences pour la branche de la propreté

Sommaire

1

Présentation de la
branche avant la crise
sanitaire

2

Impacts de la crise
sanitaire sur la branche
et perspectives

3

Stratégies mises en
œuvre face à la crise

4

Focus sur les métiers,
compétences et
qualifications

1

Présentation de la branche avant la crise sanitaire

AKTO

Présentation de la branche de la propreté avant la crise sanitaire

Une branche caractérisée par un fort vivier de PME

Chiffres clés

Sources : Acof (nombre de salariés, 2020), Insee Dads (entreprises et établissements, 2017)



523 410 salariés
540 000 emplois selon la FEP en 2019



10 890 établissements

12 250 entreprises

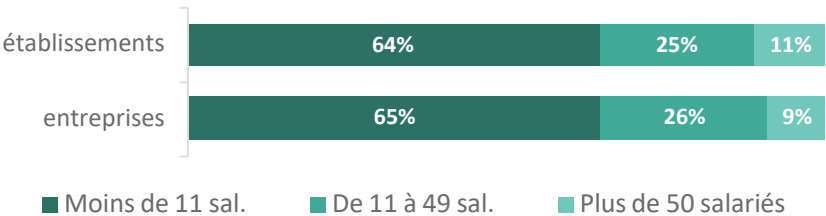
Près de **13 000** selon la FEP en 2019



16 mds de chiffre d'affaires
14,7 mds selon la FEP en 2019

Répartition des établissements anticipés et des entreprises par taille

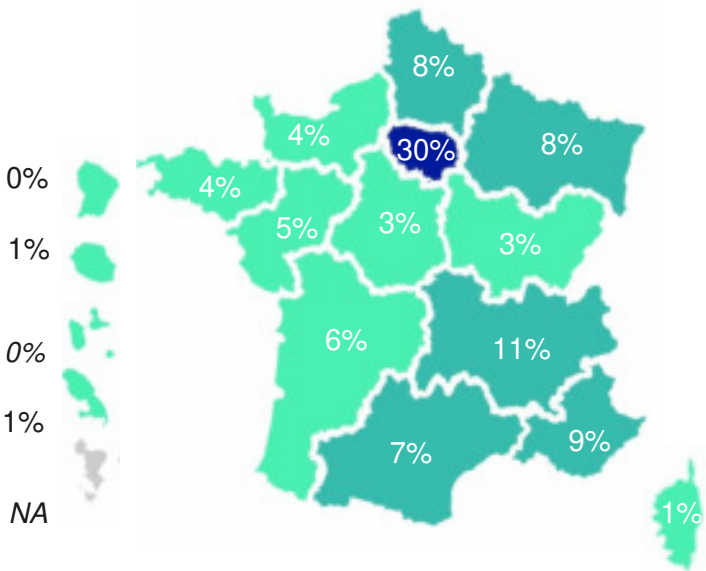
Source : Insee Dads 2017 (entreprises) et Sirene 2018 (établissements)



- Près des 7 entreprises de la branche sur 10 comptent moins de 50 salariés. Quelques grandes entreprises s'imposent néanmoins, souvent adossés à de grands groupes français de facility management.
- Les entreprises de la branche se concentrent dans les principaux bassins d'emploi. La région Ile-de-France rassemble à elle-seule 26% des établissements et 30% des salariés.

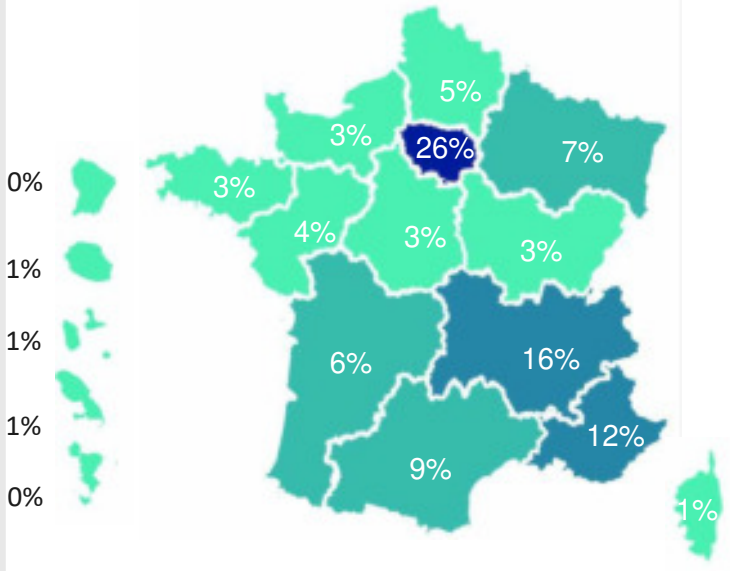
Répartition du nombre de salariés par région

Source: Insee, 2018, traitement Kyu Lab



Répartition du nombre d'établissements par région

Source: DARES 2016



Présentation de la branche de la propreté avant la crise sanitaire

Des caractéristiques d'emploi atypiques



64%
de femmes
65% selon la FEP en 2019



35% de salariés à temps
complet
25% selon rapport de branche, 2017

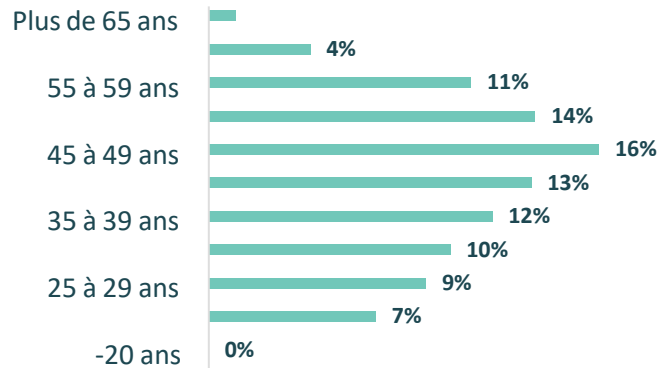


36% des salariés
sont multi-employeurs
selon la FEP en 2019

Source : Insee Dads 2015 (femmes et temps complet)

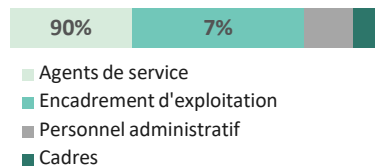
Pyramide des âges

Source : Rapport de branche 2019



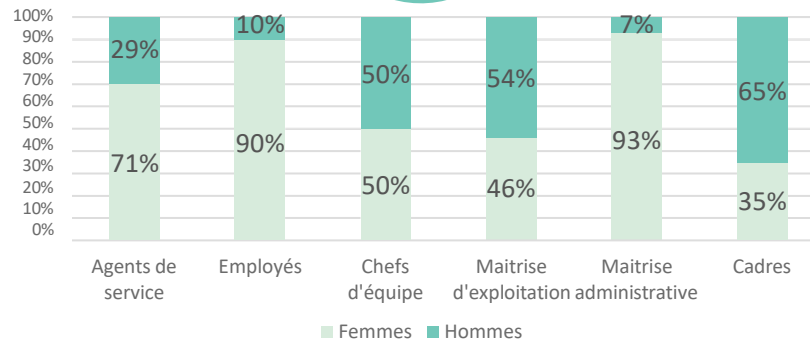
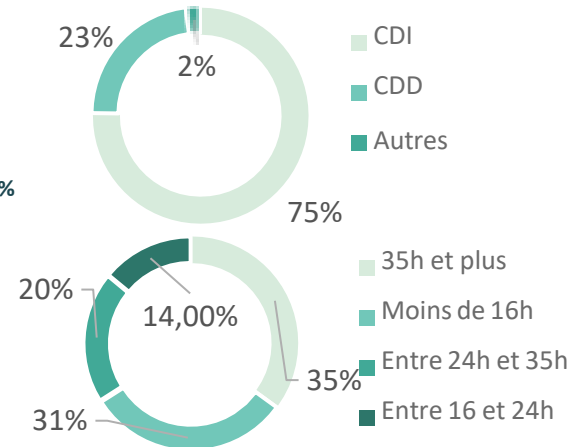
Répartition des salariés par CSP

