



domicile



à domicile

la ville à domicile  
CITY AT HOME

[Cahier numéro 1]

décembre 2011

LESLIE BELTON ET FRÉDÉRIC DE CONINCK

**Introduction**

**I LES SERVICES  
À DOMICILE,  
ÉTAT DES LIEUX**

**I-A** Ce que recouvrent  
les services à domicile

Les services liés  
à des réseaux techniques  
Les services à la personne  
L'hospitalisation  
à domicile

**I-B** L'essor des services  
à domicile: entre mythe  
et réalité  
La livraison de colis  
à domicile: des tendances  
contradictaires  
Les services d'aide  
à domicile  
L'hospitalisation  
à domicile

**II NOUVEAU RAPPORT  
AU DOMICILE,  
NOUVEAUX SERVICES**

**II-A** Un nouveau rapport  
au domicile  
Le domicile, un lieu  
«habité», chargé d'enjeux  
symboliques  
Le logement et l'intime,  
une longue histoire  
Le grand tournant  
des années 60  
Le domicile à l'heure  
de la dissémination  
du «chez-soi»

**II-B** Les implications pour  
les professionnels  
du service à domicile  
«Entrer au domicile»:  
une professionnalité  
particulière  
Service à domicile et  
statut social

**III DES PISTES  
POUR LEVER DES FREINS  
À L'ESSOR DES  
SERVICES À DOMICILE**

**III-A** Considérer les  
seniors comme des  
consommateurs comme les  
autres  
**III-B** Une solution  
d'avenir: le design  
universel  
**III-C** La domestication des  
supports techniques

**“La ville à domicile”... la formule peut paraître paradoxale. Les sociétés modernes se sont construites, en effet, largement, autour d’une nette distinction entre le privé, le « domestique » d’un côté; et l’espace public urbain, de l’autre. Dès lors, comment interpréter les signes d’un retour de la vie urbaine vers le domicile? Faut-il y voir un retour en arrière ou bien l’émergence d’un nouvel usage du domicile, différent de tout ce que l’on a pu connaître jusqu’à présent? La question mérite d’être posée.**

**W**ente en ligne, livraisons, services d'aide aux personnes, hospitalisation chez soi... Plusieurs évolutions et innovations semblent attester d'une présence plus forte des services urbains à domicile.

Elles concourent nettement à l'émergence d'un rapport à l'espace et au temps tout à fait nouveau, en tout cas plus complexe qu'on ne le pense. L'achat en ligne, par exemple, n'incline

pas à rester davantage chez soi, en limitant les déplacements. Ainsi, les acheteurs en ligne se trouvent être de plus gros consommateurs de spectacles en salle. Au contraire de ceux qui ne recourent pas à l'e-commerce, ils se font livrer chez eux, mais s'y trouvent de manière intermittente: le recours fréquent aux livraisons à domicile ne les fixe pas à demeure.

Ces acheteurs en ligne sont majoritairement des actifs. Or tout indique que le temps des personnes en activité est devenu, ces dernières années, beaucoup plus tendu. D'après la dernière enquête nationale transports et déplacements de l'INRETS<sup>1</sup>, réalisée en 2008, la mobilité se tasse dans les agglomérations de plus de 100 000 habitants<sup>2</sup> et il est probable que ce tassement soit lié au fait que les ménages, et spécialement les ménages d'actifs qui ont les plus longs temps de transport quotidien, se déplacent moins spécialement pour les autres activités. L'usage du temps est devenu plus intensif dans tous les champs de la vie sociale: on fait davantage de choses dans le même moment. Cela a été abondamment étudié en ce qui concerne le temps de travail<sup>3</sup>. Mais on peut observer cette évolution également dans le temps hors-travail: dans le temps des loisirs, dans le calibrage du temps des courses. Même le temps de loisir des plus diplômés s'est contracté à partir des années 1990<sup>4</sup>. Il est devenu une ressource rare et finement organisée pour ceux qui travaillent et encore plus s'ils ont des enfants. La mobilité en elle-même semble moins attrayante: embouteillages et «bouchons» se multiplient et le recours à l'automobile n'augmente plus. Une part croissante du travail domestique est, dès lors, sous-traitée et pas seulement par l'achat en ligne: on achète des plats cuisinés ou des surgelés<sup>5</sup>, on sollicite des auxiliaires pour prendre en charge les enfants, y compris pendant leur temps de loisir, on mange le cas échéant à la cantine de son entreprise, etc. Dans ces conditions, il n'est pas incongru de penser que ces ménages vont avoir un recours croissant à des biens et services leur épargnant des déplacements. Les biens et les services urbains vont venir chez eux, plus sou-

vent, mais sur la base de rendez-vous délimités et d'une organisation de la vie quotidienne qui ne doit pas grand-chose au style de vie domestique d'autrefois.

