HAL open science

Consommer sédentaire pour développer l'emploi

Bernard Celli, Guillaume Defillon

To cite this version:

Bernard Celli, Guillaume Defillon. Consommer sédentaire pour développer l'emploi. Sciences de l'Homme et Société. 2017. hal-01813436

HAL Id: hal-01813436

https://minesparis-psl.hal.science/hal-01813436v1

Submitted on 12 Jun 2018

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

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

Mémoire de fin de formation du Corps des mines

Année de soutenance : 2017

Bernard CELLI

Guillaume DEFILLON

Consommer sédentaire pour développer l'emploi

Pilote : François VALÉRIAN

Terrain : Vincent MARINET / Charles-Henri WEYMULLER

REMERCIEMENTS

Nous tenions tout d'abord à remercier notre pilote, François Valérian, du Conseil général de l'Economie pour le temps qu'il a bien voulu nous consacrer tout au long de l'élaboration de ce mémoire, et surtout pour ses précieux conseils. Nous lui en sommes très reconnaissants.

Nous adressons un merci tout particulier à Pierre-Noël Giraud et à Philippe Frocrain pour leur soutien et leur accompagnement.

Nous souhaitons également vivement remercier Mme Michèle Debonneuil pour ses éclairages sur les services à la personne.

Nous tenons de plus à remercier tous ceux qui nous ont permis d'échanger avec eux sur ce sujet et d'enrichir notre point de vue : Arno Amabile, Vincent Aussilloux, Michel Berry, Éric David, Jean-François Lebrun, Jean-Hervé Lorenzi, Xavier Merlin, Sophie Piton, Grégoire Postel-Vinay.

Merci enfin à Vincent Marinet et Charles-Henri Weymuller de la DG Trésor, notre terrain.

SOMMAIRE

Remerciements **2**

Introduction **6**

I. Le modèle Nomade/Sédentaire **7**

A. Définition 7

B. Quelques exemples 8

C. Discussion sur la définition 8

1. Existe-t-il un portrait type du nomade ou du sédentaire ? 8
2. Quelle est la frontière entre nomade et sédentaire ? 10
3. Quelle est l'échelle géographique pertinente à prendre en compte ? 10
4. Quelles sont les interactions entre les différents groupes ? 11

II. La structuration de l'emploi en France **12**

A. Emplois nomades et sédentaires en France 12

B. Comparaison avec les autres pays 13

C. La notion de sédentarisation 14

III. Cadrage et objectifs **16**

L'emploi sédentaire est-il un rempart contre le chômage ? 16

IV. Sédentariser les nomades en agissant sur les marchés publics européens **19**

A. Le cadre des marchés publics 19

1. Les marchés publics dans le monde 19
2. L'Accord Multilatéral sur les Marchés Publics 19
3. Les régimes dérogatoires à l'AMP 20
4. Le cas des États-Unis 21
5. Les règles s'appliquant en France 21

B. Imposer un minimum de valeur ajoutée sur le sol européen 23
1. Proposition..... 23
2. Quels effets possibles ? 24
3. Quelles difficultés de mise en œuvre ?..... 24

V. Consommer nomade ou sédentaire mais consommer européen..... 26
A. Le marché de la consommation intérieure par les particuliers 26
1. Une demande grandissante pour les indications d'origine et autres 26
2. Le cas de l'alimentaire 28
3. Les cas de « franco-lavage » 28
B. Mettre en place un étiquetage clair..... 29
1. Une proposition d'étiquetage et de mise en œuvre 29
2. Les dispositifs déjà existants 30
3. Les principales difficultés..... 31

VI. Développer l'emploi sédentaire auprès de la personne..... 32
A. Définition..... 32
B. Soutien public aux SAP..... 34
C. Pourquoi s'intéresser aux SAP dans le cadre du présent mémoire ?..... 36
1. La filière des SAP présente plusieurs atouts 36
2. La filière présente par ailleurs des faiblesses qui suscitent des propositions d'amélioration 37
D. Propositions pour développer l'emploi dans les SAP 38
1. En influant sur la demande 38
2. En influant sur l'offre 40
E. Discussion sur ces propositions..... 41
1. Temps nécessaire..... 41
2. Déséquilibre entre les travailleurs et la plateforme ? 41
3. La nécessité de créer des emplois plus qualifiés 42

Conclusion **43**

Annexe **44**

Les activités de services à la personne 44

Bibliographie **46**

A. Sur la structuration de l'emploi 46

B. Sur les marchés publics 46

C. Sur la consommation 46

D. Sur les services à la personne 46

Introduction

On parle souvent de concurrence entre la France et d'autres pays, entre l'Europe et d'autres continents, ou encore entre régions. Cette concurrence serait selon les cas bénéfique ou nocive, équilibrée ou déloyale, créatrice de richesse ou destructrice d'emplois. Mais quelles personnes concerne-t-elle vraiment, quelles richesses, quels emplois ?

Pierre-Noël Giraud, dans *L'Homme inutile*, propose une réponse à cette question. En dépassant la distinction entre biens et services, d'une part, et entre biens échangeables et non échangeables, d'autre part, il distingue deux catégories d'emplois : est nomade celui qui peut voir son emploi disparaître et concurrencé par quelqu'un situé autre part, dans un autre pays ; est sédentaire, au contraire, celui qui n'est concurrencé que localement.

Les nomades, ce sont autant des ouvriers de l'automobile que des ingénieurs en aéronautique, des employés de centre d'appel ou des techniciens de la construction navale ; les sédentaires, eux, peuvent être boulangers, fonctionnaires, médecins, chauffeurs de taxi.

On le voit avec ces exemples : il n'y a pas un nomade type, pas un sédentaire type. Alors, quel est le sens de cette distinction ?

Ce sont les nomades qui sont concernés quand on parle de délocalisations en Europe de l'Est, de concurrence déloyale de pays asiatiques ; ce sont eux encore que l'on défend quand on promeut le made in France ou que l'on affecte quand on ouvre un marché à la concurrence. Ce sont donc les nomades qui concentrent l'essentiel de notre attention ; pourtant, ils ne représentent qu'un quart de l'emploi en France !

Il reste une troisième catégorie, celle des personnes au chômage.

L'objectif du présent mémoire est de déduire du modèle nomade – sédentaire des propositions de politique publique pour permettre à ces personnes de retrouver un emploi et pour encourager le développement d'emplois sédentaires.

I. Le modèle Nomade/Sédentaire

Dans son ouvrage « *L'Homme Inutile, du bon usage de l'économie* », Pierre-Noël Giraud, professeur d'économie à Mines ParisTech et à Dauphine, introduit la notion d'emplois nomades et sédentaires.

Il part du constat que le monde économique est constitué d'une juxtaposition de territoires au sein desquels les flux économiques sont facilités. Au sein d'un territoire, *« les flux sont libres et les conditions de l'activité économique sont homogènes, alors qu'elles diffèrent toujours d'un territoire à l'autre* ».

A. Définition

Les emplois nomades d'un territoire sont mis en concurrence par les entreprises internationales avec des emplois nomades situés dans d'autres territoires.

Les emplois sédentaires ne sont en concurrence directe qu'avec des emplois situés dans le même territoire.

Comment déterminer si un emploi est nomade ou sédentaire ?

Il s'agit de répondre à une question : « si l'individu qui occupe cet emploi perdait sa compétitivité et ainsi son emploi, celui-ci serait-il obligatoirement recréé au sein du territoire ou pourrait-il être recréé ailleurs ? »

Si la réponse à cette question est « au sein du territoire », il s'agit d'un emploi sédentaire.

Si la réponse à cette question est « ailleurs », il s'agit d'un emploi nomade.

Pierre-Noël Giraud définit également la notion de « bien sédentaire ». Il s'agit d'un bien, ou d'un service, produit par des emplois sédentaires.

B. Quelques exemples

Les ouvriers de l'industrie automobile, les ingénieurs de la pétrochimie, les acteurs de cinéma, les banquiers d'affaires, ou bien encore les traders constituent des exemples d'emplois nomades…

Les boulangers, les bouchers, les acteurs de théâtre, les docteurs ou les professeurs des écoles entrent dans la catégorie des sédentaires… Ils tirent leurs revenus de la production et de la vente des biens et des services sédentaires, qui ne circulent pas à l'extérieur du territoire considéré.

Ce sont les nomades qui sont concernés quand on parle de délocalisations en Europe de l'Est, de concurrence déloyale de pays asiatiques ; ce sont eux encore que l'on défend quand on promeut le made in France ou que l'on affecte quand on ouvre un marché à la concurrence. Ce sont donc les nomades qui concentrent l'essentiel de notre attention ; pourtant, ils ne représentent qu'un quart de l'emploi en France.

C. Discussion sur la définition

Même si les notions d'emploi nomade et sédentaire sont proches de celle d'emplois délocalisables et non délocalisables, on gardera dans les développements qui suivent la terminologie proposée par Pierre-Noël Giraud.

1. Existe-t-il un portrait type du nomade ou du sédentaire ?

Comme le montrent les exemples, il existe une très grande disparité de revenus et de formation au sein d'une même catégorie : entre un boulanger et un chirurgien au sein des sédentaires, entre un ouvrier de l'industrie automobile et un banquier d'affaires au sein des nomades.

Même si il n'existe pas de portrait type, le revenu des nomades est en moyenne supérieur au revenu des sédentaires.

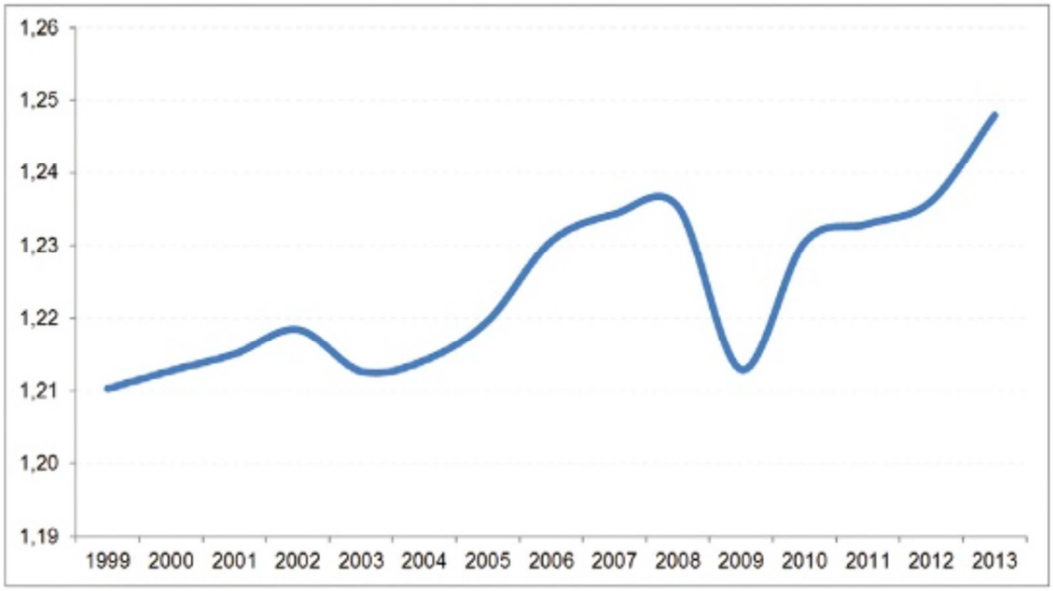

Figure 1. : Evolution du salaire relatif des exposés (1999-2013)

Source : Philippe Frocrain, Pierre-Noël Giraud (2016)

Ainsi, en 2013, les salaires des nomades sont en moyenne de près de 25% supérieurs à ceux des sédentaires. Cette inégalité s'accroît avec le temps, en particulier sous l'effet de la différence de productivité des deux secteurs.