Source : Fep, 2019



Répartition des salariés par type de contrats et temps de travail

Source : Insee Dads 2015



Une branche qui se caractérise par une forte capacité d'intégration

- Le **statut ouvrier concerne 80% des salariés** de la branche (soit 4 fois plus en moyenne que dans les entreprises de service). Les prestations sont réalisées par des agents de service managés par un encadrement intermédiaire (chef d'équipe et maîtrise d'exploitation : 5,8 % des effectifs) (source Xerfi 2019).
- Estimé à **plus de 60%**, le **taux de féminisation** de la branche est l'un des plus élevés de l'économie française. Les femmes occupent des postes moins élevés que les hommes : parmi les salariés, 90% sont des femmes, contre 10% des hommes. À l'inverse, 65% des cadres sont des hommes (source Xerfi 2019).
- La pyramide des âges de la branche est dominée par les **salariés de plus de 45 ans, qui concentrent plus de 50%** des effectifs. Les femmes sont également plus âgées que les hommes au sein de la branche.
- La branche est également caractérisée par une part de salariés de nationalité étrangère significativement plus élevée que dans l'ensemble des autres secteurs économiques (près de 25% des salariés de la propreté sont de nationalité étrangère, contre 6 % tous secteurs confondus, source: INSEE, EEC 2018)

Le multi-emploi, un phénomène majeur au sein de la branche

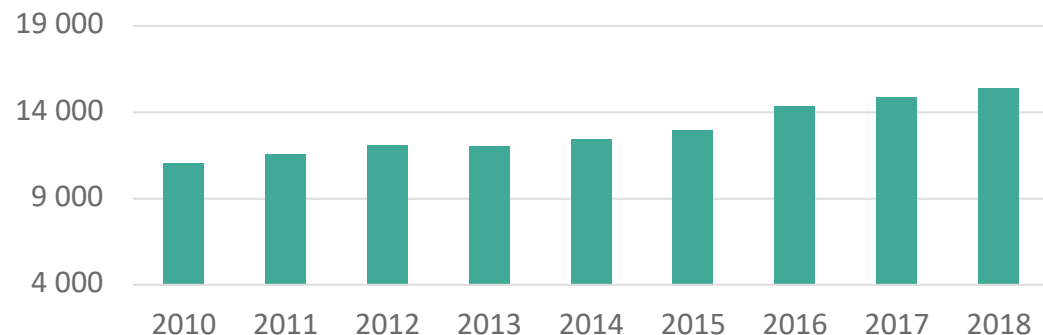
- 75% des salariés en poste sont en CDI.** Ce taux est moins important que dans le reste de l'économie (87% des contrats de travail sont des CDI), mais concerne une proportion de salariés plus élevée que dans l'ensemble des activités de services (source Insee Dads, 2015)
- La proportion de salariés à temps complet est plus importante que le nombre de contrats à temps complet en raison du **phénomène multi-employeur**. Près d'un salarié sur deux travaillant dans la branche de la propreté possède en effet plusieurs emplois.

Présentation de la branche de la propreté avant la crise sanitaire

Un marché en forte croissance

Évolution du chiffre d'affaires de la branche

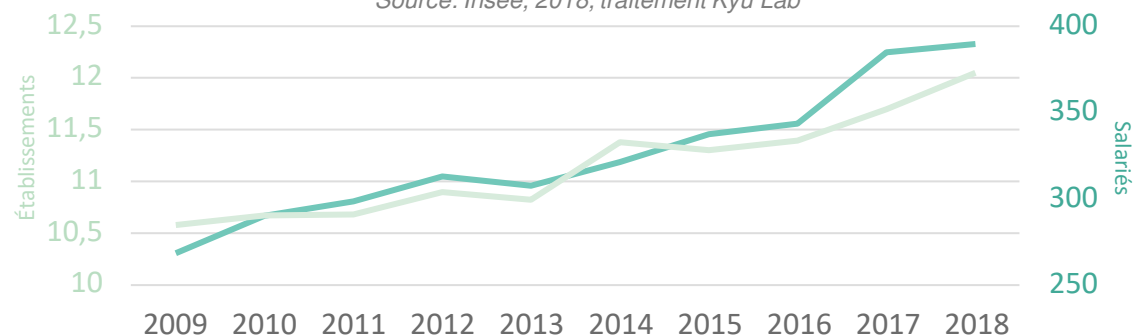
Source: Insee, 2018, traitement Kyu Lab



Évolution du nombre de salariés et d'établissements dans la branche

(en milliers)

Source: Insee, 2018, traitement Kyu Lab



Une augmentation de plus de 39% du chiffre d'affaires entre 2010 et 2018

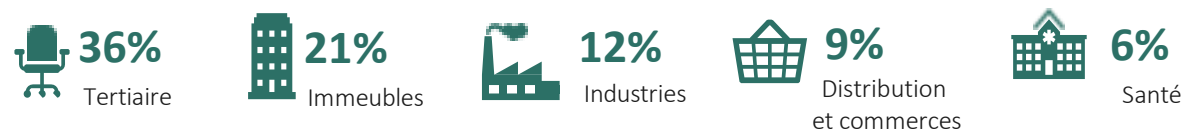
- La croissance du chiffre d'affaires a notamment été portée par l'accroissement des surfaces à entretenir et un degré d'externalisation plus fort des entreprises de leurs fonctions non stratégiques.
- Le secteur tertiaire reste aujourd'hui le principal segment de marché des entreprises. Les activités de propreté effectuées auprès des entreprises industrielles, du secteur de la santé et des établissements scolaires tendent toutefois à se développer.
- Le nettoyage des parties communes d'immeubles représente une part du chiffre d'affaires significativement plus élevée pour les petites entreprises que pour les grandes entreprises. À l'inverse, la part du chiffre d'affaires provenant de l'industrie, la santé, les établissements scolaires et les transports est plus importante pour les grandes entreprises que pour les petites.
- Représentant un débouché non négligeable des entreprises de propreté, les marchés publics comptent 18% de l'activité du secteur (source, FEP).

Une hausse de 31% de salariés et de 21% des établissements entre 2010 et 2018

- La croissance du marché génère des besoins de main d'œuvre qui toutefois tend à ralentir.
- La hausse du nombre d'établissements s'explique par l'extension du maillage territorial des plus gros acteurs de la branche et l'arrivée sur le marché de nombreux nouveaux opérateurs.