Du côté des personnes retraitées, la situation est autre. Ces personnes ont du temps. En revanche, au fil de l'âge, il leur devient souvent difficile de se déplacer, voire d'effectuer elles-mêmes certaines tâches de base de la vie quotidienne. Le vieillissement de la population aidant il faut s'attendre à ce que ces personnes expriment, elles aussi, une demande croissante d'aide à leur domicile. Mais vont-elles, pour autant, se replier sur un mode d'usage plus traditionnel du domicile? Les professionnels qui interviennent chez elles en témoignent: pour ces personnes âgées aussi, l'espace du domicile est d'abord un espace privé et intime qui ne saurait être investi indifféremment par eux. Y faire venir des services ne va donc pas de soi. Il arrive que des personnes recourant aux services à domicile ne fassent pas de différence entre les intervenants d'aujourd'hui et les employés de maison ou les domestiques d'hier... Mais ni du côté des intervenants, qui revendiquent une professionnalité nouvelle, ni du côté de la famille des personnes aidées, ni chez la plupart des personnes aidées, on n'encourage cette dérive. Intervenir, même pour plusieurs heures, au domicile d'une personne n'a pas le même sens aujourd'hui qu'hier.

Quant aux pouvoirs publics (Etat, collectivités locales...), ils voient dans les services à domicile un gisement d'emplois locaux disponibles pour des personnes sans diplôme ou non qualifiées. Mais cette manière d'envisager les services à domicile est problématique, car elle laisse dans l'ombre, précisément, la professionnalité particulière requise, aujourd'hui, pour intervenir au domicile d'une personne. Cette professionnalité ne saurait reposer sur le simple savoir-faire que tout un chacun est susceptible d'avoir acquis dans son milieu familial. Les employeurs du secteur le disent eux-mêmes: ils refusent de nombreux candidats à l'embauche précisément parce qu'ils ne disposent pas des compétences nécessaires pour accomplir ce travail d'une manière satisfaisante.

**d**élivrer un service à domicile ne va donc pas de soi. Dès lors, la question se pose: dans quelle mesure le secteur des services à domicile peut-il croître? Faut-il croire les discours hyperboliques des entreprises de la vente à distance? La demande d'économie de temps et d'économie de déplacement est-elle suffisamment forte pour contrebalancer les réticences à laisser un étranger rentrer chez soi? Et qu'en est-il de la demande soluble pour ce type de service, par principe plus cher qu'un service délivré dans une boutique ou dans une institution?

**L**e modèle économique d'un service à domicile reste, en effet, encore à trouver. Qu'il s'agisse d'une livraison d'un bien acheté en ligne ou d'une aide à la personne. Pour l'instant, si l'on excepte la livraison de colis à domicile, seules des activités lourdement subventionnées parviennent à subsister, et le fait qu'elles dépendent de financements publics en limite, par nature, l'extension. Il faut donc s'interroger sur la manière dont cette équation pourrait évoluer et sur la manière de rejoindre une demande soluble. Un des paradoxes est, par exemple, que les individus n'hésitent pas à payer pour leur propre dépla-

cement, mais qu'ils répugnent à payer le déplacement de quelqu'un d'autre. Des formes nouvelles mêlant une mobilité limitée du destinataire et du prestataire sont envisageables, mais elles restent à créer. Quelle est l'ampleur exacte des différents types de services à domicile? Quel nouveau rapport au domicile impliquent-ils tant pour les personnes desservies que pour les salariés intervenant chez elles? Cette double interrogation a parcouru les séminaires organisés en 2009-2010 à l'initiative de l'Institut pour la ville en mouvement, avec le concours de chercheurs et de professionnels de différents horizons:

**GENEVÈVE BAUDOIN**, Professeur au Département Signaux et Télécommunications à l'ESIEE<sup>6</sup>

**MARIE-PAULE BELOT**, Directrice de l'ASSAD Besançon Pontarlier (Association d'aide à domicile)

**ANNE BRIAC BILLI**, ATER à l'Université de Haute-Bretagne

**IRENE CIERAAD**, Chercheur à la faculté d'Architecture de l'Université Technologique de Delft

**PHILIPPE COLLIOT**, Responsable du Service Navigation, Connectivité et Services, et Jean Quentin Lerichomme, Chef de Produit Marketing - Services Connectés et Internet, du groupe PSA Peugeot Citroën

**MARTINE CONIN**, Directrice des services aux personnes âgées et aux personnes handicapées, au Conseil Général du Val-de-Marne

**DIDIER COUVAL**, Responsable du pôle accessibilité à la Mairie de Paris

**LAETITIA DABLANC**, Chargée de Recherches à l'INRETS (Institut National de Recherche sur les Transports et leur Sécurité)