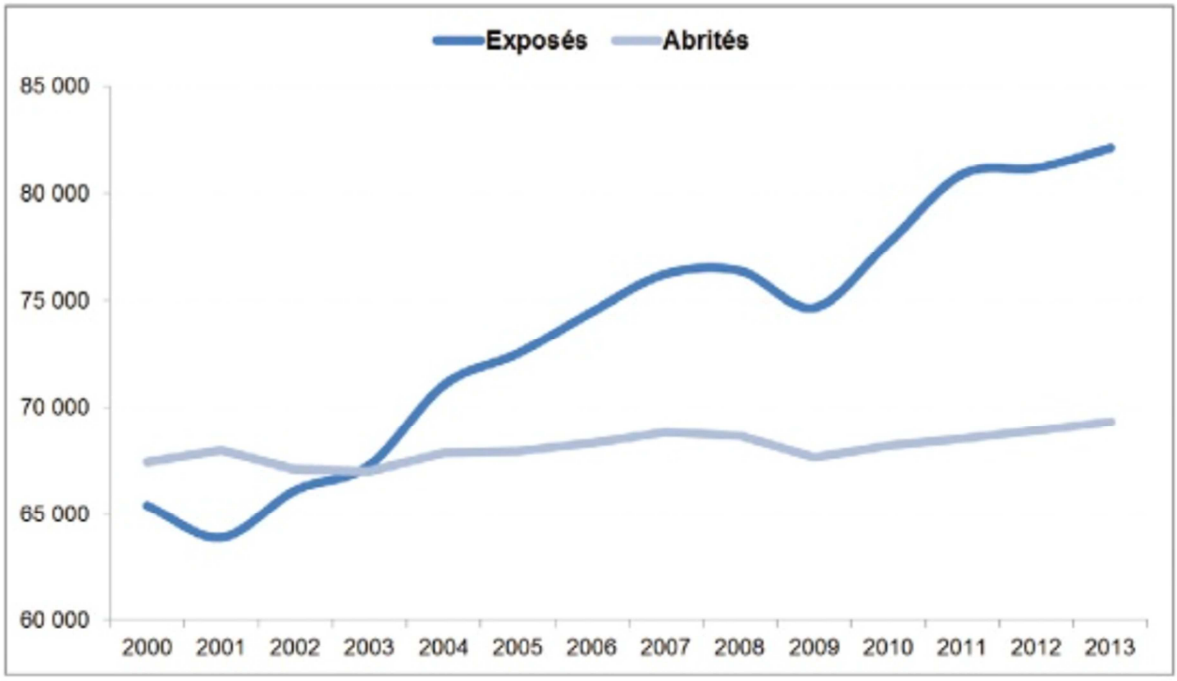

Figure 2. : Evolution de la productivité des exposés et des abrités en euros constants (2010)

Source : Philippe Frocrain, Pierre-Noël Giraud (2016)

2. Quelle est la frontière entre nomade et sédentaire ?

Il n'existe pas de frontière parfaitement définie et immuable entre emploi nomade et sédentaire. Ainsi, un emploi sédentaire peut devenir nomade dans le temps, sous l'effet des évolutions technologiques. Les progrès de la numérisation dans certains secteurs ont accéléré le passage d'emplois sédentaires à nomades.

Un exemple est celui d'employé de banque. Il y a 30 ans, un employé de banque constituait l'archétype du sédentaire. Localisé dans une agence de quartier, il avait pour mission de réaliser la plupart des opérations bancaires pour ses clients : virements, crédits, conseils… De nos jours, du fait des progrès de la numérisation, l'ensemble de ces opérations s'effectue à distance par une application ou un site internet. Les employés de banque sont devenus nomades.

3. Quelle est l'échelle géographique pertinente à prendre en compte ?

La notion d'emploi sédentaire est directement liée à la notion de territoire.

Dès lors la dimension géographique joue un rôle déterminant. Trois niveaux peuvent être envisagés :

- le niveau régional ou local ;
- le niveau national ;
- le niveau européen.

Ainsi, une boulangerie est sédentaire à l'échelle locale, une centrale électrique à l'échelle nationale et une usine automobile à l'échelle européenne.

Le niveau régional peut être intéressant pour développer l'attractivité d'une région en y créant des emplois sédentaires. Par exemple, la région Bourgogne—Franche Comté met en place une politique visant à développer le tourisme en créant des emplois sédentaires dans cette région. Pour autant, dans le cadre du présent mémoire, nous ne développerons pas plus avant ce niveau.

Le niveau national est le niveau le plus généralement évoqué par les politiques et les médias. Il correspond au niveau que souhaitent privilégier les politiques publiques de lutte contre le chômage ou bien celles qui promeuvent le « made in France ».

Les effets sur l'emploi diffèrent : la fermeture récente de l'usine Whirlpool d'Amiens pour la délocaliser en Roumanie n'a pas d'incidence sur l'emploi à l'échelle européenne mais en a évidemment une à l'échelle française.

Nous nous proposons de retenir les échelles nationale et européenne dans le cadre des préconisations formulées dans la suite de ce document.

4. Quelles sont les interactions entre les différents groupes ?

Le schéma qui suit présente les flux d'emploi entre les catégories nomades, sédentaires et chômeurs, sur deux territoires donnés A et B :

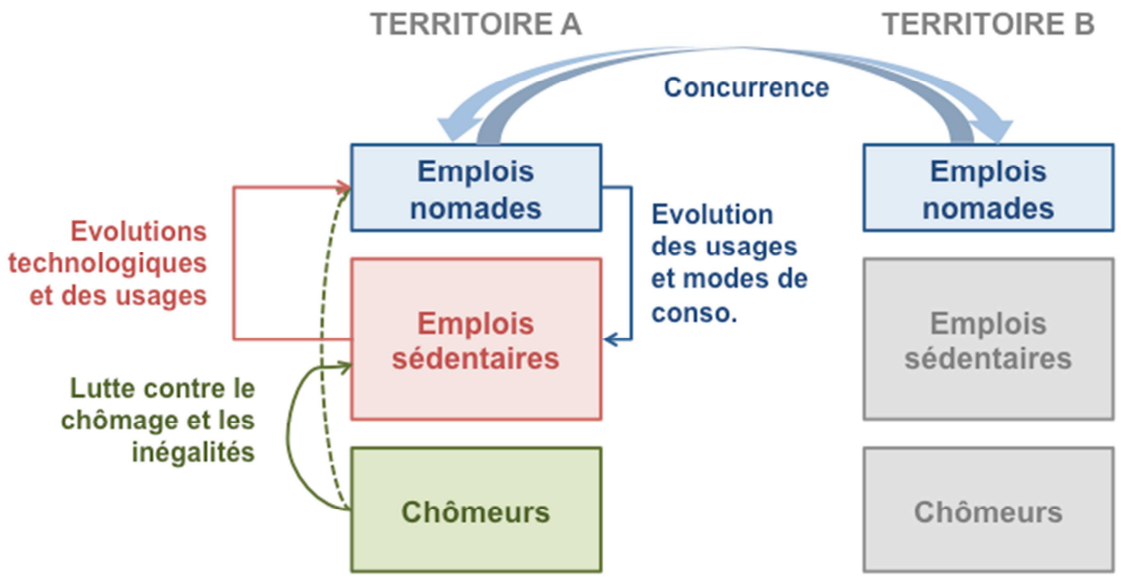

Figure 3. : Flux d'emplois entre les catégories

Transformer les chômeurs en sédentaires ou nomade (flèches vertes) constitue l'objectif des politiques de lutte contre le chômage et les inégalités.

Comme on l'a vu plus haut, certains sédentaires deviennent nomades (flèches rouges) du fait des évolutions technologiques. C'est le cas des employés de banques, par exemple, qui a été développée précédemment.

Enfin, dans la suite de ce mémoire, nous verrons que dans certaines circonstances, des emplois nomades peuvent devenir sédentaires, notamment en faisant évoluer les usages et les modes de consommation (flèches bleues).

II. La structuration de l'emploi en France

A. Emplois nomades et sédentaires en France

Il y avait, en France, 26,8 % d'emplois nomades dans l'emploi total en 2013. Cette proportion est en nette baisse depuis la fin des années 1990, avec trois composantes significatives : deux sont en diminution, l'agriculture et l'industrie des biens ; une est en croissance, mais pas assez pour compenser les destructions d'emplois des deux autres, c'est le secteur des services. Dans le même temps, le secteur sédentaire a, quant à lui, connu une augmentation principalement par le développement des services, qu'ils soient marchands ou non marchands.

Le secteur nomade a significativement accru sa productivité, et en particulier plus rapidement que le secteur sédentaire, ce qui contribue à l'accroissement de l'inégalité de revenu moyen entre les nomades et les sédentaires.

L'observation de la répartition géographique du secteur nomade et du secteur sédentaire met en lumière deux évidences qu'il convient de rappeler. Tout d'abord, pour un secteur d'activité sédentaire donné, le nombre d'emplois dans un territoire est souvent directement corrélé à sa population. Ceci est logique dès lors que les emplois sédentaires sont à proximité de leur clientèle. À l'inverse, l'implantation des nomades n'a que peu à voir avec la démographie : une grande usine agroalimentaire employant 1000 salariés peut s'implanter dans une ville de 10 000 habitants et, à l'inverse, certaines grandes villes n'hébergent aucun site industriel de ce secteur, puisque la clientèle locale n'a pas besoin d'être desservie par une usine locale.

La seconde évidence, directement liée, est l'inégalité du territoire face à l'exposition : certaines régions sont très dépendantes d'industries fortement nomades, d'autres sont très protégées. La vulnérabilité d'une région peut être source de grandes tensions au sujet de certaines implantations nomades – on le voit régulièrement lorsqu'une usine, délocalisée hors de France, laisse sa région sinistrée. À cette fragilité inégale s'ajoute une autre inégalité : dans de nombreux métiers, il sera plus aisé de retrouver un emploi en Île-de-France qu'en région Grand Est ; des ingénieurs en informatique retrouveront plus facilement un emploi que des ouvriers du textile. Pourtant, un informaticien de l'Essonne et un ouvrier du textile nancéien sont tous deux nomades : cela ne les empêche pas d'avoir des degrés de vulnérabilité très différents. En pratique, cela signifie que pour protéger et développer l'emploi, il est plus judicieux, d'un point de vue social ou politique, de se concentrer sur certains cas de figure.

Il existe par surcroît un facteur bien établi de *multiplicateur* d'emplois : un entrepôt logistique qui s'implante en Normandie et emploie 100 personnes ne va pas créer 100 emplois, mais davantage car ces personnes vont consommer dans la ville et la région. En d'autres termes, l'emploi nomade génère de l'emploi sédentaire. En France, Ph. Frocrain et P.-N. Giraud[1] estiment ce multiplicateur à 0,64. C'est-à-dire que 100 emplois qui s'implantent à un endroit donné génèrent en moyenne 64 emplois sédentaires supplémentaires. Les nomades génèrent aussi de l'emploi nomade, avec par exemple l'implantation de fournisseurs, mais dans une proportion moindre, 0,25 environ en France. On voit donc combien l'implantation de sites nomades, ou leur disparation, affecte significativement une ville et son territoire.

L'interaction entre le secteur nomade et le secteur sédentaire ne se limite pas à la création d'emplois. En effet, le secteur nomade consommant auprès du secteur sédentaire, par exemple pour l'immobilier, l'énergie ou les transports, le coût du secteur sédentaire influe sur celui du secteur nomade. On observe par exemple un écart significatif dans l'évolution des salaires du secteur sédentaire, entre la France et l'Allemagne : en Allemagne, ils ont augmenté de 25 % entre 1993 et 2012, contre 52 % en France. Or, on estime que 70 % de la différence d'évolution de la balance commerciale entre la France et l'Allemagne est causée par cette divergence de modération salariale. Il y a là un vrai enjeu au bon fonctionnement du secteur sédentaire, y compris pour le secteur nomade.