Part du chiffre d'affaires des principaux secteurs clients

Source: Le Monde de la propreté, enquête sectorielle 2019



2

Impacts de la crise sanitaire sur la branche et perspectives

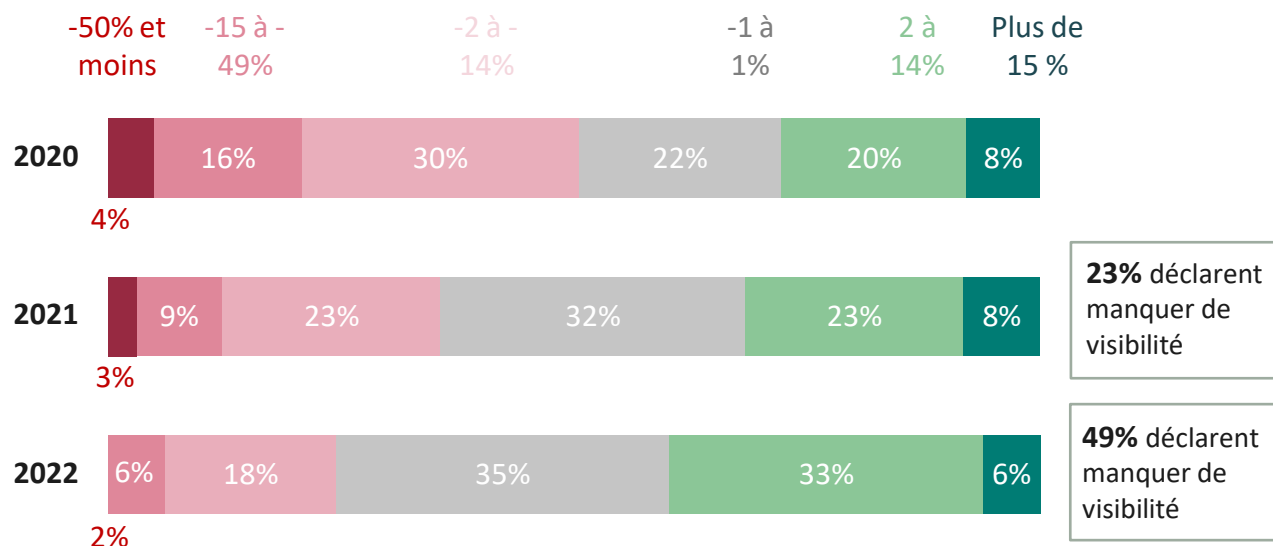


La crise sanitaire dans la branche – impact sur le chiffre d'affaires

Par rapport à votre chiffre d'affaires réalisé en 2019, comment se situe ou devrait se situer votre CA en 2020, 2021, 2022 ?

Niveau de chiffre d'affaires des entreprises de la branche par rapport à 2019

Pourcentage d'entreprises par tranche d'évolution – Questionnaire KYU/AKTO, 235 répondants



Lecture : 79% des personnes interrogées anticipent une évolution du chiffre d'affaires en 2021 par rapport à 2019. Parmi elles, 24% estiment que celui-ci sera 2 à 14% plus élevé par rapport au chiffre d'affaires réalisé en 2019.

Une entreprise sur deux déclare avoir connu une baisse de son chiffre d'affaires en 2020

- Les mesures de confinement mises en place en mars 2020 ont donné lieu à l'arrêt brutal d'activités dont les effets sont directement répercutés sur les entreprises de la propreté. Ceux-ci ont notamment été pénalisés par la fermeture de nombreux sites de clients ou par des interventions moins fréquentes.
- La préparation du déconfinement a cependant donné lieu à de nouvelles opportunités pour les entreprises de la propreté en raison de la mise en place de protocoles sanitaires stricts, sur les lieux de travail ou les sites accueillant du public. Les entreprises de propreté ont ainsi été largement sollicitées afin de procéder à des prestations de désinfection.
- Pour un bon nombre d'entreprises, ces demandes nouvelles ne semblent pas avoir suffi à compenser la perte d'activité du premier confinement. En 2020, un répondant sur deux déclare avoir connu une baisse de son chiffre d'affaires. Les petites entreprises apparaissent particulièrement exposées aux conséquences de la crise. 6% des entreprises de moins de 10 salariés et 3% des entreprises de 11 à 49 salariés font part d'une perte de plus de 50% de leur chiffre d'affaires.

Plus de la moitié des entreprises anticipent dès 2021 un retour de leur chiffre d'affaires à leur niveau d'avant-crise

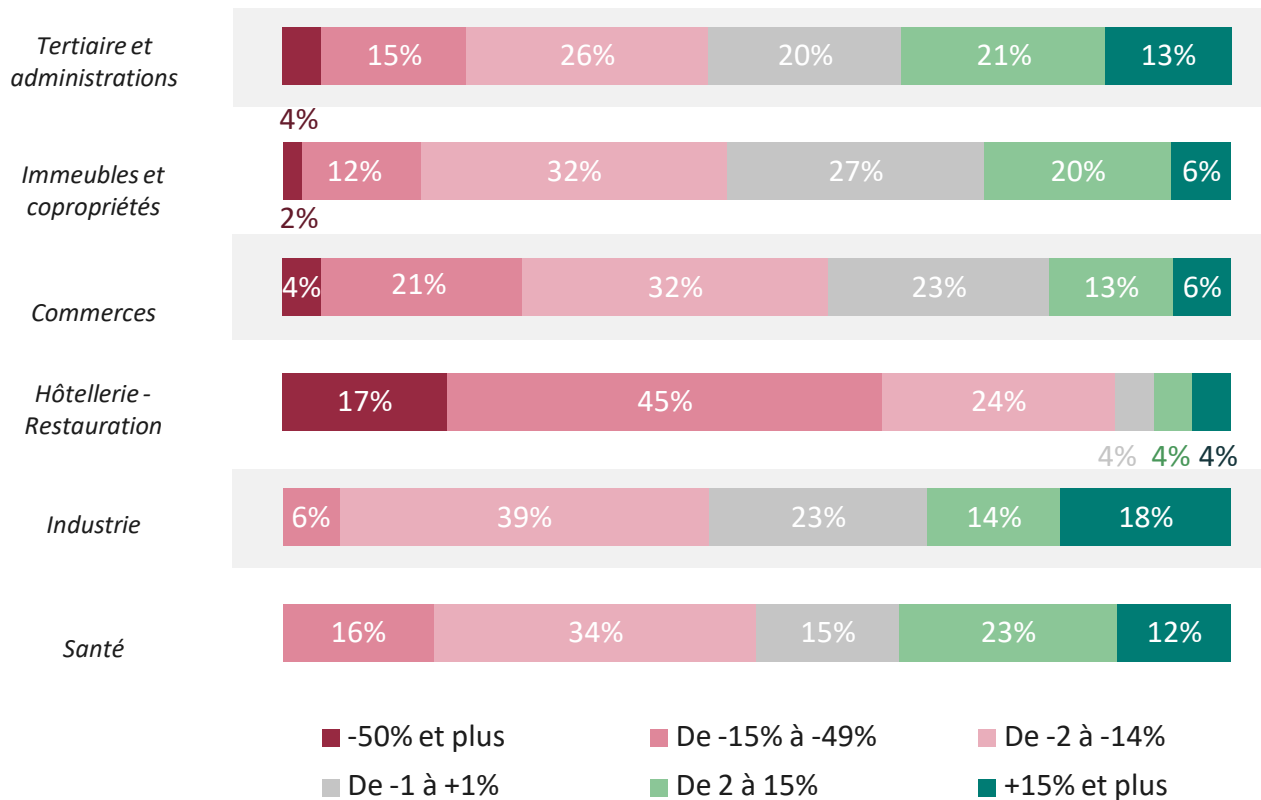
- En 2021, 35% des entreprises en mesure de se prononcer sur l'évolution de leur chiffre d'affaires estiment que celui-ci restera inférieur à son niveau de 2019. 63% estiment que celui-ci reviendra au moins à son niveau d'avant crise (parmi lesquels 31% envisagent une croissance d'au moins 2%).
- Les entreprises ont néanmoins des difficultés à se projeter. Près de 50% des répondants mentionnent être dans l'impossibilité de se prononcer sur l'évolution de leur chiffre d'affaires en 2022.

