



“La dépense de temps et d’argent est divisée par cinq sur certains services”, David Amsellem, DG de John Paul.

hui de tels services, contre près de 30 % en Angleterre ou aux Etats-Unis. En Europe, ils sont un peu plus de 5 millions. Une étude de 2009 menée par le professeur Merlin Stone de la Bristol Business School à la demande du leader européen du secteur, WhiteConcierge, prévoit qu’ils seraient 27 millions en France, en Allemagne et au Royaume-Uni à utiliser une conciergerie si leur entreprise le leur proposait. De quoi susciter des vocations... En France, le marché est dominé par Bien-Etre à

téléphonique s’essaye à la conciergerie, et une kyrielle d’autres petits acteurs individuels issus de l’hôtellerie de luxe. Sur un créneau plus atypique se trouve John Paul, né fin 2007 de la reprise d’une filiale française de Quintessentially, leader mondial de la conciergerie privée. Le cœur de métier de John Paul semble davantage tourné vers la conciergerie de luxe individuel, à l’adresse de dignitaires étrangers et de milliardaires de tout poil. Cette formule d’adhésion individualisée, donnant un accès illimité et nominatif au stan-

Le concierge doit être une personne pleine de ressources, un recueil de bonnes affaires entre les Pages jaunes et le guide des bons plans

dard des membres de John Paul, et aussi proposée aux salariés particulièrement chouchoutés par leur employeur. Les demandes les plus extravagantes ou irréalisables y sont formulées 24h/24 tous les jours de l’année, comme auprès d’un auxiliaire de vie particulièrement dévoué. Mais comme se plaît à le dire David Amsellem, DG de l’enseigne et fondateur de la marque, “qui peut le plus peut le moins”. John Paul a donc rapidement élargi son champ de compétence à la conciergerie d’entreprise et y voit un terrain fertile. En deux ans, le nombre de salariés est ainsi passé de 1 à 40 et le chiffre d’affaires a bondi de 30 000 au rachat de la filiale en 2007, à 3 millions d’€ en 2009.

Un coût-efficacité compétitif

Habituellement, ce type de service est géné-

rate travel et du meeting and incentive, reconnaît avoir constaté une baisse de 50 % des dépenses de ses clients en 2009. “L’année 2009 a été extrêmement difficile”, évoque Christophe Pingard, senior vice-président d’Egencia Europe. “Un frémissement de redémarrage se fait sentir depuis quelques mois, mais le volume d’affaires ne devrait retrouver son niveau antérieur qu’en 2011.” De leur côté, Bien-Etre à la Carte et John Paul ont accusé un faible ralentissement de leur croissance fin 2008 et début 2009 mais estiment être déjà sortis de la tour-



“Un frémissement de redémarrage se fait sentir depuis quelques mois”, Christophe Pingard, senior vice-président d’Egencia Europe spécialisé en corporate travel.

d’échelle et repose sur une externalisation quasi complète de la prestation. David Amsellem estime ainsi le coût de la prise en charge d’un salarié à 50 ou 80 euros mensuels. “Le gain pour les DRH est très net, déclare-t-il, car l’entreprise fait preuve d’un réel attachement aux préoccupations de ses salariés, et la dépense



“Le but est de limiter le turnover et de fidéliser l’employé”, Emmanuelle Lacoste, DRH des hôtels Hyatt Regency.

toine Dumurgier, directeur général de Bien-Etre à la Carte: “Nous avons industrialisé notre métier, par rapport à la conciergerie d’hôtel. Et l’économie par rapport à un service équivalent de pressing ou de cordonnerie est de 20 à 25 %.”

Un exemple d’internalisation

Le groupe Hyatt, par son savoir-faire interne, a quant à lui opté pour un système plus simple encore. Les personnels hôteliers du site Charles de Gaulle à Paris bénéficient eux aussi depuis 3 ans d’un service de conciergerie qui leur est spécialement dédié, en parallèle de celui présent pour la clientèle. “La formule a tellement réussi que nous l’avons étendue au Park Hyatt Paris-Vendôme l’année dernière”, se réjouit Emmanuelle Lacoste, DRH des deux maisons. “Le but est de limiter le turnover et de fidéliser l’employé. Les personnels sont très satisfaits et l’éventail de services s’étend.” En plus des services classiques, les cuisines du site Charles de Gaulle proposent un comptoir boulangerie pour les salariés et des gâteaux pour les occasions spéciales. Enfin, une salle de fitness a été aménagée dans les locaux de la conciergerie.

Un concierge plein de ressources

Très concrètement, le concierge doit être une personne pleine de ressources, un recueil de

Coiffeur, lavage de voiture écologique, cadeaux de Noël sur catalogues préférentiels, retouche, cordonnerie, livraison de fleurs, places de spectacles déjà annoncés complets, etc.

de temps et d’argent est divisée par cinq sur certains services.” Le constat est le même pour An-

bonnes affaires entre les Pages jaunes et le guide des bons plans. Son efficacité repose

Loi Borloo

La conciergerie reste un service à la personne

Les conciergeries d’entreprise, par leur vocation de facilitation de la vie quotidienne des salariés, rentrent parfaitement dans le cadre des services à la personne. Et à

création d’un chèque emploi service universel (CESU) octroyant à ses émetteurs, dont font partie les entreprises, un crédit d’impôt de 25 % sur les sommes

Le recours à des prestataires indépendants dans la relation entre les conciergeries et les salariés rend parfaitement adéquat l’usage de ces chèques emploi service universel (CESU)

ce titre, elles permettent aux entreprises clientes et à leurs salariés de bénéficier des avantages de la loi Borloo. Promulgué le 26 juillet 2005, ce texte met en œuvre le plan de développement des services à la personne. Il prévoyait entre autres la création de 500 000 emplois de service à la personne sur trois ans. Un objectif loin d’être atteint si l’on en croit les calculs des observateurs. Cependant, ce plan a tout de même permis la

engagées dans le processus. Le recours à des prestataires indépendants dans la relation entre les conciergeries et les salariés rend parfaitement adéquat l’usage de ces CESU. Et la mesure profite aussi aux particuliers qui rémunèrent par ce biais leurs employés de maison conseillés par la conciergerie, puisqu’ils profitent d’un allègement de charges sociales et d’une TVA à 5,5 %.

E.B.