B. Comparaison avec les autres pays

Cette première observation nous conduit à observer les différences de structure de l'emploi entre la France et d'autres pays, notamment européens.

On constate en effet que, si la tendance à la diminution de la part de l'emploi nomade est partagée dans toute l'Europe, la France fait partie d'un bloc occidental (avec le Royaume-Uni, les Pays-Bas, l'Espagne) où cette proportion est particulièrement faible (moins de 30%) et où le secteur nomade est majoritairement constitué de services. Plus à l'est, l'axe Scandinavie-Allemagne-Italie, davantage industrialisé, a une part légèrement plus élevée de nomades et repose moins sur les services. Enfin, l'Europe Centrale et de l'Est, des pays baltes à la Grèce, est beaucoup plus nomade : plus de 35 % des emplois y sont nomades, et jusqu'à plus de 50 % en Roumanie ! Ce point de vue sur l'emploi retranscrit trois histoires différentes de l'Europe.

[1] Ph. Frocrain, P.-N. Giraud, *Dynamique des emplois exposés et abrités en France*, La Fabrique de l'Industrie, 2016.

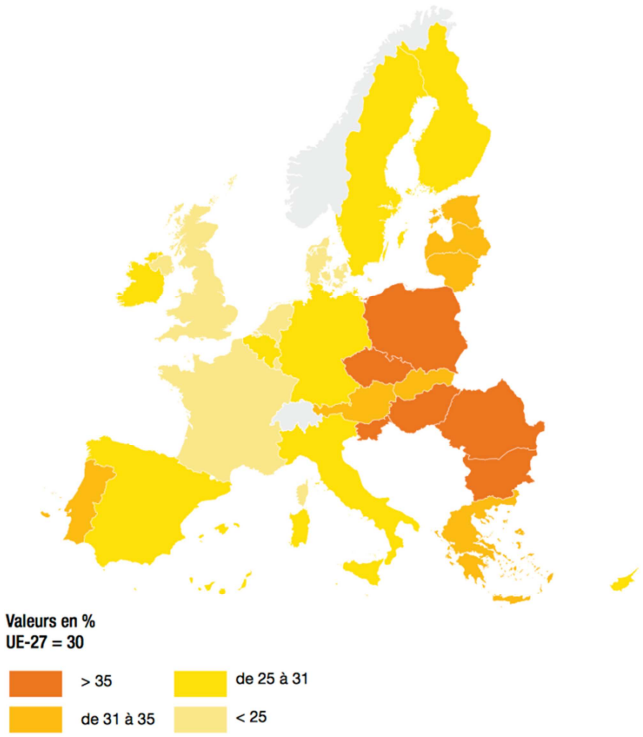

Figure 4. : Part des emplois nomades dans l'emploi total (UE 27, 2013)
Source : Eurostat, Philippe Frocrain, Pierre-Noël Giraud

Aux États-Unis, le fort recul des emplois industriels et agricoles n'est pas compensé par le développement des services nomades : il en résulte une baisse de la part d'emploi nomade dans l'emploi total, de 30 % à 26 % entre 1999 et 2013. Dans le même temps, le secteur sédentaire et les services nomades emploient du personnel de plus en plus qualifié.

C. La notion de sédentarisation

Compte tenu de la définition des emplois nomades et sédentaires, on voit que des emplois initialement sédentaires peuvent devenir nomades, si la nature de la concurrence change. Il est plus difficile d'imaginer en tant que tel un passage de nomade à sédentaire. Toutefois, nous pouvons parler de « sédentarisation » dans le cas de figure suivant : les conditions de concurrence sont telles que si, théoriquement, une concurrence extérieure peut exister, dans les faits, elle est pratiquement impossible.

Ceci peut par exemple survenir si la population d'un pays choisit de consommer presque exclusivement des biens produits sur le territoire national, dans un domaine donné, parce qu'ils accordent une valeur particulière à ces biens. On peut ainsi citer le cas de l'automobile allemande, où l'image de marque développée autour de la *Deutsche qualität* permet, d'une certaine manière, de considérer une voiture allemande comme un produit particulier, intrinsèquement différent d'une voiture étrangère. On peut aussi parler de sédentarisation si des barrières réglementaires ou normatives rendent en pratique très difficile l'importation d'un bien.

Naturellement, ces définitions sont moins catégoriques que celles des nomades et des sédentaires. Toutefois, elles ouvrent la voie à une certaine souplesse dans l'approche de la concurrence telle qu'elle s'exprime dans ce modèle nomade/sédentaire. Nous étudierons notamment dans la suite de ce mémoire certains cas de « sédentarisation ».

III. Cadrage et objectifs

Nous nous plaçons, dans le cadre de ce mémoire, du point de vue de la puissance publique. L'objectif est, avec le modèle Nomade/Sédentaire, de proposer des politiques publiques de lutte contre le chômage.

Selon l'INSEE, le chômage représente l'ensemble des personnes de 15 ans et plus, privées d'emploi et en recherchant un. Sa mesure est complexe. Les frontières entre emploi et inactivité ne sont pas toujours faciles à établir, ce qui amène souvent à parler d'un « halo » autour du chômage.

Les différents gouvernements ont mis en place des politiques spécifiques qualifiées de politiques d'emploi. Elles ont emprunté, selon Emmanuel Combe[2], deux directions principales : d'un côté, des instruments tels que l'indemnisation du chômage se sont inscrits dans le cadre d'une politique passive de gestion du chômage ; de l'autre, les pouvoirs publics ont tenté d'agir sur le niveau d'emploi, par le biais de politiques actives. C'est ce deuxième volet qui fera l'objet des développements qui suivent.

L'emploi sédentaire est-il un rempart contre le chômage ?

Il convient à présent de revenir aux préoccupations initiales : que nous apporte cette structure des emplois dans la lutte contre le chômage ? Une première tentation consiste à dire que développer l'emploi sédentaire est éminemment souhaitable, puisqu'il est beaucoup plus protégé.

Mais, on l'a vu, il a tout de même besoin du secteur nomade pour sa survie et, d'ailleurs, il peut bénéficier à ce même secteur nomade. Afin de lutter contre le chômage, nous devons donc jouer à la fois sur les emplois sédentaires et sur les emplois nomades.

Nous avons identifié un axe privilégié qui est celui de la consommation : il existe un lien étroit entre le modèle nomade/sédentaire et le consommateur. Ce lien est directement lié à l'observation de la répartition géographique des emplois nomades et sédentaires. On l'a vu, pour un secteur d'activité sédentaire donné, le nombre d'emplois est corrélé à la population, dès lors que les emplois sédentaires sont à proximité de leur clientèle.

Ainsi, un emploi nomade se caractérise par un éloignement du consommateur. Un client de la société Peugeot qui acquiert un véhicule construit dans l'usine du groupe en République Tchèque est de fait loin des nomades qui ont assemblé son véhicule.

---

[2] Précis d'économie, PUF, 14ème édition, 2016

A contrario, un emploi sédentaire se caractérise par une proximité immédiate du consommateur. Un boucher, un boulanger sont à proximité de leurs clients, un médecin est en contact direct avec son patient.

Dès lors, avec le modèle Nomade/Sédentaire, c'est le consommateur qui se situe au cœur de l'emploi. Cet angle va guider la suite de ce mémoire.

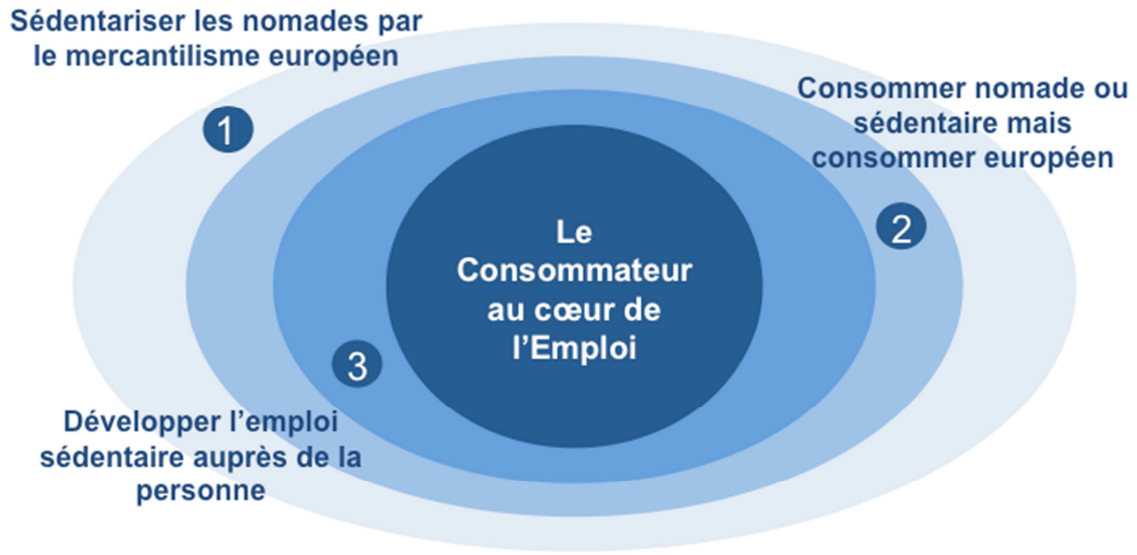

Figure 5. : Axes de propositions

Il s'agit de développer l'emploi selon trois axes qui constitueront les trois parties qui suivent :

- Sédentariser les nomades en en agissant sur les marchés publics européens ;
- Consommer nomade ou sédentaire mais consommer européen ;
- Développer l'emploi sédentaire auprès de la personne.

Deux questions peuvent être abordées à ce stade :

- l'avenir du travail ;
- l'évolution de la croissance.

S'agissant de l'avenir du travail, une étude, publiée en janvier 2016 et présentée au World Economic Forum de Davos par son président Klaus Schwab, « *The Future of Job* », montrait que la robotisation croissante, mais plus globalement l'intelligence artificielle et l'automatisation (objets connectés…), auront un impact très négatif sur les marchés du travail, avec la disparition nette de 5 millions de postes de travail liée à ce que le Forum de Davos appelait « *la quatrième révolution industrielle* ». Les secteurs les plus touchés devraient être « *par exemple le secteur de la santé qui est susceptible de subir les pertes d'emplois les plus sévères dans les cinq prochaines années, suivi de l'énergie et des services financiers et d'investissement* ».

L'Organisation internationale du Travail (OIT) a d'ailleurs inauguré, le 21 août dernier, une Commission internationale de haut niveau chargée de mieux appréhender les défis soulevés par un monde du travail en rapide transformation. La Commission doit étudier en particulier la relation entre travail et société, comment créer des emplois de qualité pour tous, comment organiser le travail et la production et la gouvernance du travail. Cette Commission est mise en place dans le cadre de « l'Initiative du centenaire sur l'avenir du travail », lancée par l'OIT en 2013. Un rapport sera rendu en 2019.

Par ailleurs, la question de l'évolution de la croissance ne peut pas être éludée. Le concept de « stagnation séculaire » a été proposé en 1938 par Hansen, à propos d'un niveau d'investissement insuffisant pour atteindre le plein-emploi. Ce concept a été réintroduit par Summers en 2013. Il est défini comme une situation où « *l'économie ne parvient pas à se rapprocher de son potentiel de croissance, du fait notamment de la difficulté à abaisser suffisamment les taux d'intérêt réels* »[3]. Ce concept de stagnation séculaire suscite des débats parmi les économistes, y compris quant à sa réalité. La plupart des économistes s'accordent toutefois sur la nécessité d'une réponse globale pour éloigner les risques d'une stagnation durable, combinant des mesures monétaires, budgétaires et structurelles, et de préférence coordonnée au niveau international.

Compte tenu du champ, déjà vaste, du sujet, il est proposé de ne pas étudier plus avant ces deux notions d'avenir du travail et de stagnation séculaire.