La crise sanitaire dans la branche – impact sur le chiffre d'affaires selon les secteurs clients

La crise a eu un impact moins lourd sur les prestations de nettoyage réalisées dans les industries, immeubles et le secteur tertiaire que dans le commerce ou l'hôtellerie restauration

Niveau du chiffre d'affaires en 2020 des entreprises de la branche par secteurs clients

Niveau moyen par rapport à 2019 – Questionnaire KYU/AKTO, 235 répondants



Au global, les entreprises comptant les industries, les immeubles ou le milieu tertiaire parmi leurs principaux secteurs clients semblent avoir mieux résisté à la crise

- Une majorité des entreprises comptant les industries ou les immeubles et copropriétés dans leurs principaux secteurs clients semblent avoir réussi à maintenir ou augmenter leur chiffre d'affaires en 2020. Si certains sites de production ont été contraints de fermer durant le premier confinement, les industries et immeubles font face à des besoins incompressibles en prestations de nettoyage industriel qui ont permis aux entreprises de nettoyage d'y poursuivre leur activité.
- Au global, 54% des entreprises intervenant principalement dans le secteur tertiaire semblent avoir également réussi à maintenir leur chiffre d'affaires ou ont connu une croissance. Les entreprises de propreté ont souffert de la fermeture de nombreux locaux du secteur tertiaire et des administrations lors du télétravail. Un effet de rattrapage a néanmoins pu être observé avec la fin du confinement, avec des demandes de désinfection et décontaminations pour assurer la sécurité des salariés.

Au contraire, les entreprises de nettoyage comptant les activités du commerce et l'hôtellerie restauration ont été pénalisées

- À l'inverse, 57% des entreprises comptant les commerces dans leurs principaux secteurs clients auraient connu une baisse de leur chiffre d'affaires en 2020. L'impact a été particulièrement brutal pour les entreprises dont l'activité s'exerce principalement dans l'hôtellerie et la restauration. Près de 20% d'entre elles déclarent avoir connu une baisse de leur chiffre d'affaires supérieure à 5%.

Impact sur les facteurs d'évolution anticipés pré-crise

Sous l'effet de la crise, une tendance à l'accélération d'un certain nombre de facteurs d'évolution de la branche

TENDANCES DE MARCHÉ

- Sous l'effet de la crise, bon nombre de dynamiques de marché devraient se maintenir ou s'accélérer. Il en va ainsi de la **diversification des acteurs de la filière**, ou encore de l'**intensification de la concurrence**.
- Une majorité des entreprises anticipent une **pression encore accrue des clients**. Elles font part d'une exigence renforcée en matière d'immédiateté et d'une demande renforcée de « paiement à la tâche ».
- Selon les entreprises interrogées, la crise tend à favoriser le **développement d'une logique « servicielle »**, qui met au cœur de son modèle économique la question de la relation avec le client.

ÉVOLUTIONS SOCIÉTALES

- Pour bon nombre d'acteurs de la branche, la crise sanitaire a fait prendre conscience du **rôle central de l'hygiène** dans le bon fonctionnement de la société. Ceux-ci espèrent en tirer une plus grande reconnaissance à l'égard du personnel de la branche de la propreté.
- La crise a par ailleurs favorisé la large prise de conscience des enjeux environnementaux. Près de la moitié des répondants estiment que ce contexte va favoriser la **transition écologique de la branche**. Lors des entretiens, les professionnels évoquent néanmoins sa difficile mise en œuvre dans le secteur en raison de la réticence des clients à vouloir payer des prestations plus onéreuses, liées à l'utilisation de produits nettoyants plus respectueux de l'environnement.

INNOVATIONS TECHNOLOGIQUES

- La crise a globalement accéléré la **digitalisation des fonctions supports et commerciales** de nombreux secteurs de l'économie, dont celui de la propreté.
- Près d'un tiers des répondants anticipent également l'accélération d'une tendance liée à la **mécanisation des tâches**, qui semble néanmoins davantage concerner les plus grosses entreprises.