**LUC DEROUCHE**, Responsable Emploi du Pôle 78 de Véolia Transports

**PAUL DURAND**, Responsable du programme MU by Peugeot, pour le groupe PSA Peugeot Citroën

**MONIQUE ELEB**, Professeur à l'Ecole Nationale Supérieure d'Architecture de Paris-Malaquais

**FABIEN ESNULT**, PDG de Colizen

**SANDRINE GARNIER**, Consultante en transports et mobilité

**XAVIER GAUVIN**, Responsable conception de l'offre Technologies Nouvelles pour l'Habitat chez Bouygues

**REINHARD GRESSEL** et **CHRISTOPHE MUNDUTÉGUY**, Chargés de Recherches à l'INRETS (Institut National de Recherche sur les Transports et leur Sécurité)

**PASCAL HÉBEL**, Directrice du Département Consommation du CREDOC (Centre de Recherche pour l'Etude et l'Observation des Conditions de vie)

**ERIC LE BRETON**, Maître de Conférences à l'Université de Rennes 2

**MARIE-CAROLINE LE PENNEC**, Directrice de clientèle de West-born, service de conciergerie d'entreprises

**JULIE LORTON**, Responsable emploi à l'UNA (Union Nationale des Soins et de l'Aide aux Domiciles).

**DAPHNÉ MARNAT**, Consultante en marketing

**DENIS MENNESSIER**, Chargé de mission à l'UNA (Union Nationale de l'Aide et des Services).

**JEAN LUC METZGER** et **MARJORIE BIED**, Chercheurs au laboratoire SENSE (Sociology and Economics of Networks and Services) à Orange Labs

**SCHÉHÉRAZADE OUZIT MÉZIAN**, Directrice de l'ADMR<sup>7</sup> de Paris.

**LILIANE PIOT**, Responsable e-santé au Département Développement Numérique des territoires de la Caisse des Dépôts et Consignations

**TAOUFIK SOUAMI**, Maître de Conférences à l'Institut Français d'Urbanisme, Université Paris-Est Marne-la-Vallée

**MURIEL TADESE**, Chargée de Projets en gérontologie sociale à la Direction de l'action sociale AGIRC-ARRCO (Association Générale des Institutions de Retraite Complémentaire des Cadres - Association pour le Régime de Retraite Complémentaire des salariés)

**PIERRE-HENRI ZOLLER**, PDG de La Poste Services à la personne SA, filiale du Groupe La Poste.

**L**e présent cahier rend compte des échanges et des pistes avancées à cette occasion. La première partie dresse un état des savoirs sur les différentes catégories de services à domicile, leur évolution probable, en démêlant le mythe de la réalité. La deuxième partie rend compte des transformations profondes qui ont affecté le domicile et des rapports particuliers qu'entretient désormais l'individu moderne avec son espace domestique, pour mieux souligner la professionnalité que requièrent les services à domicile. La troisième partie pointe les freins qu'il convient de lever pour favoriser leur essor. Parviendra-t-on ainsi à esquisser une ville à domicile? C'est la question posée dans une conclusion provisoire, non sans rappeler que cette ville a déjà existé dans un passé pas si lointain...



# Les services à domicile,

## état des lieux

**On parle de plus en plus des services à domicile comme d'un secteur en expansion. Qu'en est-il? Et que recouvrent exactement ces services?**

### A CE QUE RECOUVRENT LES SERVICES À DOMICILE

**Des réalités variées, différentes qui influent sur la mobilité, des salariés prestataires du service.**

Au moins trois catégories de services à domicile peuvent être distinguées :

#### **Les services liés à des réseaux techniques**

Ces services parviennent jusqu'au domicile, via des câbles, des tuyaux, des voiries ou des ondes. La fourniture d'eau, d'assainissement ou d'électricité fait partie de ce type de services. Elle engage, d'ailleurs, à l'occasion d'un problème technique ou d'une modification de l'abonnement, le déplacement d'un technicien. Ces services connaissent peu de mutations, à l'heure actuelle, encore que le développement de solutions «en boucle courte», rapprochant dans l'espace production et consommation, pourrait bien remettre l'accent sur le domicile ou le quartier comme unité de base.

Avec Internet, certains services qui nécessitaient autrefois un déplacement peuvent désormais être délivrés directement à domicile. L'effet sur la mobilité des bénéficiaires est plus ambivalent qu'on ne le pense. D'après les enquêtes sur les prati-

ques culturelles des Français, l'usage intensif de la télévision tend clairement à restreindre les sorties culturelles. Mais la vidéo à la demande, la location de DVD et le développement du home cinéma relèvent, à l'inverse, de pratiques qui s'ajoutent aux sorties culturelles<sup>8</sup>. On voit l'alternative : substitution ou hybridation ? L'achat en ligne, de même, ne dispense pas forcément de fréquenter des magasins. D'après nos propres enquêtes, les acheteurs font, dans la pratique, des allers et retours entre les boutiques et les sites web, afin de se faire une idée, de comparer les prix, de passer des notices techniques fournies disponibles en ligne à l'appréciation concrète et palpable des choses<sup>9</sup>.