[3] Note Trésor-Eco n° 182, avril 2016

IV. Sédentariser les nomades en agissant sur les marchés publics européens

A. Le cadre des marchés publics

1. Les marchés publics dans le monde

En France, les marchés publics sont des contrats à titre onéreux qui sont passés entre, d'une part, une l'État, une collectivité territoriale, une entreprise publique ou encore un EPCI, et d'autre part, tout type de personnes publiques ou privées.

L'objet du marché en question peut être la construction d'un bâtiment public, la fourniture de denrées alimentaires, la rénovation de conduites de gaz ou encore un service d'assurances.

En France, ces marchés publics représentaient en 2015 environ 385 milliards d'euros[4], soit environ 20 % du PIB. On retrouve la même proportion de 20 % pour l'Union européenne, puisqu'en 2010 ce sont plus de 2400 milliards d'euros qui ont été dépensés dans ces marchés. La France occupe la troisième position en termes de dépenses, derrière l'Allemagne (480 milliards d'euros) et le Royaume-Uni (390 milliards d'euros).

A l'échelle mondiale, l'OMC estime que les marchés publics d'un pays représentent en moyenne 10 à 15 % du PIB du pays en question. D'une manière générale, les marché publics représentent une part élevée des marchés d'un pays et représentent donc un enjeu particulier pour les fournisseurs tant nationaux qu'étrangers. Jusqu'à une époque récente, les marchés publics étaient généralement exclus des accords commerciaux internationaux relevant du GATT et de l'OMC.

2. L'Accord Multilatéral sur les Marchés Publics

A partir de la fin des années soixante-dix, un certain nombre de pays membres de l'OMC ont conclu un accord visant à garantir l'ouverture des marchés publics à une concurrence transparente et équitable entre fournisseurs des pays prenant part à l'accord. Il s'agit de l'Accord plurilatéral sur les Marchés Publics (AMP).

Dix-neuf parties, comprenant 47 membres de l'OMC, sont signataires de cet accord. L'AMP se compose d'une part du texte de l'accord, d'autre part de la liste des engagements de chacune des parties en matière de critères d'ouvertures des marchés publics : quel champ d'application, quel pouvoir adjudicateur, à partir de quel montant…

---

4 Source : OCDE (http://stats.oecd.org/)

Cet accord est un traité juridiquement contraignant. Sa première forme date de 1979 et sa version actuelle est en vigueur depuis 2014, hormis pour les pays qui n'en ont pas encore achevé la ratification et continuent de se baser sur la version antérieure de 1994. Ses grands principes sont la non-discrimination entre entreprises, des prescriptions sur la procédure de passation de marchés et sur la transparence de l'information, ainsi que l'application d'un traitement spécial et différencié pour les pays en développement et pays les moins avancés.

En particulier, il interdit un traitement moins favorable vis-à-vis des fournisseurs étrangers ou produisant à l'étranger, que celui accordé à des entreprises nationales.

L'Union Européenne, signataire de l'AMP, est l'un des moteurs de cette ouverture progressive des marchés publics et affiche une volonté d'exemplarité afin d'inspirer les autres pays. Environ 350 milliards d'euros (soit plus de 15%) de marchés publics sont ouverts à une concurrence extra-européenne. En comparaison, le degré d'ouverture des Etats-Unis n'atteint que 180 milliards d'euros (10%) et celui du Japon 30 milliards d'euros (5%).

3. Les régimes dérogatoires à l'AMP

Certains pays ont obtenu des dérogations à l'AMP. Ainsi, des pays tels que le Canada, les Etats-Unis ou la Corée du Sud, peuvent réserver une certaine partie de leurs marchés publics à des PME.

Comme dit précédemment, les pays en développement bénéficient explicitement d'un traitement différencié visant à favoriser le développement de branches de production nationales et à faciliter l'équilibre de leur balance des paiements, et tolérant que ces pays appliquent des accords régionaux spécifiques sous réserve de leur approbation par l'OMC. Dans la même philosophie, l'AMP permet aux pays les moins avancés, même non signataires de l'accord, d'en bénéficier en ce qui concerne leurs entreprises.

Par ailleurs, certains Etats peuvent restreindre l'accès à leurs marchés publics par des voies indirectes. C'est par exemple le cas du Japon, qui dispose de barrières normatives et réglementaires élevées qui rendent plus difficile l'accès à son marché par des entreprises étrangères qui ne produisent pas spécifiquement pour exporter au Japon. La difficulté du système d'homologation japonais ou encore la complexité des réseaux de distribution qui nécessitent souvent de passer par une entreprise locale s'ajoutent à ces barrières.

4. Le cas des États-Unis

Les États-Unis sont engagés depuis longtemps dans une démarche visant à ce que l'État, en tant que consommateur, soit un acteur de l'emploi et du développement de l'économie.

Entré en vigueur en 1933, le *Buy American Act* impose, pour les achats directs réalisés par le gouvernement américain, que tous les biens concernés soient produits sur le territoire américain. Le *Buy America Act* étend, en 1982, cette disposition aux agences tierces qui utilisent des fonds accordés par le Département des Transports.

En 2009, dans le cadre du plan de relance de l'économie américaine, le *Buy American Provision* impose que les financements accordés en lien avec ce plan ne s'appliquent qu'aux projets d'infrastructure utilisant des matériaux (fer et acier) ou des biens manufacturés produits aux États-Unis.

5. Les règles s'appliquant en France

Trois principes s'appliquent en France, d'une part au titre de la Constitution, d'autre part au titre du droit européen : le libre accès à la commande publique, l'égalité de traitement et la transparence.

Les deux premiers principes interdisent toute discrimination entre les prestataires, qu'il s'agisse d'interdire l'accès à un marché public ou d'imposer des conditions d'exécution particulières. Le troisième impose la publicité du marché et des critères de décision.

Ces principes ne s'appliquent pas dans quelques cas de figure, principalement lorsqu'il y a une urgence, lorsque les montants engagés sont inférieurs à 25 000 € ou lorsque aucune candidature recevable n'a été adressée suite à un appel d'offres.

Il existe des seuils de procédure formalisée : au-delà d'un certain montant, qui varie selon la nature du marché et l'entité contractante, le marché public concerné doit faire l'objet d'une procédure formalisée. Cette procédure peut être un appel d'offres, une procédure concurrentielle avec négociation, une procédure négociée avec mise en concurrence préalable ou un dialogue compétitif. Pour les fournitures et services, ce seuil varie de 135 000 € à 418 000 €. Pour les travaux, il se situe à 5 225 000 €.

Il existe également des seuils de publicité, qui imposent le degré de publicité à donner au marché concerné : à titre d'exemple, au-delà de 90 000 €, il est obligatoire de publier l'avis de marché au Bulletin Officiel des Annonces de Marchés Publics.

En vertu du principe de libre accès à la commande publique, il n'est pas possible d'appliquer de préférence géographique (locale, nationale ou européenne) dans le choix de la candidature retenue. Ceci inclut le lieu de production des biens ou services requis, mais aussi, par exemple, toute obligation qui serait faite d'utiliser des produits locaux, par exemple dans les cantines scolaires.

Néanmoins, depuis le 25 août 2011, les marchés publics en France peuvent recourir à des circuits courts : « Est considéré comme circuit court un mode de commercialisation des produits agricoles qui s'exerce soit par la vente directe du producteur au consommateur, soit par la vente indirecte, à condition qu'il n'y ait qu'un seul intermédiaire entre l'exploitant et le consommateur ». Le décret n°2011-1000 du 25 août 2011 « offre la possibilité aux acheteurs de retenir, parmi les critères de choix de l'offre économiquement la plus avantageuse, les performances en matière de développement des approvisionnements directs de produits de l'agriculture. »

Par ailleurs, l'ordonnance n° 2015-899 du 23 juillet 2015 relative aux marchés publics autorise l'imposition de critères environnementaux ou sociaux dans les conditions d'exécution d'un marché public, dans son article 38 :

« Les conditions d'exécution d'un marché public peuvent prendre en compte des considérations relatives à l'économie, à l'innovation, à l'environnement, au domaine social ou à l'emploi, à condition qu'elles soient liées à l'objet du marché public. (...) »

En pratique, ce texte ouvre en particulier la voie à un alourdissement de critères tels que l'empreinte carbone, qui favoriserait *de facto* la production locale. C'est aussi ce que permet, par ailleurs, le choix de délais de livraison ou encore le recours à des produits alimentaires respectueux de l'environnement.

L'utilisation de ces éléments dans le cadre de politiques de l'emploi peut être vu par nature comme une dérive : utiliser l'argument environnemental, censé être une fin, comme un moyen pour contourner la non-discrimination des entreprises étrangères, est en quelque sort vicieux. C'est particulièrement vrai sur toute contrainte posée sur le trajet des marchandises.

En revanche, il peut être légitime de le faire valoir pour des critères d'exécution (procédés de production, conditions de travail, etc.) : l'État n'ayant pas vocation à faire remplir ses besoins par des entreprises ne respectant pas ses principes en termes de traitement des personnes, de normes

environnementales, etc. Là encore, la prudence est de mise : si cet argument vaut pour des différences significatives, il est plus discutable qu'il se justifie *contre* des pays dont les conditions de travail sont similaires, mais légèrement moins bonnes qu'en France.

Enfin, il existe un mécanisme pour se protéger contre une concurrence déloyale : c'est le critère d'offre anormalement basse. Le code des marchés publics indique que « Si une offre paraît anormalement basse, le pouvoir adjudicateur peut la rejeter par décision motivée après avoir demandé par écrit les précisions qu'il juge utiles et vérifié les justifications fournies ». L'appréciation de cette anormalité est laissée aux pouvoirs adjudicateurs et ne fait pas l'objet d'une définition officielle.

On observe donc un ensemble de mesures permettant de lutter, directement ou indirectement, contre la concurrence de pays appliquant des normes sociales, environnementales ou salariales, trop manifestement différentes de la France. En revanche, nulle disposition n'autorise les pouvoirs adjudicateurs de marchés publics à privilégier l'emploi local, national ou européen.

B. Imposer un minimum de valeur ajoutée sur le sol européen

1. Proposition

Proposition 1 :

Afin de donner à l'État et aux collectivités publiques les moyens de défendre l'emploi à travers leur propre consommation, nous proposons que, dans tout marché public européen, une part minimale de valeur ajoutée soit nécessairement réalisée sur le sol européen.

Cette disposition favoriserait les entreprises appliquant les règles européennes dans leur production, et rétablirait un certain équilibre vis-à-vis de concurrents étrangers ne respectant pas ces règles.

Cette proposition implique de définir et mesurer de façon assez précise la localisation de cette valeur ajoutée : comment décomposer la valeur ajoutée dans un produits complexe constitué de pièces produites dans plusieurs pays d'Asie, assemblé pour partie en Inde et pour partie en Europe, et distribué par une entreprise dont les fonctions support sont situées aux Etats-Unis et ne se consacrent pas entièrement à ce produit-ci ? Quelle confiance accorder à cette mesure ?

Dans l'exécution peuvent se poser plusieurs problèmes. D'une part, il peut ne pas y avoir de candidat remplissant le critère de localisation : dans ce cas, la mise en compétition s'opérerait entre les différents candidats en omettant ce critère. D'autre part, il peut y avoir un seul candidat éligible, auquel cas celui-ci dispose d'un pouvoir de négociation significatif puisqu'il est en situation de monopole.

2. Quels effets possibles ?

Sur le sol européen, cette disposition concerne des marchés publics totalisant environ 350 milliards d'euros de dépenses par an. L'imposition d'un seuil de 50 %, par exemple, impliquerait en fait plus de 50 % du montant de ces marchés, compte tenu du fait que des entreprises produisant à 60 ou 80 % sur le sol européen seraient également favorisées. Nous pouvons néanmoins retenir l'estimation de 175 milliards d'euros ainsi « verrouillés ».