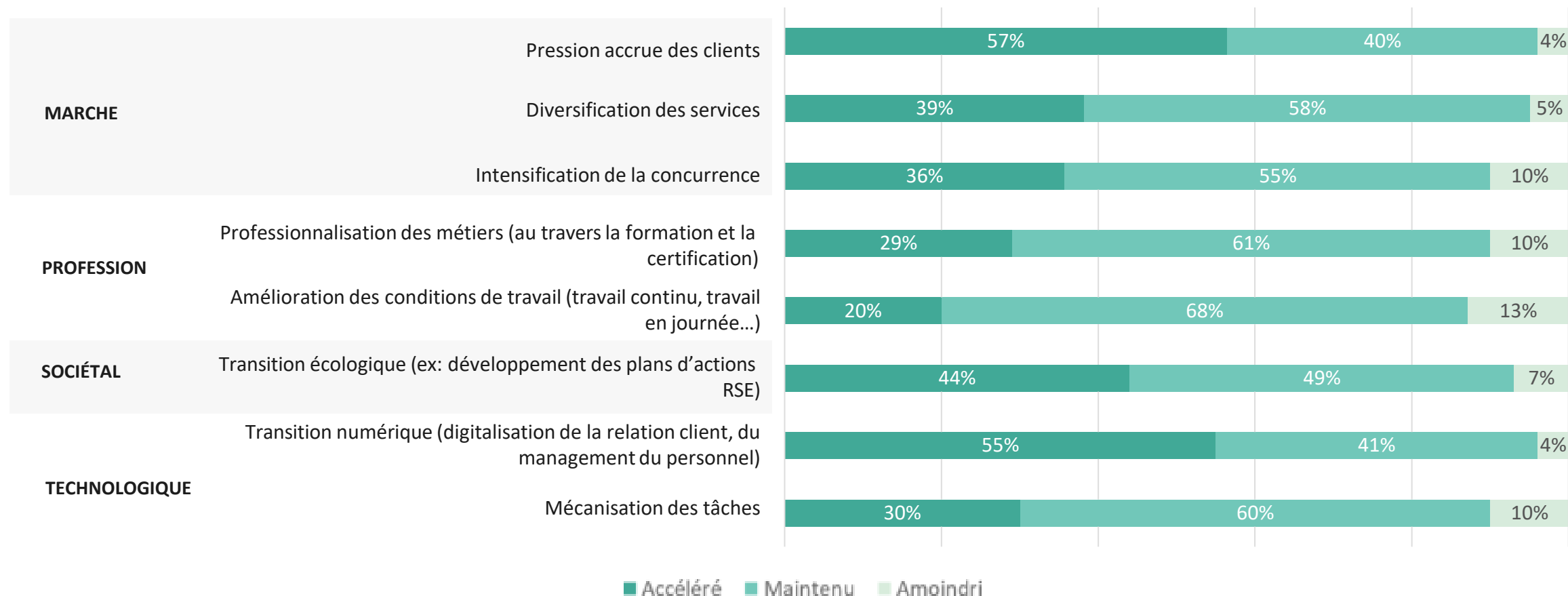


Impact sur les facteurs d'évolution anticipés pré-crise

Pour près de 55% des professionnels de la branche, la crise a renforcé la dynamique de diversification des services

Évolution des facteurs de la branche sous l'effet de la crise

Questionnaire KYU/AKTO, 235 répondants



3

Stratégies mises en œuvre face à la crise

AKTO

Stratégies mises en œuvre face à la crise : synthèses et points clés

Le recours aux aides publiques a permis aux entreprises de la branche de sécuriser leur avenir. Plus exposées aux conséquences de la crise, les très petites entreprises semblent néanmoins avoir eu moins recours aux dispositifs de soutien de l'Etat.

L'activité partielle et le PGE, les dispositifs les plus couramment utilisés

- Plus de 80% des entreprises déclarent avoir eu recours à l'activité partielle, 40% déclarent avoir contracté un PGE (près de 50% des entreprises de plus de 10 salariés). À l'avenir, 40% des entreprises mentionnent qu'elles comptent demander une aide au paiement des loyers.
- Les entreprises de la branche ont en revanche eu moins recours au FNE formation : selon AKTO, 162 entreprises (soit 13% des entreprises) ont eu recours au FNE formation dans la branche de propreté. 4 681 salariés ont ainsi pu bénéficier de ce dispositif (Mai 2020). Pour expliquer ce résultat, les acteurs de la branche avancent notamment la difficile mobilisation de ce dispositif dans la branche (compte-tenu de la fermeture des locaux de formation et des enjeux liés à l'illectronisme dans la branche).

- source enquête KYU (recours au PGE, à l'activité partielle, et à l'aide au paiement des loyers), AKTO (recours au FNE)

Des dispositifs ayant permis aux entreprises de maintenir des stratégies offensives

- Plus d'une entreprise sur deux a cherché à proposer de nouvelles offres et à développer son portefeuille client.
- Pour plus d'un tiers des entreprises, cette stratégie s'est accompagnée d'efforts importants afin d'optimiser la relation clients et a notamment développé de nouveaux outils de transmission de l'information.
- Durant la période, seulement 6% des entreprises ont néanmoins réalisé des investissements de l'outil de production.

- source enquête KYU

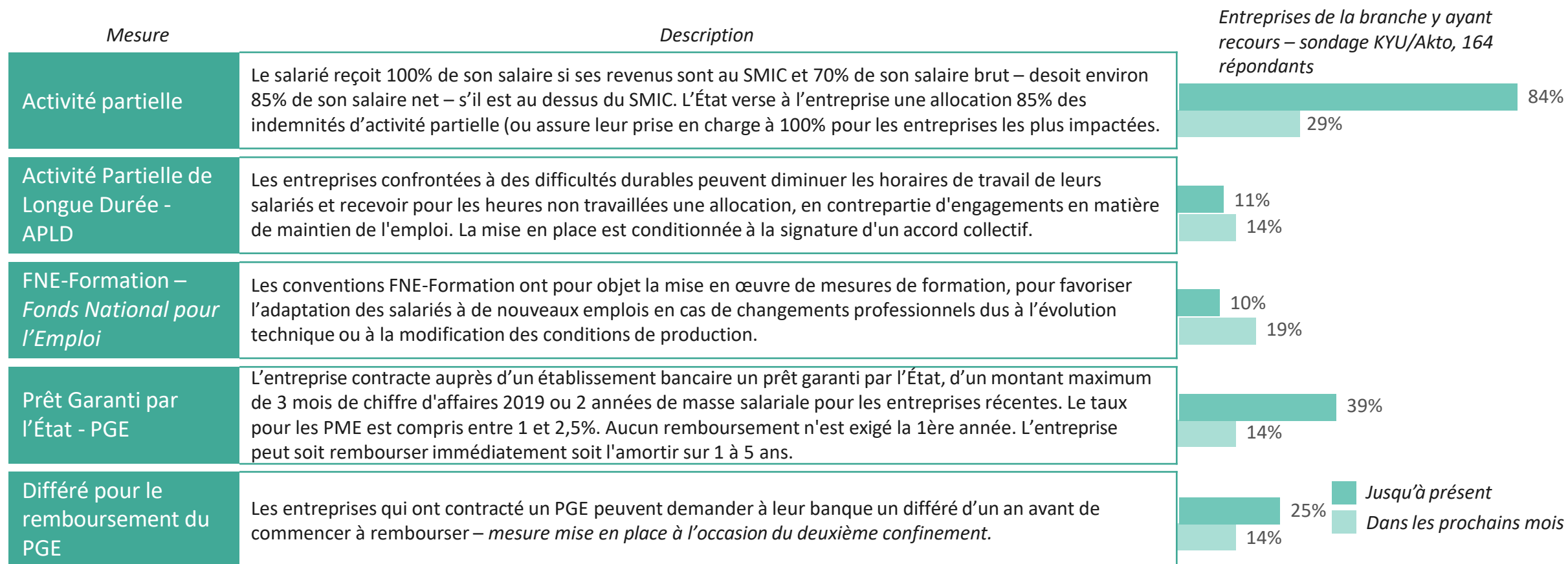
Des stratégies différenciées selon la taille des entreprises

- Pourtant particulièrement exposées aux conséquences de la crise, les très petites entreprises ont eu moins recours aux dispositifs de soutien de l'Etat, qui peut s'expliquer par une moins bonne connaissance de ceux-ci ou la lourdeur de certaines démarches administratives. Elles ont néanmoins eu davantage recours au FNE-formation (14% des entreprises de moins de dix salariés, contre environ 6,5% pour les autres).
- Le développement de nouvelles offres et du portefeuille clients concerne l'ensemble des entreprises, quelle que soit leur taille. Les entreprises de plus de 10 salariés sont en revanche plus nombreuses à déclarer avoir cherché à optimiser la relation client. Plus agiles, les très petites entreprises disposent d'une latitude plus forte à développer une relation spécifique avec le client et ont sans doute consenti à davantage d'efforts en la matière avant la crise sanitaire.