Par ailleurs, les achats ou réservations occasionnent bien d'autres déplacements, liés aux livraisons par les prestataires de services en ligne. Lorsque l'on achète un billet de train, que l'on réserve une place pour un spectacle, ou que l'on demande un formulaire administratif, un courrier arrive ensuite, encore souvent, à notre domicile. Si l'on commande une pizza ou des sushis par téléphone, un livreur en moto vient les apporter. Quant à l'achat en ligne, il est la source d'un changement dans les métiers de la Poste. Coliposte déclare aujourd'hui que les trois quarts des colis qu'il délivre aux particuliers proviennent de la vente en ligne.

#### **Les services à la personne**

Les services à la personne constituent une deuxième catégorie de services à domicile. La liste des services à la personne considérés comme éligibles aux mesures d'allègement des charges sociales et au règlement par le Chèque Emploi Service Universel (CESU) mis en place par le plan Borloo de 2005, donne une idée de leur grande diversité. On y trouve :

1. L'entretien de la maison et les travaux ménagers
2. Les petits travaux de jardinage, y compris les travaux de débroussaillage
3. Les prestations de petit bricolage dites «hommes toutes mains»
4. La garde d'enfant à domicile
5. Le soutien scolaire à domicile ou cours à domicile
6. La préparation de repas à domicile, y compris le temps passé aux commissions
7. La livraison de repas à domicile, à la condition que cette prestation soit comprise dans une offre de services incluant un ensemble d'activités effectuées à domicile
8. La collecte et la livraison à domicile de linge repassé, à la condition que cette prestation soit comprise dans une offre de services incluant un ensemble d'activités réalisées à domicile
9. L'assistance aux personnes âgées ou aux personnes qui ont besoin d'une aide personnelle à leur domicile, à l'exception d'actes de soins relevant d'actes médicaux
10. L'assistance aux personnes handicapées, y compris les activités d'interprète en langue des signes, de technicien de l'écrit et de codeur en langage parlé complété
11. La garde-malade, à l'exclusion des soins
12. L'aide à la mobilité et transports de personnes ayant des difficultés de déplacement lorsque cette activité est incluse dans une offre de services d'assistance à domicile
13. La prestation de conduite du véhicule personnel des personnes dépendantes, du domicile au travail, sur le lieu de vacances, pour

les démarches administratives, à la condition que cette prestation soit comprise dans une offre de services incluant un ensemble d'activités réalisées à domicile

14. L'accompagnement des enfants dans leurs déplacements, des personnes âgées ou handicapées en dehors de leur domicile (promenades, transports, actes de la vie courante), à condition que ces prestations soient comprises dans une offre de services incluant un ensemble d'activités réalisées à domicile

15. La livraison de courses à domicile, à la condition que cette prestation soit comprise dans une offre de services comprenant un ensemble d'activités réalisées à domicile

16. L'assistance informatique et l'Internet à domicile

17. Les soins et les promenades d'animaux de compagnie, à l'exception des soins vétérinaires et du toilettage, pour les personnes dépendantes

18. Les soins d'esthétique à domicile pour les personnes dépendantes

19. La maintenance, l'entretien et la vigilance temporaires, à domicile, de la résidence principale et secondaire

20. L'assistance administrative à domicile

21. Les activités qui concourent directement et exclusivement à coordonner et délivrer les services mentionnés ci-dessus

Tous ces services n'ont pas le même degré d'utilisation, tant s'en faut. L'Agence Nationale du Service à la Personne (ANSP) a recensé près de 1,8 million de salariés (à temps plein ou partiel), en 2009. Ramené à des équivalents temps plein (ETP), cela donne près de 860 000 emplois.

Il convient de noter que les quelque 309 000 assistantes maternelles (en ETP) sont comptabilisées alors même qu'elles travaillent à leur domicile plutôt qu'à celui du destinataire. Le reste se répartit entre 388 000 ETP directement employés par les personnes concernées et 162 000 ETP employés par une association ou une entreprise. Les 388 000 ETP employés directement par les bénéficiaires correspondent, dans leur écrasante majorité, à des services de ménage. Pour le reste, deux activités émergent : l'aide aux personnes âgées et l'aide aux personnes handicapées. Parmi les autres activités, beaucoup participent de l'aide globale aux personnes dépendantes : cuisine et courses, livraison de repas, aide à la mobilité et accompagnement.

Si l'on excepte le ménage, le cœur de ces services reste donc l'aide aux personnes dépendantes ; les actifs en manque de temps usent, pour l'instant, en priorité d'autres ressorts pour gagner du temps. Des services émergents même s'ils sont quantitativement peu utilisés aujourd'hui (comme le jardinage ou l'assistance informatique<sup>10</sup>) n'en sont pas moins dignes d'attention, car ils pourraient être appelés à se développer.

Reste à savoir quelles seront les évolutions dans la prise en charge des personnes dépendantes, des services qui leur sont proposés, ainsi que des modes d'organisation et donc de la transformation du travail et de la professionnalité des intervenants à domicile.