Les fournisseurs concernés sont des nomades, puisqu'ils sont très précisément en compétition avec des concurrents extra-européens. Verrouiller ainsi 175 milliards d'euros par an, ce serait *sédentariser* les activités et les emplois associés. Ce montant représentant environ 1,2 % du PIB européen, on peut estimer le nombre d'emplois ainsi sédentarisés à plusieurs millions sur l'ensemble du territoire de l'Union Européenne. Il convient toutefois de souligner que certains de ces emplois existent déjà sur le sol européen : ils sont certes nomades, mais pas forcément concurrencés par des emplois extra-européens.

Une réserve majeure sur cette proposition est la suivante : si une administration ou collectivité locale est ainsi contrainte à contracter avec une entreprise produisant en Europe, alors qu'elle en aurait pris une autre sans cette règle, cela signifie que le coût pour elle augmente. Ses dépenses pour un autre marché seront donc réduites d'autant, ce qui peut dégrader la qualité ou l'étendue de son action.

3. Quelles difficultés de mise en œuvre ?

Cette proposition est à contre-courant de la dynamique de l'Union Européenne sur les marchés publics. Elle prend aussi à contre-pied ses principes de libre-échange, à ceci près qu'elle ne modifie pas les règles internes du marché intérieur européen.

Néanmoins, aboutir à une position commune des pays d'Europe sur ce sujet n'est pas chose aisée. Par le passé, certains pays, comme l'Allemagne ou les pays scandinaves, ont fait part de leur opposition à cette mesure, à des degrés divers. Les pays européens les plus exportateurs craignent qu'une telle mesure appelle des mesures de rétorsion de la part de leurs principaux clients, notamment la Chine.

De plus, l'AMP étant un accord plurilatéral, une difficulté supplémentaire se pose concernant le fait d'obtenir des pays signataires une dérogation à cet accord. Les dérogations existantes résultent soit de raisons historiques (pour les Etats-Unis notamment), soit d'un niveau de développement moins avancé du pays. L'Union Européenne ne peut rentrer dans ces deux cas de figure.

V. Consommer nomade ou sédentaire mais consommer européen

A. Le marché de la consommation intérieure par les particuliers

Dans la partie qui suit, nous souhaitons regarder un autre type de consommateur, le particulier, et son rôle sur le marché intérieur européen. Le particulier peut-il participer à une « consommation européenne » ? Par quels moyens peut-on l'inciter à y contribuer ?

Répondre à cette question implique de se demander à quels critères le consommateur est sensible. Le prix en est un évident, mais il y en a d'autres : la qualité du produit, ses vertus environnementales, ses propriétés sanitaires, sa provenance ou encore l'éthique de sa fabrication. Or il s'avère que, si le prix reste structurant dans les choix de consommation, les particuliers sont de plus en plus sensibles à ces autres critères, et, si ce n'est en action, au moins en intention.

1. Une demande grandissante pour les indications d'origine et autres

On observe en France une demande grandissante pour tout type d'informations sur la qualité des produits et sur leur origine. Ceci se traduit par exemple par l'évolution fulgurante du marché des produits alimentaires issus de l'agriculture biologique, qui touche un public croissant.

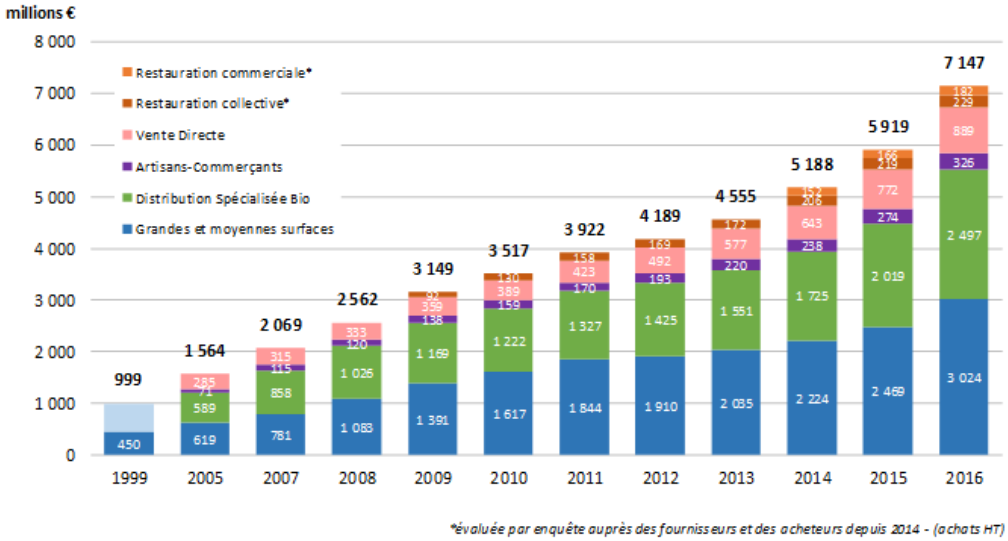

Figure 6. : Evolution du chiffre d'affaires du « bio » en France

Source: Agence BIO/AND-i 2017

De la même manière, la question de l'origine des produits, popularisée notamment par Arnaud Montebourg, promoteur du « Made in France », en 2012, voit l'émergence de vraies demandes pour une meilleure connaissance de l'origine des produits. Un sondage d'OpinionWay en 2011 estimait à 91 % le nombre de Français prêts à donner la priorité à des articles fabriqués en France, lorsqu'ils ont le choix. Dans le même ordre d'idées, l'institut BVA estimait que 85 % des Français étaient prêts à payer plus cher pour un produit fait en France, en 2013, contre 72 % en 2011. Cette appétence s'illustre particulièrement dans des domaines comme l'équipement domestique ou l'automobile, et surtout l'alimentaire.

Dans le même temps, des doutes pèsent sur la fiabilité des indications sur l'origine des produits. Ainsi l'association Pro France a-t-elle lancé en 2011 la certification privée « Origine France Garantie », l'indication « Made in France » ne paraissant pas assez restrictive : cette certification impose des contraintes sur le lieu de fabrication ou d'assemblage et la provenance de la matière première et la valeur ajoutée doit au moins pour moitié provenir d'un travail réalisé en France.

Cette appétence pour l'origine correspond à des priorités personnelles diverses : la rechercher d'un savoir-faire local ou d'une idée de « terroir », la contribution à la sauvegarde de l'emploi, l'idée que la provenance s'associe à une qualité et des normes éthiques, sociales ou encore environnementales élevées.

La croissance de la demande d'informations de la part des consommateurs n'est pas une spécificité française. On la trouve de manière équivalente au Royaume-Uni, en Espagne ou dans d'autres pays européens, où elle se retranscrit par des labels « Made in Britain », « Hecho en España » ou encore la multiplication des sites sur la provenance et les vertus des produits.

Aux États-Unis, les consommateurs sont de plus en plus demandeurs de produits « Made in USA », soit par patriotisme économique, soit avec l'idée que ces produits sont de meilleure qualité. Le distributeur Walmart a ainsi décidé d'augmenter significativement la part de biens produits sur le sol américain dans l'ensemble de sa marchandise, en l'associant à l'idée de créer des emplois locaux. Par ailleurs, selon une étude de 2009, 36 % des consommateurs américains achetaient régulier des produits respectueux de l'environnement, et 54 % se déclaraient susceptibles de le faire si leur prix était moins élevé.

L'OCDE relevait par ailleurs en 2010 que dans ses pays membres, les consommateurs expriment le souhait de consommer davantage de produits éco-responsables, mais font preuve de scepticisme quant à la véracité du caractère écologique affiché d'un produit ou d'une entreprise.

2. Le cas de l'alimentaire

Le cas de l'alimentaire est assez emblématique de ces questions d'informations. Les consommateurs sont davantage sensibles aux questions sanitaires sur des produits alimentaires. De plus, l'association entre l'agriculture et l'environnement, donc les qualités environnementales et la notion d'agriculture biologique, d'une part, et entre l'agriculture et le terroir, donc l'origine, d'autre part, est particulièrement développée auprès du consommateur. De ce fait, l'origine du produit influence le choix de l'achat de produits alimentaires pour 90 % des Français : c'est le secteur où cette influence est la plus grande.

L'idée d'association entre l'origine et la qualité se concrétise dans le domaine de l'alimentaire : ainsi, en 2016, plus de 70 % des produits bio consommés en France étaient eux-mêmes produits en France, ce qui fait indirectement de ce critère bio un véritable critère de sédentarité de la production.

De ce fait, le secteur agroalimentaire a vu émerger un grand nombre de labels, publics ou privés et plus ou moins connus du grand public, qui permettent de se renseigner sur le mode de production biologique (*Agriculture biologique*, *Nature et progrès*, …), le commerce équitable (*Max Havelaar*), les appellations d'origine (AOC, AOP, IGP, …), la qualité (*Label rouge*) ou encore l'origine (*Viande bovine française*) dans des proportions sans équivalent pour les autres produits. Ceci s'associe d'autre part à une réglementation européenne sur l'origine des produits qui n'a pas d'équivalent pour les autres biens de consommation.

L'industrie agroalimentaire continue à évoluer sur ce sujet : ainsi, les industriels laitiers ont depuis début 2017 seulement l'obligation d'indiquer la provenance du lait qu'ils utilisent dans leurs produits, et la bonne application fait encore l'objet de critiques et de réserves, par exemple de la part de l'UFC-Que Choisir.

3. Les cas de « franco-lavage »

On peut qualifier de « franco-lavage » la pratique consistant à tromper le consommateur sur l'origine d'un produit, en lui faisant croire qu'il est fabriqué en France. Cette pratique (ou son équivalent européen) peut prendre des formes très variées : choix d'un nom de produit trompeur, apposition de labels peu clairs ou encore campagne de marketing mettant en avant une image française.

L'idée d'un nom trompeur est tout simplement de nommer un produit « Cuirs de France » ou bien « Crème *La Normande* ». Cette pratique est très encadrée par la loi et contrôlée par la DGCCRF. Elle traduit néanmoins l'idée qu'une entreprise a intérêt à faire figurer une origine locale sur ses produits.

L'apposition de labels peu clairs trouve un exemple dans les logos « CE » apparus il y a quelques années : l'étiquetage « CE » (pour Communauté Européenne), indiquant que le produit respectait bien les normes de l'Union Européenne, côtoyait une variante, à la différence graphique très subtile et difficile à détecter, signifiant « China Export ».

Un exemple du troisième cas de figure est celui de la marque de téléphones portables Wiko : fondée à Marseille, clairement identifiée comme une entreprise « française » dans sa stratégie commerciale, elle se trouve également être la filiale de Tinno, un fabricant chinois de téléphones portables, dont Wiko importe les produits, fabriqués en Asie, pour le marché français. Wiko joue ainsi d'une forme de « patriotisme économique » de la part de ses clients français dont il n'est pas évident qu'il soit pleinement justifié. Pour autant, là encore, la stratégie commerciale de l'entreprise traduit l'appétence du consommateur pour un produit « local ».

B. Mettre en place un étiquetage clair

1. Une proposition d'étiquetage et de mise en œuvre

Au vu des réflexions précédentes apparaît le hiatus suivant : les consommateurs sont demandeurs de produits remplissant certaines exigences de qualité ou d'origine, mais ils n'ont pas la possibilité de concrétiser cette demande par défaut d'information. Par surcroît, cette demande vient compenser une inégalité : plus les normes de qualité d'un article sont élevées, plus la production de cet article est coûteuse. Naturellement, on ne saurait réduire la différence de prix à une seule différence de qualité, mais il y a une causalité évidente et un déséquilibre évident.

Ceci étant posé, comment résoudre le défaut d'information que rencontrent ces consommateurs en nombre croissant ?