- source enquête KYU

Les dispositifs de soutien les plus utilisés par les entreprises de la branche

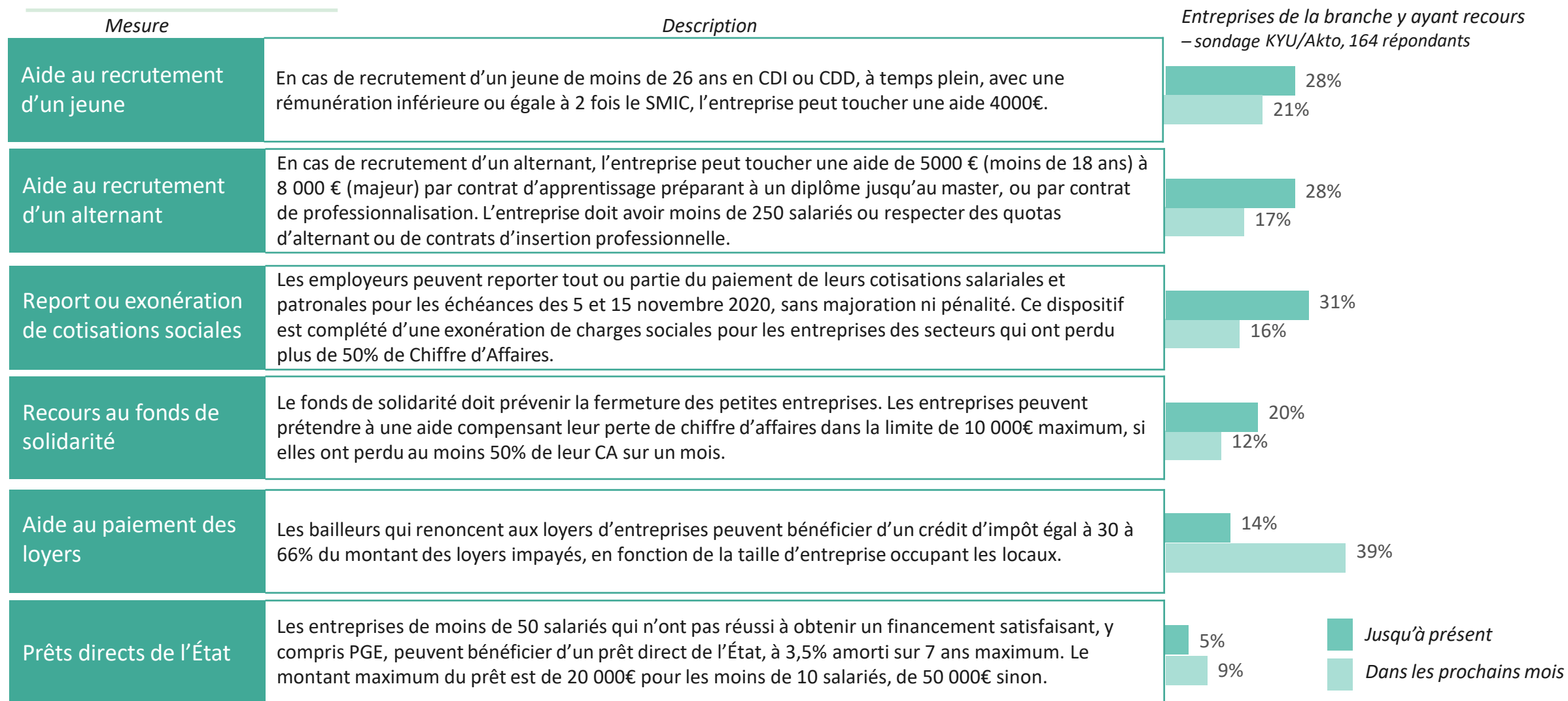
Plus de huit entreprises sur dix ont eu recours à l'activité partielle



- Selon AKTO, 162 entreprises ont eu recours au FNE formation dans la branche de la propreté. 4 681 salariés ont été formés via ce dispositif (Mai 2020).

Les dispositifs de soutien les plus utilisés par les entreprises de la branche

Plus de huit entreprises sur dix ont eu recours à l'activité partielle

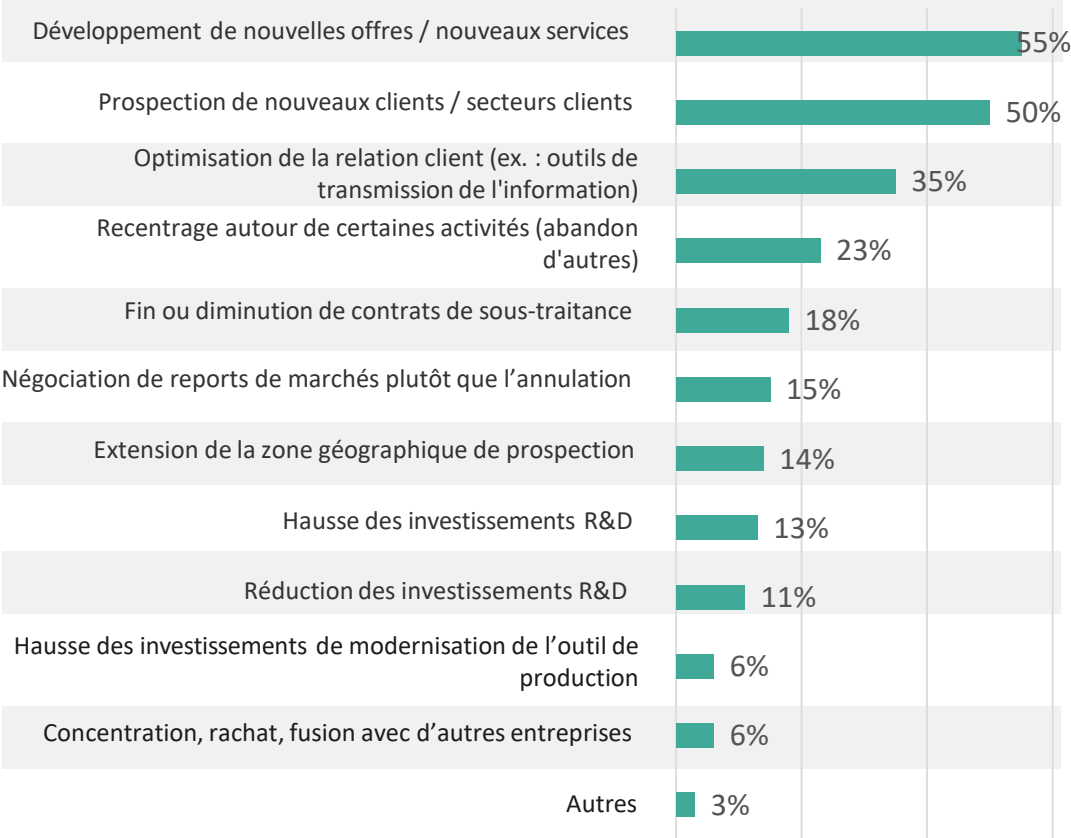


Les réorientations stratégiques des entreprises de la branche

Les entreprises ont pour beaucoup mis en place des stratégies « offensives » afin de maintenir leur activité ou trouver de nouveaux relais de croissance

