

L'Agence nationale des services à la personne présente la deuxième édition du baromètre d'image des services à la personne : depuis 2010, l'image positive des services à la personne s'est renforcée

Paris, le 31 mars 2011 – L'Agence nationale des services à la personne (ANSP) réalise chaque année un baromètre d'image des services à la personne. La 2^{ème} édition, menée par LH2, montre que les Français ont une meilleure connaissance du secteur, une image positive et renforcée et un socle de confiance solide.

L'ANSP publie les résultats de ce baromètre d'image des services à la personne auprès des Français. Il montre une évolution intéressante en un an de la perception qu'ont les Français des services à la personne. Si la première vague d'enquête, menée en mars 2010, présentait déjà une perception positive des services à la personne, en 2011, celle-ci s'est renforcée de manière significative.

A travers cette étude, l'ANSP peut, via une connaissance plus fine de l'image des services à la personne, apporter des indicateurs précis et utiles aux professionnels et acteurs du secteur. Les résultats de cette enquête leur seront présentés lors des rencontres de l'ANSP qui se déroulent tous les deux mois.

L'Agence nationale des services à la personne tire 4 grands enseignements de ce baromètre :

1^{er} enseignement

Les Français ont une meilleure connaissance du secteur

Le nombre moyen de citations a augmenté en passant de 2,4 en 2010 à 3,4 en 2011.

Pour 77% des Français (45% en 2010), les services à la personne évoquent d'abord les services de la vie quotidienne. Ils sont 60% (55% en 2010) à associer les services à la personne aux services aux personnes dépendantes, et 33% (14% en 2010) à les associer aux services rendus à la famille.

Aujourd'hui 93% de personnes interrogées (73% en 2010) ont une connaissance plus précise des différents métiers que regroupent le secteur.

2^{ème} enseignement

L'image positive des services à la personne est largement renforcée

91% des personnes interrogées (88% en 2010) ont une bonne image des services à la personne. Parmi eux, la part de ceux qui ont une « très bonne » image des services à la personne a augmenté par rapport à 2010 (37% en 2011 et 24% en 2010).

Par ailleurs, la grande majorité (plus de 95% en 2011 contre 60% en 2010) estime que les services à la personne correspondent à de vrais besoins de consommation et répondent bien aux principales évolutions de la société. L'image positive des salariés s'est aussi intensifiée : ils sont reconnus pour être utiles (99%), proches des gens (98%) et dévoués (94%).

3^{ème} enseignement

Les Français font confiance aux services à la personne

89% des Français pourraient faire confiance à un intervenant à domicile, qu'ils soient déjà consommateurs de services à la personne ou non. Le niveau de confiance s'est renforcé depuis l'année dernière (+5 points).

4^{ème} enseignement

Un secteur toujours en cours de développement

Certains traits d'image restent cependant à renforcer : l'attrait des métiers, les opportunités de carrière et les rémunérations.

La quasi-totalité (97%) des Français estiment d'ailleurs que les métiers du secteur des services à la personne mériteraient d'être davantage reconnus.

Methodologie

L'enquête a été menée, du 14 au 21 février 2011, en face à face au domicile des personnes interrogées auprès d'un échantillon national représentatif de la population de 1 031 personnes, âgées de 18 ans et plus, constitué selon la méthode des quotas.

<http://www.servicesalapersonne.gouv.fr>



CONTACTS PRESSE

Agence nationale des services à la personne Sarah Cassone 01 53 95 56 73 - 06 30 51 59 35 sarah.cassone@servicesalapersonne.gouv.fr
Image 7 Priscille Reneaume 01 53 70 74 21 preneaume@image7.fr