Proposition 2

La solution que nous proposons est la suivante : **imposer un étiquetage simple et commun à un grand nombre d'articles de secteurs différents – habillement, jouets, cosmétiques, etc. - qui permette d'identifier rapidement, sans ambiguïté, quatre caractéristiques du produit : sa provenance, ses qualités environnementales, ses qualités sanitaires et son respect de normes éthiques.** Cette étiquette se présenterait par exemple sous la forme d'un carré de quatre cases, chaque case contenant un logo simple indiquant un degré de qualité.

Que mettons-nous derrière ces critères ? Il est manifeste qu'il ne peut exister un critère identique pour un jouet en bois d'un côté, et un produit détergent de l'autre. Toutefois, il apparaît largement envisageable de définir des principes généraux communs qui soient détaillés, pour chaque type de produit, selon des référentiels spécifiques. Ainsi, peut-on imaginer, tel vêtement sera considéré comme « Fait en Europe » si toutes les étapes entre le tissu brut et le produit final ont eu lieu sur le sol européen ; mais tel jouet sera considéré comme « Fait en Europe » si plus de 50 % de sa valeur ajoutée provient d'Europe. Dans les deux cas, le principe général de « provenance européenne » est similaire ; mais la nature du produit conduit à le décliner de telle ou telle manière plus opérationnelle.

Mettre en place ces référentiels serait naturellement une tâche longue et difficile. Pour rendre opérationnelle plus rapidement notre proposition, une alternative temporaire peut être de remplacer ces critères par un label, régulièrement obtenu par le produit en question, et choisi par le distributeur parmi une liste prédéfinie de labels susceptibles de correspondre à telle ou telle case (origine, qualité sanitaire, qualité environnementale, éthique). Cette liste serait bien entendue à définir en amont, mais sur la base de labels déjà existants.

Attardons-nous un instant sur l'idée suivante : ce qui fait, à notre sens, la force de cette idée, ce n'est pas qu'un produit « vertueux » puisse montrer sa qualité ; car, dans la majorité des cas, c'est déjà possible. Il s'agit davantage d'imposer aux produits « non vertueux » d'afficher leurs défauts – par exemple, le fait de laisser quatre cases vides sur l'étiquette réglementaire. Ainsi, le consommateur aurait, sans effort, accès à une information décisive pour son choix.

2. Les dispositifs déjà existants

On l'a dit, les produits agroalimentaires ont atteint une certaine maturité sur ce sujets et, d'ailleurs, sur chacun des aspects : origine de la viande ou des fruits, agriculture biologique, commerce équitable ou normes sanitaires sont des notions déjà solidement établies dans les habitudes de consommation. Sur ces produits, notre proposition se contenterait *in fine* de normaliser la façon dont les labels apparaissent, sans en changer véritablement le contenu – mais, une fois de plus, en pointant du doigt les produits peu vertueux.

Dans d'autres secteurs, il existe peu voire pas d'obligation d'afficher à l'heure actuelle, et selon les types de produits, il peut exister énormément de labels ou, au contraire, quasiment aucun.

L'ADEME a été en 2011-2012 à l'origine d'une expérimentation impliquant plus d'une centaine d'entreprises pour réaliser un affichage de caractéristiques environnementales claires sur leurs produits, initiative qui a été soulignée comme répondant à de véritables attentes des consommateurs.

En 2013, la Commission Européenne a adopté une recommandation visant à harmoniser les méthodes de calcules de l'empreinte environnementale des produits (PEF) et des organisations (OEF).

3. Les principales difficultés

La première difficulté que nous avons déjà évoquée, est la difficulté de synthétiser de façon simple et raisonnablement uniforme d'un produit à l'autre, les quatre critères de choix. Naturellement, l'enjeu des critères est susceptible de mettre une pression importante sur les organismes en charge de leur définition et de leur évaluation.

Une autre difficulté est celle du nombre de produits différents à étiqueter, ainsi que des éventuelles évolutions des produits en cours de commercialisation : comment parvenir à assurer que chaque produit distribué sur le marché bénéficiera d'une évaluation dans un temps raisonnable entre sa conception et sa mise sur le marché ? Comment s'assurer que la notation d'un produit donné est valable tout au long de sa distribution ?

Naturellement, la sensibilisation des consommateurs à l'existence et au fonctionnement de cet étiquetage sera un enjeu significatif et, compte tenu des points précédemment soulevés, la crédibilité dans le temps des labels et indicateurs devra faire l'objet d'une attention redoublée.

VI. Développer l'emploi sédentaire auprès de la personne

Aujourd'hui, le secteur des services à la personne (SAP) représente en France, selon la Direction générale des Entreprises (DGE), 1,4 million de salariés, purement sédentaires, répartis au sein de 35 000 organismes dont 14 000 autoentreprises. Il bénéficie à 2,7 millions de personnes. Même s'ils représentent près de 5% de l'emploi salarié en 2010 d'après l'INSEE, les SAP ne constituent pas un secteur en tant qu'entité économique unifiée. En effet, ils correspondent plutôt, comme le note France Stratégie[5], à une construction sociale et fiscale.

A. Définition

Les SAP ont comme lieu de production et de consommation le domicile ou sa proximité. Ils répondent à des besoins spécifiques aux différents stades de la vie (petite enfance, personnes âgées...) dans un contexte de changement de modes de vie, notamment la participation accrue des femmes au marché du travail.

Les SAP recouvrent à la fois des services d'aide aux publics fragiles et des services pour la vie quotidienne. Par services d'aide aux publics fragiles, on entend garde d'enfants de moins de 6 ans, personnes âgées dépendantes ou handicapées et familles fragilisées. Par service pour la vie quotidienne, on entend des activités dédiées aux personnes non fragiles, y compris les personnes âgées non dépendantes : entretien du logement, repassage, jardinage…[6]

« Faire soi-même » reste la première réponse aux besoins de la vie quotidienne[7] : la plupart des gens font spontanément leur ménage, leur repassage ou aident ceux de leurs proches qui en ont besoin. Selon l'Insee, cette « autoproduction » représente 97 % de la production de services à la personne : en moyenne, un adulte français passe 3 heures par jour pour de telles activités, jusqu'à 5 heures par jour pour les femmes vivant en couple avec enfant. Le recours à des prestataires pour assurer ces services ne représente que 4 minutes par jour et par adulte, soit environ 2 % des activités réalisées au sein des ménages. La marge de progression apparaît ainsi substantielle.

Compte tenu de cette forte « autoproduction », le développement des SAP dépend du choix fait par les ménages entre « faire » et « faire faire ». Le recours au travail non déclaré plutôt qu'au travail légal peut conduire à modifier cet arbitrage.

---

5 « Services à la personne : Constats et enjeux », France Stratégie, 2013

6 Liste complète en annexe n° 1

7 « La politique de soutien aux services à la personne », Note « Trésor-Eco », août 2016

Organismes de services à la personne et particuliers employeurs constituent les acteurs clefs des services à la personne.

Dans l'emploi direct, le particulier employeur salarie l'intervenant qui effectue à son domicile des prestations de services à la personne. En 2014, 2 millions de particuliers ont employé 938 000 salariés pour 509 millions d'heures de prestations à domicile[8].

Les organismes de services à la personne proposent des prestations assurées par leurs salariés au domicile des particuliers. Ils sont de taille et de nature très diverses. On compte, au 1er janvier 2017, d'après la DARES :

- 6 099 associations,
- 28 772 entreprises,
- 1 324 organismes publics (centres communaux d'action sociale).

Les organismes de services à la personne interviennent selon deux modalités[9] :

- Le mode prestataire : le particulier achète une prestation qui est réalisée à son domicile par un intervenant salarié de l'organisme ;
- Le mode mandataire : l'organisme choisit et présente au particulier la personne qui réalise la prestation au domicile ; cette personne est ensuite salariée du particulier.

Pour exercer certaines activités de services à la personne auprès de publics fragiles (enfants de moins de 3 ans, personnes âgées ou handicapées), l'organisme doit nécessairement obtenir un agrément délivré par l'Etat.

Parmi les organismes de services à la personne, plusieurs modèles économiques coexistent : les organismes appartenant à la sphère de l'économie sociale et solidaire (associations, mutuelles, fondations, coopératives), les organismes rattachés à la sphère publique (centres d'action sociale, établissements publics de coopération intercommunale…) et les organismes rattachés à la sphère privée (entreprises privées).

Les entreprises sont les seules qui sont actuellement en croissance.

Le développement du secteur de l'emploi à domicile a été particulièrement soutenu au cours des dix dernières années. L'augmentation des heures travaillées a été de 50 %. Toutefois, un ralentissement de l'activité a pu être observé à partir de 2010.

---

8 Source : « Les services à la personne en 2014 », DARES, février 2016

9 Source : DGE, https://www.entreprises.gouv.fr/services-a-la-personne

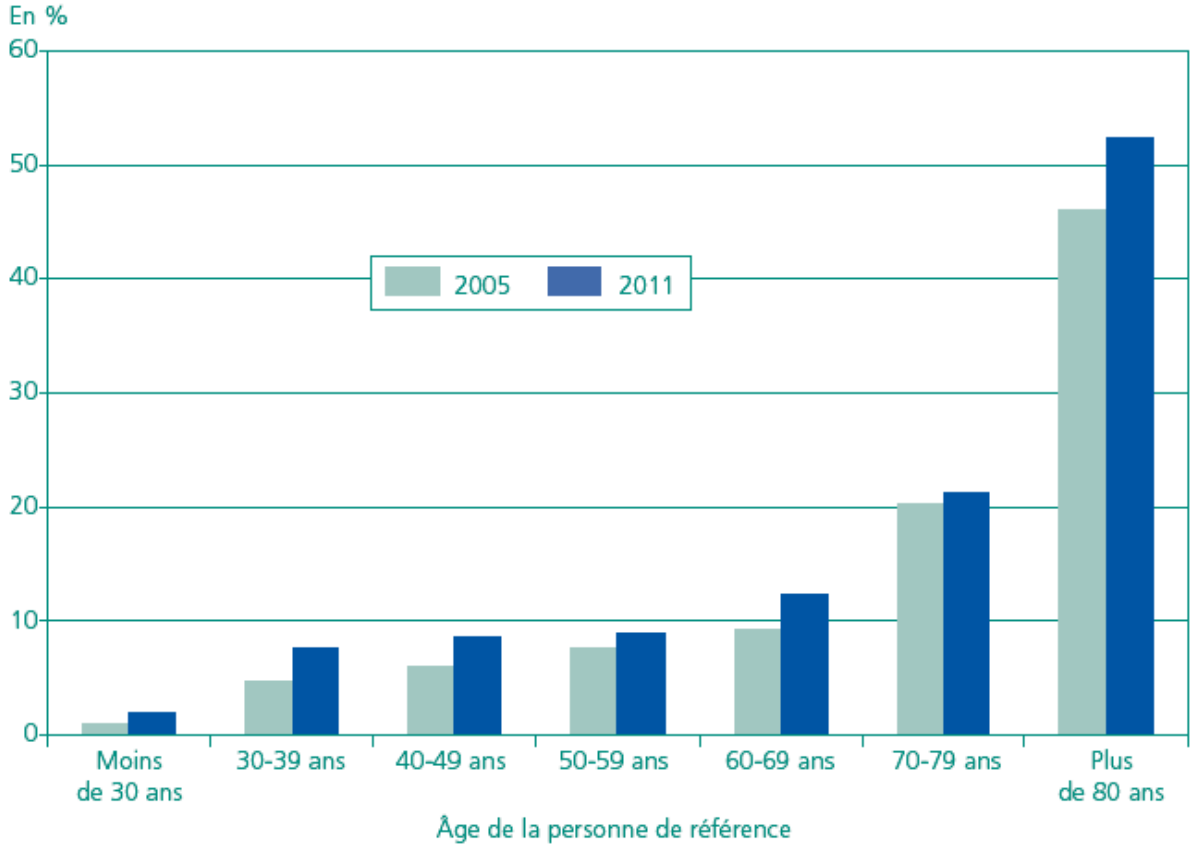

Figure 7. : Taux de recours aux Services à la personne selon l'âge

Source : INSEE, enquêtes Budget de famille (2005, 2011)

D'une manière générale, la croissance du secteur des services à la personne s'explique par l'augmentation des besoins sociaux mais également par la politique volontariste qui a été menée par les pouvoirs publics.