Les (ré)-orientations stratégiques des entreprises

Questionnaire KYU/AKTO, 159 répondants



La conquête de nouveaux marchés, une stratégie mise en œuvre par la moitié des répondants

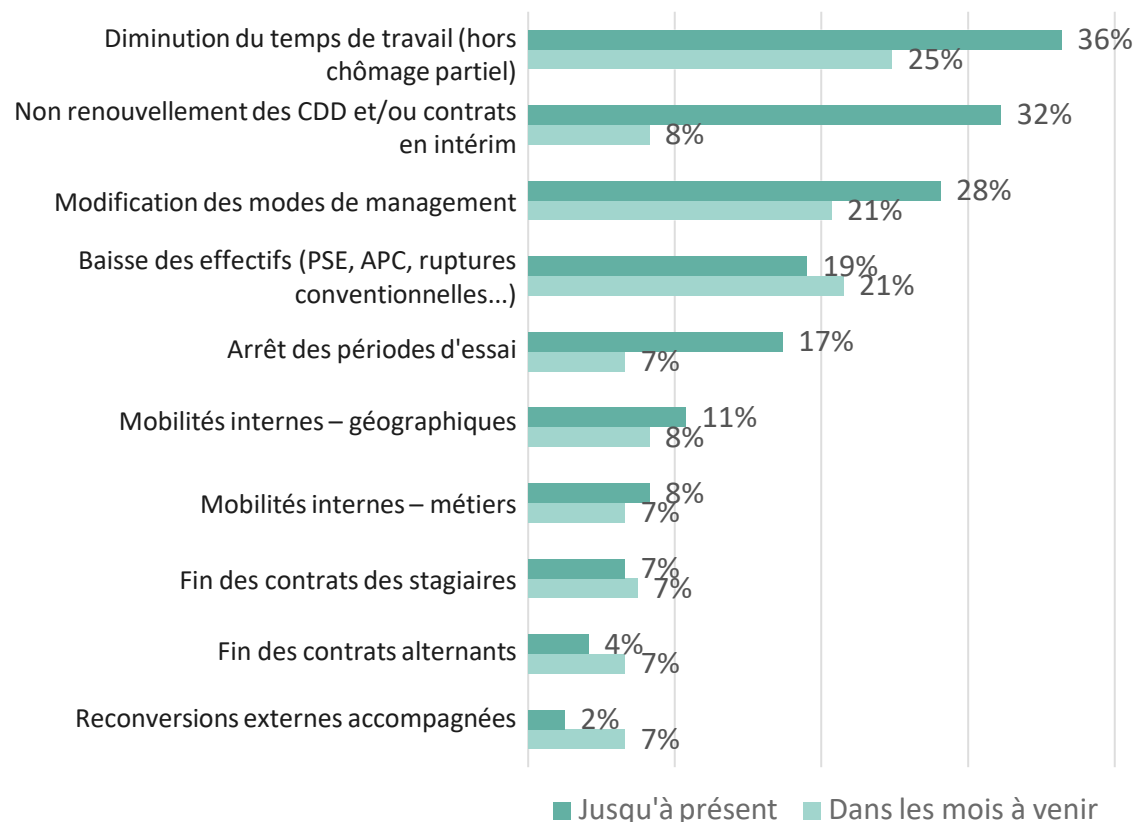
- Quelle que soit leur taille, les entreprises de la branche ont cherché à combler le manque à gagner lié au ralentissement de leur activité en proposant de nouvelles offres ou en développant leur portefeuille client. En entretien, les professionnels interrogés font part de stratégies de diversification qui consistent essentiellement à proposer leurs prestations de propreté dans de nouveaux secteurs clients.
- Pour plus d'un tiers des entreprises, cette stratégie s'est accompagnée d'efforts importants afin d'optimiser la relation clients. Celle-ci passe notamment par la mise en place de nouveaux outils de transmission de l'information.
- La crise n'a en revanche pas donné lieu à une hausse majeure des investissements de l'outil de production, qui concerne (seulement 6% des entreprises interrogées).

Impacts sur les ressources humaines de la branche

Les entreprises de la branche ont eu le plus souvent recours à une diminution du temps et de travail ou au non renouvellement des CDD

Conséquences des stratégies mises en place par les entreprises de la branche sur leurs ressources humaines

Questionnaire KYU/AKTO, 121 répondants



Des stratégies mises en place par les entreprises afin d'éviter les baisses d'effectifs via des plans de restructuration ou ruptures conventionnelles

- La diminution du temps de travail constitue la principale variable d'ajustement des entreprises (36% des entreprises y ont recours jusqu'à présent, 25% pourraient encore être concernées dans les mois à venir).
- Les entreprises ayant été contraintes de réduire leurs effectifs ont également procédé à un non-renouvellement des contrats en CDD (32% des répondants sont jusqu'à présent concernés), à l'arrêt des périodes d'essai (17% des répondants jusqu'à présent) ou à des plans de restructurations ou des ruptures conventionnelles (19% des répondants ont dû y recourir jusqu'à présent, dans les mois à venir 21% pourraient encore s'y voir contraints).

La difficile mise en œuvre des mobilités internes

- Les mobilités internes, que ce soit entre métiers ou géographiques restent relativement peu activées par les entreprises. Il en va de même pour les reconversions externes accompagnées, qui concernent à présent 2% des entreprises.

4

Focus sur les métiers, compétences et qualifications

AKTO

Focus sur les métiers, les compétences et les qualifications : synthèse et points clés

Un accroissement global des métiers et des besoins en compétences et qualifications clés

Des métiers en croissance, sur lesquels les tensions au recrutement ne devraient pas se résorber avec la crise

- **Avant la crise sanitaire, la dynamique de recrutement était positive sur la quasi-totalité des métiers.** Le métier d'agent de propreté apparaissait le plus demandé.
- Cette dynamique devrait être maintenue après la crise et se répercuter sur les difficultés de recrutement. **Les entreprises anticipent un maintien voire une aggravation de ces tensions, qui concernent près de 70% des petites entreprises.**

Une tendance à la diversification accrue qui génère de nouveaux besoins en compétences

- Suite à la crise, les entreprises interrogées font de **l'accompagnement dans leurs efforts de diversification un des enjeux prioritaires en matière d'emploi-formation.** Le **développement des compétences en matière commerciale, numérique et de management** se fait selon elles pressant et devancerait désormais les besoins en matière de compétences techniques et relationnelles.