### **L'hospitalisation à domicile**

Une troisième catégorie de services à domicile est à prendre en compte : il s'agit de l'hospitalisation à domicile, qu'il convient de distinguer de la précédente, d'abord pour des questions de mode de financement. Le secteur de l'aide à domicile relève de l'aide sociale et de l'allocation personnalisée d'autonomie. Le domaine médical relève, pour sa part, de l'assurance maladie. Mais il ne mobilise pas non plus les mêmes intervenants : les médecins, infirmières ou kinésithérapeutes, qui se déplacent à domicile n'ont pas besoin de justifier de leur professionnalité. Elle est admise et liée à des gestes et à des actes identifiés<sup>11</sup>. Cela dit, la transformation de cette professionnalité dans le cadre du domicile est une question complexe, mais incontournable.

Dans ce domaine, les évolutions sont contradictoires. D'un côté les médecins libéraux se déplacent moins au domicile que par le passé, de l'autre, l'hospitalisation à domicile se développe pour maintenir chez elles des personnes qui, autrefois, auraient été prises en charge par des structures de long séjour.

L'intervention au domicile est donc devenue plus lourde, mobilisant à l'occasion un appareillage technique important. Il ne s'agit plus de la visite du médecin de famille, mais de la succession d'une chaîne d'intervenants qui traversent le domicile. Le service délivré empiète de manière majeure sur la vie privée. C'est bel et bien une catégorie spécifique, avec sa problématique propre.

## **L'ESSOR DES SERVICES À DOMICILE : ENTRE MYTHE ET RÉALITÉ**

**Alors que se passe-t-il dans le domaine des services à domicile ? Assiste-t-on à un véritable décollage ou bien est-on dans le pur effet de discours ? A l'évidence, il se passe bien quelque chose : tous les secteurs concernés montrent une croissance de l'activité. Pour autant, on assiste davantage à une lente évolution qu'à une véritable révolution.**

Reprenons donc nos trois catégories de services à domicile : pour chacune d'elles, plusieurs indicateurs directs et indirects permettent de se faire une idée des évolutions en cours. Le décalage entre des discours prometteurs et une réalité plus mesurée est confirmé par les acteurs de terrain, qui soulignent tous les difficultés (bien plus grandes qu'on ne pourrait le croire), que rencontrent ces services pour se pérenniser et croître.

### **La livraison de colis à domicile : des tendances contradictoires**

Dans ce domaine, l'achat en ligne progresse, mais, dans le même temps, les entreprises classiques de vente par correspondance (VPC) ainsi que les envois de colis entre particuliers qui ne correspondent pas à un échange marchand (à la différence des envois résultant d'enchères sur des sites de style «e-Bay»), régressent. Au total, le nombre de colis «ordinaires» (c'est-à-dire non express) qui sont massivement des colis adressés à des particuliers augmente progressivement d'année en année. L'ARCEP (Autorité de Régulation des Communications

Electroniques et des Postes) établit un bilan annuel, à partir duquel il faut plutôt tirer des enseignements de tendance, car les chiffres précis peuvent faire l'objet d'un ajustement d'une année sur l'autre.

La croissance est régulière, mais elle ne dépasse pas plus de 2% par an. On est donc loin de la croissance à deux chiffres souvent évoquée lorsque l'on parle de l'achat en ligne. Les particuliers se font livrer un peu plus que par le passé des colis à domicile, mais il s'agit, pour l'instant davantage d'une lente évolution que d'une rupture brutale. Pour partie, l'achat en ligne se substitue à la VPC classique sans générer d'augmentation globale massive des volumes livrés. Il existe, bien entendu, des domaines où l'achat en ligne se solde par un envoi de courrier simple ou un téléchargement. C'est d'ailleurs dans ce type de prestation que l'achat en ligne progresse le plus vite. Lorsqu'un colis est en jeu, l'évolution est moins spectaculaire.

Concernant les cybermarchés, une série de données provenant des informations officielles fournies par les trois prestataires Ooshop (groupe Carrefour), Auchandirect et Houra (groupe Cora)<sup>12</sup> suffit à montrer que ce secteur peine à trouver sa place. Auchandirect, par exemple, a réalisé, en 2008, moins de la moitié du chiffre d'affaires d'un hypermarché moyen du groupe. Soit entre 2 et 3 pour mille du chiffre d'affaires français du groupe, qui possède plus de 200 hypermarchés en France.

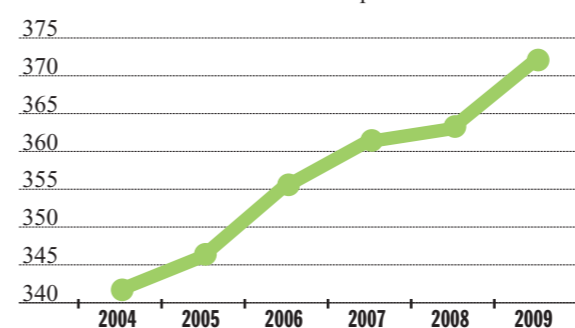
Les différents sites ont, par ailleurs, du mal à rentabiliser leur activité. Auchandirect et Houra sont proches de l'équilibre (plutôt en dessous qu'au-dessus) et Ooshop réalise des pertes colossales de l'ordre de 15% de son chiffre d'affaires.