Ainsi, différentes mesures (exonérations de cotisations sociales, aides directes et avantages fiscaux notamment) ont été mises en place afin de réduire le coût des services à la personne pour les ménages, et ainsi stimuler leur demande tout en réduisant le travail non déclaré.

B. Soutien public aux SAP

Le soutien public aux SAP est principalement motivé par trois objectifs :

- une politique de développement économique et de l'emploi ;
- un objectif de justice sociale qui vise à assurer un accès aux services d'aide aux publics fragiles quel que soit leur revenu ;
- un objectif de réduction du travail non déclaré dans ce domaine.

Ce soutien public se compose de mesures qui interviennent à la fois sur l'offre (cotisations sociales) et la demande (avantage fiscal et aides). Ces mesures sont détaillées ci-dessous selon trois groupes : les avantages fiscaux, les avantages sociaux, les aides financières.

Avantages fiscaux :

- Crédit d'impôt pour les particuliers ;
- Non-imposition de l'aide financière versée par l'entreprise délivrant des CESU préfinancés à ses salariés pour le paiement de prestations de SAP ;
- Exonérations de TVA pour les associations ou taux réduits de TVA pour les entreprises pour certaines activités SAP.

Avantages sociaux :

- Exonérations de cotisations patronales de sécurité sociale (SS) pour les particuliers-employeurs ;
- Exonérations de cotisations patronales de SS pour les personnes âgées de plus de 70 ans, dépendantes ou handicapées, les parents d'enfants handicapés ;
- Exonérations de cotisations patronales de SS pour les organismes de SAP proposant des activités pour des publics fragiles.

Aides financières :

Elles complètent les avantages précédents en visant les publics fragiles (personnes âgées dépendantes, handicap, parents d'enfants de moins de six ans) :

- Allocation personnalisée d'autonomie ;
- Prestation de compensation du handicap ;
- Allocation d'éducation de l'enfant handicapé ;
- Complément de libre choix du mode de garde pour les enfants de moins de six ans.

Ces mesures contribuent toutes à la réduction du prix payé par l'utilisateur. Néanmoins, la complexité et l'instabilité du cadre fiscal sont souvent présentées comme un frein au développement de la filière des SAP.

Par surcroît, les pouvoirs publics ont simplifiés les démarches des particuliers, en 2005, avec la création du CESU (chèque emploi service universel). Ils ont aussi encouragé le développement des organismes de services à la personne avec un double objectif : améliorer les conditions de travail des salariés et améliorer la qualité des emplois.

Sur le plan budgétaire, les dépenses publiques dont bénéficie le secteur des SAP se chiffrent à près de 7 Md€ en 2014[10].

Elles se décomposent principalement en 4,9 Md€ d'aides directes et 2 Md€ de crédit d'impôt sur le revenu accordé pour l'emploi d'un salarié à domicile. Les moindres recettes représentent un montant de 4,5 Md€. Certaines sont spécifiques à ce secteur comme l'exonération « publics fragiles », d'autres mesures sont générales comme l'allègement de charges et le CICE ou le régime fiscal et social des autoentrepreneurs.

Le coût brut du soutien public à ce secteur est donc estimé à près de 11,5 Md€.

C. Pourquoi s'intéresser aux SAP dans le cadre du présent mémoire ?

Le secteur des SAP constitue un gisement important d'emplois, intrinsèquement sédentaires, à l'échelle nationale voire locale, où les pouvoirs publics disposent de leviers d'action effectifs.

1. La filière des SAP présente plusieurs atouts

Il s'agit d'une filière où il est facile de démarrer une activité quelle que soit la forme juridique de celle-ci. Elle recrute à tous les niveaux de formation et permet d'insérer dans le monde du travail des personnes pas ou peu qualifiées en leur offrant des perspectives d'évolution.

Elle s'appuie sur des besoins croissants de la population dans les décennies à venir (vieillissement de la population, natalité) et l'évolution des mœurs (développement de la bi-activité dans les couples, augmentation du nombre de familles monoparentales).

Un rapport de France Stratégie sur les futurs emplois évalue à 400 000 le nombre d'emplois pouvant être créés dans le secteur d'ici 2022[11]. Selon cette étude, le vieillissement de la population engendre en effet des besoins croissants en matière de soins et de gestion de la dépendance. Dans le même temps, la prise en charge par les familles diminue compte tenu de la hausse du taux d'activité des femmes et la progression des familles monoparentales. Le développement de la médecine

---

[10] Selon la Lettre Trésor-Eco d'août 2016 sur les services à la personne

[11] Rapport « Les métiers en 2022 », France Stratégie, DARES, juillet 2014

ambulatoire et le maintien à domicile des personnes âgées[12] contribueront donc à la croissance des emplois de services à la personne.

Le nombre d'assistantes maternelles devrait également augmenter plus rapidement que l'ensemble des métiers pour répondre aux besoins encore insuffisamment satisfaits de prise en charge des jeunes enfants.

Selon la DGE, pour les seules aides à domicile, 160 000 départs en fin de carrière seraient à remplacer et près de 160 000 emplois seraient des créations nettes. Ainsi, 320 000 postes pourraient être créés à moyen terme.

Enfin, malgré le développement des nouvelles technologies, la filière aura toujours besoin d'interventions humaines et restera par conséquent un employeur important sur l'ensemble du territoire, ce qui contribue à son aménagement et à l'équité entre régions.

2. La filière présente par ailleurs des faiblesses qui suscitent des propositions d'amélioration

Il existe une très grande disparité entre les acteurs (de l'entreprise individuelle à des organismes de services à la personne de plusieurs milliers de salariés). Leurs contraintes, leurs objectifs et leurs niveaux de professionnalisation sont souvent très disparates. Cette situation peut jouer défavorablement sur la qualité des prestations perçue par les bénéficiaires.

De plus, les marges sont faibles et beaucoup de (petites) structures connaissent des difficultés financières liées, notamment, à la solvabilité des clients. Le développement d'entreprises de taille plus importante dans le secteur pourrait permettre d'atténuer cette faiblesse.

La filière est par ailleurs très sensible aux dispositions fiscales. Pour les particuliers employeurs, le fait de bénéficier des avantages fiscaux en année n+1 peut se montrer problématique.

Enfin, la révolution numérique n'a pas encore produit tous ses effets dans la filière : investissements dans de nouvelles technologies et de nouvelles aides techniques, impact sur les organisations...

---

[12] D'après les projections, citées par France Stratégie, réalisées dans le cadre du groupe de travail sur la dépendance en 2011, le nombre de personnes âgées dépendantes devrait augmenter de 35% d'ici 2030, pour atteindre 1,55 million de personnes (contre 1,10 million en 2010). La politique privilégiée de maintien à domicile des personnes dépendantes devrait en outre renforcer ces besoins.

Face aux importantes perspectives d'emploi et de postes à pourvoir dans les métiers de services à la personne, le développement de la formation pourrait permettre d'élargir le recrutement. Il s'agit en particulier de l'ouvrir plus qu'aujourd'hui aux hommes. Il s'agit surtout d'améliorer la qualité des emplois. En effet, comme le souligne France Stratégie dans une note de septembre 2013[13] sur les services à la personne, la qualité de l'emploi dans le secteur est faible. Le secteur est caractérisé par les points suivants :

- beaucoup d'emplois sont à temps partiel, parfois très court ;
- les conditions de travail sont difficiles (pénibilité physique) ;
- les déplacements sont fréquents ;
- les rémunérations sont faibles ;
- la formation professionnelle est insuffisante ;
- il y a peu de perspectives de carrière et de montée en compétence.

D. Propositions pour développer l'emploi dans les SAP

1. En influant sur la demande

Comme on l'a indiqué plus haut, la marge de croissance des SAP est importante. Si le travail non déclaré a été considérablement réduit en France, il s'agit désormais de jouer sur l'autoproduction pour inciter les ménages à plutôt recourir à des prestations extérieures.

Plus spécifiquement, les taux de recours aux SAP des catégories intermédiaires de revenu ou d'âge sont en moyenne plus faibles que ceux des autres catégories, comme le montrent les deux graphiques ci-dessous :

[13] « Services à la personne : constats et enjeux », France Stratégie, Septembre 2013

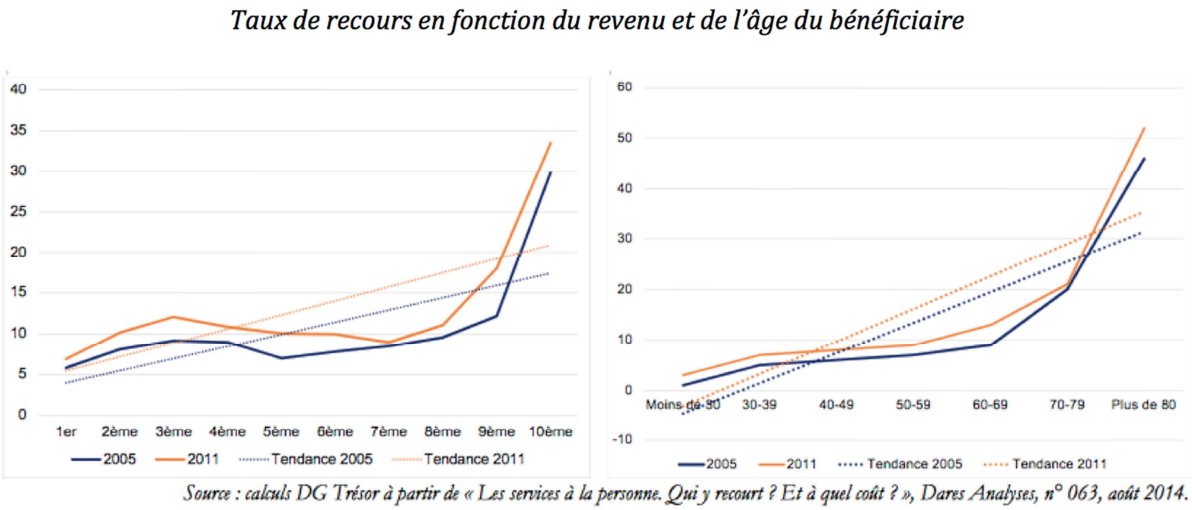

Figure 8. : Taux de recours aux SAP en fonction du revenu et de l'âge du bénéficiaire
Source : DG Trésor, Dares.

Les gisements concernent plus particulièrement les activités de services à la vie quotidienne dont le solde pour les finances publiques est équilibré. À système d'aides publiques inchangé, un recours plus important aux services à la vie quotidienne n'aurait donc que peu d'impact sur les comptes publics à court terme.

Deux catégories sont principalement concernées : les salariés, afin de leur offrir les moyens d'une meilleure conciliation entre vies privée et professionnelle, et les personnes âgées non dépendantes dont le nombre augmentera à l'avenir.

Comment faire en sorte que ces deux catégories de populations recourent plus à des services à la personne ? Il s'agit de jouer sur les deux principaux obstacles que sont le tarif des prestations (facialement important avant le crédit ou la réduction d'impôt) et sur la confiance dans les prestataires pour inciter ces catégories de population à faire entre dans leur univers des prestataires inconnus tout en s'assurant que les prestations qui seront fournies seront de qualité.

Proposition 3.1 :
Rendre le travail déclaré plus attractif par la mensualisation du crédit d'impôts

Aujourd'hui, l'employeur à domicile fait l'avance de trésorerie en payant les salaires et charges sociales pendant un an. Le crédit ou la réduction d'impôts ne sont mis en œuvre que l'année suivante. Pour éviter cette avance de trésorerie, la mise en place d'une avance forfaitisée, comme le propose la Fédération des Particuliers Employeurs de France, permettrait à l'employeur de ne payer que le salaire et les charges diminués du crédit d'impôt mensualisé. Le particulier employeur aurait ainsi une meilleure conscience du coût réel de son salarié à domicile.