Pour les entreprises et salariés interrogés, le développement de la formation reste le nerf de la guerre

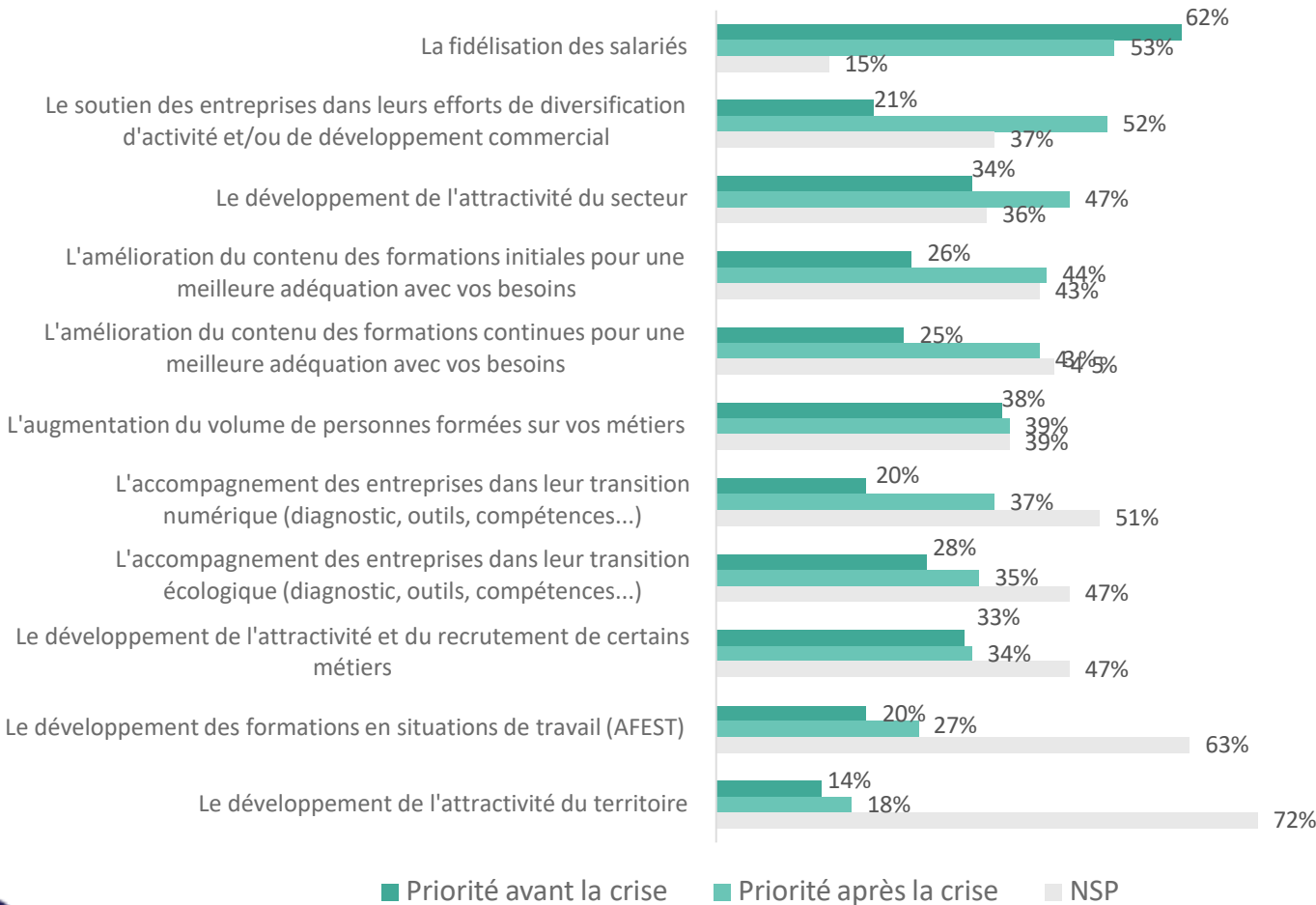
- Selon les entreprises, **l'accès à la formation a été rendu d'autant plus difficile durant la crise**, du fait notamment de la fermeture des locaux. Nombreuses sont celles qui déclarent avoir formé d'elles mêmes leurs salariés aux techniques de nettoyage renforcé ou de désinfection, à travers notamment la diffusion de vidéos.
- Les professionnels interrogés font néanmoins part du nécessaire **développement des efforts de formation et de l'indispensable communication autour des dispositifs existants**, la professionnalisation constituant un levier essentiel de revalorisation des métiers du secteur.

Enjeux prioritaires emploi-formation

Des inversions de priorités remarquables

Évolution des enjeux prioritaires liés à l'emploi-formation

Questionnaire KYU/AKTO, 167 répondants



La fidélisation des salariés reste un enjeu clé, mais l'accompagnement commercial prend quasiment le pas

- Seule une entreprise sur 5 envisageait le renforcement commercial comme une priorité
- La crise économique liée au contexte sanitaire semble provoquer une inversion des préoccupations des entreprises, qui doivent se différencier pour conquérir de nouveaux marchés. Celles-ci font part de besoins en accompagnement afin d'établir de meilleures stratégies marketing dans un cadre de besoins et d'attentes renforcés en matière d'hygiène.

La transition numérique apparaît fortement accélérée et sa mise en place pour les entreprises devient urgente pour plus d'un tiers des entreprises.

La formation, initiale ou continue, trouve donc une place d'importance dans les priorités des entreprises pour faire face aux conséquences de la crise



Enjeux prioritaires emploi-formation

Autres éléments des professionnels

Lors des entretiens réalisés avec les professionnels, d'autres enjeux ont pu être discutés. Les employeurs et les salariés interrogés s'accordent sur la nécessité de poursuivre les efforts engagés afin de développer l'attractivité des métiers de la propreté. Les représentants des salariés soulignent également le nécessaire développement de la formation et l'amélioration des conditions de travail.

Le développement de l'attractivité

Pour les professionnels de la propreté, la branche continue de souffrir d'un déficit d'attractivité malgré les efforts engagés depuis plusieurs années en la matière (campagnes médias, convention de coopération entre l'Education nationale et la FEP...). Au vu des nouveaux besoins en recrutement auxquels le secteur devrait faire face, ces efforts doivent être poursuivis afin de revaloriser les métiers de la propreté, en particulier auprès des jeunes, en mettant en avant leur technicité.

Le développement de la formation

Les entreprises font part d'un accès à la formation rendu d'autant plus difficile durant la crise, du fait notamment de la fermeture des locaux. Nombreuses sont celles qui déclarent avoir formé d'elles mêmes leurs salariés aux techniques de nettoyage renforcé ou de désinfection, à travers notamment la diffusion de vidéos. De façon plus structurelle, les représentants salariés interrogés regrettent néanmoins que la formation reste aujourd'hui encore souvent considérée comme un coût pour les entreprises qui, comme les salariés, manquent de connaissance sur les perspectives offertes par celle-ci. Dans ce cadre, ils font part de l'indispensable communication autour des dispositifs de formation existants et de la nécessité de travailler encore sur la construction de parcours d'évolution professionnelle et la reconnaissance des qualifications.

L'amélioration des conditions de travail

Les demandes supplémentaires en matière de désinfection ont eu tendance à favoriser le développement du travail en journée et de la co-activité (déjà enclenché avant la crise néanmoins). Les acteurs de la propreté espèrent tirer parti de ce mouvement qui participe de l'amélioration des conditions de travail des salariés et permettrait de développer leur visibilité et leur reconnaissance. Les professionnels interrogés souhaiteraient également l'instauration de prix plancher afin de permettre la revalorisation salariale des agents de propreté.

Merci de votre attention !



Étude réalisée par le cabinet KYU Associés

136 Bd Haussmann - 75008 Paris | <https://www.kyu.fr/> | + 33 1 56 43 34 33

Equipe projet

Bernard ALBERTI | Julien FRAILLON | Marie BAUCHET