Enfin, toutes les enseignes ont un taux de croissance inférieur au taux de croissance moyen du e-commerce, même si leur volume d'activité continue à croître.

On est, pour l'heure, donc, encore dans un marché de niche très confidentiel.

### **NOMBRE DE COLIS "ORDINAIRES" PAR AN**

En millions d'unités / Source: Arcep



A ces activités bien répertoriées, il convient d'ajouter la grande diversité des livraisons à domicile assurées par de petits commerçants ou des artisans : produits achetés chez eux ou bien via un sous-traitant (surgelés, pizzas, sushis, fleurs, etc.). Ces activités se développent, assurément, mais il est très difficile d'en obtenir un compte exact.

On dispose cependant d'autres indicateurs instructifs : le Ministère des Transports, par exemple, recense les effectifs salariés travaillant dans différentes branches des transports. Il distingue, en particulier, les transports de marchandises de proximité (livrant le dernier kilomètre, que ce soit une boutique ou un particulier) et les messageries. Ce recensement ne prend pas en compte, il faut le souligner, les travailleurs indépendants. Les résultats, comme on le voit dans le graphique ci-dessous, sont contrastés. En seize ans, de 1992 à 2008, les activités de messagerie ont cru, puis décliné jusqu'à revenir à leur point de départ. Le transport routier de proximité a connu, pour sa part, une croissance moyenne de ses effectifs de 3% par an, ce qui est significatif (s'agissant d'effectifs employés et non pas de chiffre d'affaires). Il y a, manifestement, l'émergence, lente mais sûre, d'une activité. Il est difficile, cela dit, de distinguer ce qui relève de la messagerie de ce qui relève du transport de proximité. C'est plus la globalité de l'activité qu'il convient d'observer (le taux de croissance des effectifs est alors ramené à 2% par an) tout en sachant que cela agrège la demande des entreprises urbaines et celle des particuliers.

Peu de consommateurs acceptent encore de payer une somme significative pour améliorer le confort de la livraison de l'objet qu'ils ont commandé, en dehors des personnes qui ont un niveau de vie aisé. De là cette croissance lente des livraisons. Dans ce contexte, certains acteurs tentent des percées dans des marchés particuliers comme, par exemple, le haut de gamme. C'est le cas de Colizen (voir encadré).

### Les services d'aide à domicile

Concernant ces services, nous laissons de côté ici les assistantes maternelles qui travaillent plus à leur propre domicile qu'au domicile des enfants qu'elles gardent, ainsi que les particuliers employeurs qui recourent pour l'essentiel à des femmes de ménage. Nous nous concentrons sur les structures qui emploient du personnel afin de délivrer un service chez un particulier<sup>13</sup>.

Concernant le contenu des services à domicile, la DARES (direction d'administration centrale gérant les statistiques du travail et de l'emploi)<sup>14</sup> a tenté au tout début du plan Borloo, en 2005, un pointage assez fin des types d'activités représentées.

Statistiques sur l'activité directe de prestataire (en pourcentage du nombre d'heures facturées) On voit que les entreprises privées occupent des créneaux qui leur sont spécifiques. Elles n'obtiennent pas toujours l'agrément qualité qui leur permettrait d'intervenir auprès des personnes âgées. D'un autre côté, ce sont elles qui développent le plus rapidement

les activités « autres » qui représentent l'émergence de services à domicile d'un nouveau type.

En regardant les choses du point de vue des utilisateurs, on se rend compte que les deux grands facteurs discriminants sont l'âge et le niveau de revenu<sup>15</sup>. En 2005 entre 8 et 9% des 40-69 ans utilisent au moins un service donnant droit à une remise d'impôt; contre 17% des 70-79 ans et 34% des 80 ans et plus. Du point de vue des revenus, si l'on répartit les ménages en déciles (c'est-à-dire en « paquets » construits par niveau de vie du ménage croissant et représentant chacun 10% de la population), ceux qui se situent à la médiane (à la limite entre les 5 « paquets » du bas et les 5 « paquets » du haut) recourent à ces services dans 6% des cas; contre 15% pour les ménages aisés du 9<sup>e</sup> décile et 33% pour les plus riches appartenant au 10<sup>e</sup> décile. On peut donc supposer qu'il y a un marché spécifique du service à domicile adopté par une clientèle fortunée, mais qui ne représente pas plus de 10% de la population française.