L'objectif serait double : supprimer les freins à l'embauche d'un salarié à domicile et réduire le travail non déclaré, lequel apparaîtrait clairement plus onéreux que le travail déclaré.

Proposition 3.2 :

Afin de disposer d'une meilleure appréhension de la qualité des prestations, certifier des plates-formes de mise en relation des clients et des prestataires de services qui vérifient certains critères.

L'État pourrait envisager de certifier des plates-formes de mise en relation des clients et des prestataires de services. Ces plates-formes permettraient un accès facilité à l'information et une évaluation de la qualité des différents prestataires, dans un but d'amélioration des services. La certification pourrait porter sur des critères de qualité comme le respect de la législation sur le travail, la sincérité des avis exprimés sur la plate-forme…

2. En influant sur l'offre

Le secteur des services à la personne comporte une part très minoritaire d'entreprises. Pourtant, celles-ci sont les seules qui sont actuellement en croissance.

Développer les entreprises privées dans le secteur des services à la personne permettrait d'offrir un cadre concurrentiel plus favorable à une augmentation de la qualité ou une baisse des prix dans le secteur.

Proposition 4 :

Encourager la création d'entreprises et de franchises

L'État pourrait encourager la création de franchises de manière à ce que des acteurs du secteur puissent afficher un nom unique, une unité dans la qualité des services fournis, avec une garantie. Ces franchises pourraient organiser des campagnes de publicité pour leurs différents franchisés, ce qui aurait pour effet d'étendre la taille du marché des SAP et donc développer le secteur. Le développement de structures plus importantes pourrait aussi permettre de lisser les effets des congés payés, des arrêts maladies, ou plus généralement des variations de demande.

Afin de stimuler la création de franchises et d'entreprises, une partie des avantages fiscaux pourrait être conditionnée au recours à une entreprise, plutôt qu'à un emploi direct. C'est déjà le cas pour certaines prestations de garde de jeunes enfants : le recours à une agence permet de disposer d'un avantage supplémentaire de 300€ par mois, sous certaines conditions ; ce dispositif pourrait être étendu ou venir en déduction des avantages fiscaux afin de ne pas accroître la pression sur les finances publiques.

E. Discussion sur ces propositions

1. Temps nécessaire

Un premier élément vient du temps nécessaire au développement des plates-formes de mise en relation entre fournisseurs de services à la personne et clients.

En pratique, il s'agit ici plutôt de labelliser des plates-formes déjà existantes en veillant à ce qu'elles vérifient certains critères de qualité : respect de la législation sur le travail, sincérité des avis exprimés sur la plate-forme… Dès lors que la plate-forme respecte les critères prévus par les pouvoirs publics, elle pourrait être rapidement labélisée.

La labellisation permettrait de lever un des principaux obstacles aux recours à des services à la personne : le manque de confiance dans les prestataires.

2. Déséquilibre entre les travailleurs et la plateforme ?

Le recours à une plate-forme fait courir le risque d'un déséquilibre entre les travailleurs et la plate-forme ; déséquilibre qui pourrait nuire aux conditions de travail des prestataires de services.

Le développement des plates-formes préconisé ici doit s'accompagner de la poursuite de la protection des prestataires qui s'y inscrivent. Au contraire, il constitue pour les prestataires, un moyen d'améliorer leurs conditions de travail et leur rémunération en trouvant de nouveaux clients et en optimisant leur emploi du temps.

3. La nécessité de créer des emplois plus qualifiés

Comme cela a été indiqué précédemment, la qualité de l'emploi dans le secteur des services à la personne est perçue comme faible. Un des enjeux pour les pouvoirs publics doit donc être d'encouragement le développement de services à plus haute valeur ajoutée dans le secteur des SAP.

Une manière est d'intégrer les services à la personne dans la fourniture de solutions plus complexes.

Michèle Debonneuil propose d'encourager le développement de « chaînes de production productive » pour inciter à la montée en qualification des fournisseurs de services à la personne. Ainsi, à partir de l'exemple d'une solution de téléassistance pour personnes âgées, fondée sur des objets connectés, elle considère l'intervention de trois types d'entreprises de services à la personne :

- l'entreprise qui installe les capteurs au domicile du client ;
- celle qui analyse à distance les données captées chez le client ;
- celle qui, lorsqu'elle détecte une chute, envoie un professionnel à l'aide.

Les personnes qui interviennent au domicile du client doivent être formées pour interagir avec lui et apporter leur savoir-faire de façon adaptée. Il s'agit, selon elle, d'un tout nouveau type de travail. Cet exemple montre comment des prestataires de services à la personne doivent être intégrés dans des « chaînes de production productives » susceptible de permettre une montée en gamme des prestataires de services à la personne.

Conclusion

Le modèle nomade/sédentaire proposé par Pierre-Noël Giraud nous donne un éclairage spécifique des problématiques de l'emploi en France, qui met en relief le constat suivant : c'est le consommateur qui structure l'emploie.

Nous avons étudié comment, en agissant sur ce consommateur, on pouvait protéger ou développer cet emploi. Cette action revêt des formes multiples : l'incitation, l'information ou encore l'obligation. L'incitation, ici, consiste à développer un besoin non identifié et à lui donner une réalité économique ; l'information répond à une appétence existante mais qui n'a pas les moyens de se matérialiser par des actes ; l'obligation, enfin, consiste à restreindre les offres répondant à un besoin à celles qui permettent d'assurer la défense de l'emploi. Nous avons choisi de présenter des champs d'étude et de proposition dans ces trois modalités.

Ainsi, nous proposons d'obliger la puissance publique, en tant que consommateur, à participer à la défense de l'emploi en réservant une part de la valeur ajoutée des marchés publics à une production européenne.

Nous proposons d'améliorer l'information disponible pour les particuliers, consommateurs à la recherche de garanties environnementales, sociales, ou encore d'origine, dans leurs choix de consommation.

Et nous proposons d'inciter ces mêmes particuliers à identifier davantage leurs besoins en services à la personne, et à les concrétiser, grâce à la mensualisation des crédits d'impôt, à la certification de plates-formes de mise en relation de clients et de prestataires, et à l'encouragement à la création d'entreprises et de franchises.

La lutte contre le chômage et le développement de l'emploi passe, nous le croyons, par la participation active du consommateur, par ces moyens et par d'autres du même type. Nous avons souligné ceux qui nous paraissaient revêtir le plus d'importance dans cette entreprise.

Annexe

Les activités de services à la personne

Le décret n°2016-750 du 6 juin 2016 définit la liste des activités de services à la personne soumises à agrément ou à autorisation, dans le cadre du régime commun de la déclaration.

1. **Les activités de services à la personne soumises obligatoirement à agrément :**

- Garde d'enfants de moins de 3 ans à domicile (en mode prestataire et mandataire) ;
- Accompagnement des enfants de moins de 3 ans dans leurs déplacements (en mode prestataire et mandataire) ;
- Assistance dans les actes quotidiens de la vie aux personnes âgées, handicapées ou atteintes de pathologies chroniques, en mode mandataire ;
- Prestation de conduite du véhicule personnel des personnes âgées, handicapées ou atteintes de pathologies chroniques, en mode mandataire ;
- Accompagnement des personnes âgées, handicapées ou atteintes de pathologies chroniques dans leurs déplacements en dehors de leur domicile, en mode mandataire.

2. **Les activités de services à la personne (en mode prestataire uniquement) soumises obligatoirement à autorisation :**

- Assistance dans les actes quotidiens de la vie ou l'aide à l'insertion sociale aux personnes âgées, handicapées ou atteintes de pathologies chroniques qui ont besoin de telles prestations à leur domicile ;
- Prestation de conduite du véhicule personnel des personnes âgées, handicapées ou atteintes de pathologies chroniques du domicile au travail, sur le lieu de vacances, pour les démarches administratives ;
- Accompagnement des personnes âgées, handicapées ou atteintes de pathologies chroniques dans leurs déplacements en dehors de leur domicile (promenades, aide à la mobilité et au transport, actes de la vie courante).

3. Les activités de services à la personne relevant de la déclaration :

Les activités nécessitant au préalable un agrément ou une autorisation pour pouvoir être exercées sont les suivantes :

- Entretien de la maison ;
- Petit travaux de jardinage ;
- Travaux de petit bricolage ;
- Garde d'enfants de plus de 3 ans à domicile ;
- Soutien scolaire ou cours à domicile ;
- Soins esthétiques à domicile pour les personnes dépendantes ;
- Préparation de repas à domicile (y compris temps passé aux courses) ;
- Livraison de repas à domicile ;
- Livraison de courses à domicile ;
- Collecte et livraison à domicile de linge repassé ;
- Assistance informatique à domicile ;
- Soins et promenades d'animaux de compagnie pour les personnes dépendantes ;
- Maintenance, entretien et vigilance temporaires à domicile ;
- Assistance administrative à domicile ;
- Accompagnement des enfants de plus de 3 ans dans leurs déplacements ;
- Télé-assistance et visio-assistance ;
- Interprète en langue des signes, technicien de l'écrit et codeur en langage parlé complété ;
- Prestation du véhicule de conduite personnel des personnes qui présente une invalidité temporaire ;
- Accompagnement des personnes qui présentent une invalidité temporaire en dehors de leur domicile ;
- Assistance aux personnes qui ont besoin temporairement d'une aide personnelle à leur domicile, à l'exclusion des soins relevant d'actes médicaux ;
- Coordination et délivrance des services.

Source : DGE, https://www.entreprises.gouv.fr/services-a-la-personne/activites-des-sap

Bibliographie

A. Sur la structuration de l'emploi

Dynamique des emplois exposés et abrités en France, Ph. Frocrain, P.-N. Giraud, La Fabrique de l'Industrie, 2016.

France et Allemagne : une histoire du désajustement européen, M. Le Moigne, X. Ragot, OFCE, 2015.

B. Sur les marchés publics

OCDE, http://stats.oecd.org

OMC, Portail des marchés publics : https://www.wto.org/english/tratop_e/gproc_e/gproc_e.htm

Institut européen d'administration publique, http://www.eipa.eu/

EU-Japan Centre for Industrial Cooperation, http://www.eu-japan.eu/

C. Sur la consommation

Le guide du marquage d'origine, Direction Générale des Entreprises, 2017.

Environmental claims : Findings and conclusions of the OECD committee on consumer policy, OCDE, 2010.

ADEME, http://www.ademe.fr/expertises/consommer-autrement/

D. Sur les services à la personne

« Les services à la personne en 2015 », Ministère du Travail, de l'Emploi, de la Formation professionnelle et du Dialogue social, Direction de l'animation, de la recherche, des études et des statistiques (DARES), février 2017.

« La politique de soutien aux services à la Personne », Lettre Trésor-Eco, Ministère de l'Economie et des Finances, Août 2016

« Les services à la personne en 2013 », Ministère du Travail, de l'Emploi, de la Formation professionnelle et du Dialogue social, Direction de l'animation, de la recherche, des études et des statistiques (DARES), février 2015.

« Les services à la personne : qui y recourt ? Et à quel coût ? », Ministère du Travail, de l'Emploi et du Dialogue social, Direction de l'animation, de la recherche, des études et des statistiques (DARES), août 2014.

« Les métiers en 2022 », France Stratégie, Ministère du Travail, de l'Emploi et du Dialogue social, Direction de l'animation, de la recherche, des études et des statistiques (DARES), juillet 2014.

« Services à la personne : constats et enjeux », France Stratégie, Septembre 2013

Site Internet de la Direction Générale des Entreprises, https://www.entreprises.gouv.fr/services-a-la-personne/