Concernant la prise en charge des personnes âgées, et spécialement des personnes âgées dépendantes, on peut s'interroger sur la croissance réelle d'un secteur régulièrement secoué par des crises majeures. Le début de l'année 2010 a été, par exemple, particulièrement tendu, avec le dépôt de bilan de plusieurs grosses associations du secteur. Mais, quand on regarde l'évolution du nombre de bénéficiaires de l'APA (Aide Personnalisée à l'Autonomie) on s'aperçoit que la croissance est

### STATISTIQUES SUR L'ACTIVITÉ DIRECTE DE PRESTATAIRE

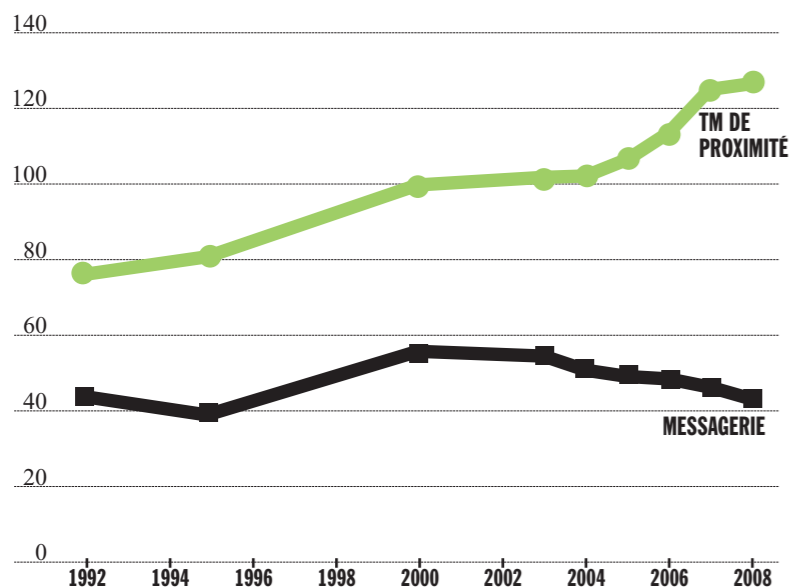
en pourcentage du nombre d'heures facturées

	2001	2005	
	Ensemble	Ensemble	Entreprises privées
Ménage	38,3	32,5	28,0
Soutien scolaire	0,8	1,1	7,8
Garde-d'enfants	2,5	2,0	4,0
Assistance aux personnes âgées	57,4	60,0	45,8
Autres	0	4,4	13,3

réelle et que les difficultés financières du secteur sont dues au succès même de l'APA. Le nombre de bénéficiaires de l'APA a considérablement cru depuis sa mise en place au premier janvier 2002 et spécialement dans le cadre de prises en charge au domicile, comme on le voit dans le graphique. La croissance très forte de l'année 2002 correspond à la mise en place du dispositif. Mais, ensuite, l'usage du dispositif se diffuse à grande vitesse. Cependant, les ressources consacrées par l'état, via la CNSA (Caisse Nationale de Solidarité pour l'Autonomie), au financement de l'APA n'augmentent pas au même rythme : le taux de couverture de ces dépenses qui était, dès le départ infé-

### EFFECTIFS SALARIÉS DANS LE SECTEUR MARCHAND

En milliers de salariés / Source : Bilans sociaux annuels du transport routier de marchandises



### UN EXEMPLE DE LIVRAISON À DOMICILE HAUT DE GAMME: COLIZEN

Parier sur les fortes contraintes de temps des catégories professionnelles supérieures demeurant dans les hypercentres urbains. C'est le choix fait par Colizen, une entreprise spécialisée dans la livraison haut de gamme. Pour l'heure, elle a investi à Paris et la première couronne. Elle envisage cependant une extension sur Lille. Son marché est celui des clients qui tiennent à être livrés à des horaires tardifs, du fait de leurs emplois du temps chargés. En hypercentre, il est possible de rentabiliser plus facilement ce type de service du fait des effets de masse. C'est aussi un lieu où beaucoup de gens hésitent à utiliser leur véhicule pour aller faire des courses. Les CSPÉ urbaines possèdent de moins en moins leur propre véhicule. Colizen livre ainsi les particuliers de 18h à 22h sur rendez-vous, avec un délai très court entre la commande et la livraison.

Dans sa mise en œuvre, la livraison sur rendez-vous est un « enfer logistique » selon la formule de Fabien Esnault, de la société Colizen : appliquer le modèle de livraison de pizzas (moins de 30 minutes) à celle de colis nécessite une organisation complexe et inédite. Pour rester au plus près de leurs clients, Colizen dispose de deux plateformes de distribution à proximité immédiate de Paris. Des véhicules électriques maniables et de petites tailles permettent d'effectuer les livraisons. Un système d'information spécifique a été conçu pour mutualiser les informations de prestataires multiples et pour s'adapter aux contraintes d'un environnement urbain dense. Cet environnement (sens uniques, absence d'aires de livraison ou de places de stationnement, etc.) rend difficile l'optimisation de tournées par des logiciels traditionnels. Le système d'information de

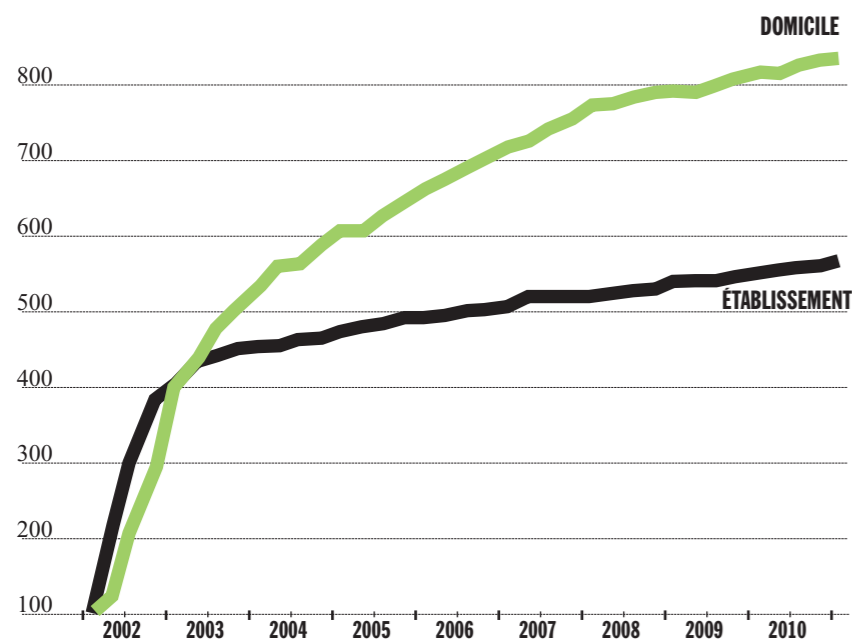
Colizen intègre la possibilité de se garer à proximité et de finir la livraison à pied. Chaque livreur dispose avec le véhicule de nombreux équipements, dont un Smartphone qui leur indique leur tournée, les informations relatives aux clients et à la livraison, et leur permet de faire remonter toutes informations susceptibles de faciliter le travail de livraison (comme la modification d'un code d'entrée). Ce travail organisationnel et les outils qui le supportent permettent une meilleure coordination entre Colizen, le particulier livré, les entreprises clientes et les livreurs. En fonction des informations envoyées par les marchands, les tournées sont planifiées en intégrant les temps et vitesses de déplacements simulés par heure et par arrondissement. Le particulier est informé par mail de l'heure de rendez-vous. Le livreur prépare ses commandes, charge et livre en fonction de la tournée établie. Un échange

permanent de communications (par mail, par téléphone) permet d'adapter ces tournées en quasi-temps réel et de délivrer ce service en respectant les contraintes temporelles imparties. L'entreprise emploie une trentaine de personnes dont 40% à temps partiel (majoritairement des étudiants à qui ces horaires de travail conviennent). Ces livreurs sont recrutés sur leurs compétences relationnelles et leur capacité à manier les outils technologiques qui équipent la prestation (téléphone portable, véhicule, scanner). En revanche, aucune compétence de navigation n'est nécessaire. Cela dit, la limite de ce type de démarche est qu'elle suppose un accord non seulement avec le destinataire final du produit, mais également avec le vendeur. Le nombre d'entreprises partenaires de ce mode de livraison est encore, aujourd'hui, limité.



## NOMBRE DE BÉNÉFICIAIRES DE L'APA EN FRANCE

En milliers de salariés / Source : rapport n°90 (2009-2010), Tome III : médico-social, projet de loi de financement de la sécurité sociale pour 2010, Sylvie Desmarescaux, au nom de la commission des affaires sociales.



rieur à 50% est tombé à 30% en 2009 (cf. graphique). Ce sont les départements qui ont absorbé l'essentiel du coût de la diffusion du dispositif. Dès lors, on comprend mieux, surtout dans le contexte de la crise de fin 2009 et de la baisse des recettes fiscales qui s'en est suivie, les difficultés financières aiguës auxquelles le système est confronté. La vraie question est donc celle de la solvabilisation d'un tel dispositif. Beaucoup de bénéficiaires n'ont que de faibles moyens pour contribuer au paiement du service. Un quart des bénéficiaires de l'APA à domicile a des revenus inférieurs à 700 euros par mois, ce qui correspond quasiment au seuil de revenu (675 euros) en dessous duquel aucune contribution n'est demandée<sup>16</sup>. La moitié d'entre eux ont des revenus compris entre 700 euros et 1200 euros qui supposent qu'ils contribuent à hauteur de moins de 25% au montant de l'APA. Un quart seulement a donc des revenus qui lui permettent de contribuer significativement à sa propre prise en charge. En établissement, jusqu'à des montants de revenus mensuels relativement élevés (2175 euros par mois) tout le monde contribue à hauteur de 30%. La solvabilité des bénéficiaires ne prend sens que dans un contexte de subventions lourdes.

Le secteur se partage donc entre un marché de niche à destination d'une clientèle fortunée et restreinte et un marché lourdement subventionné à destination des personnes dépendantes.

D'après le CERC (Conseil de l'Emploi, des

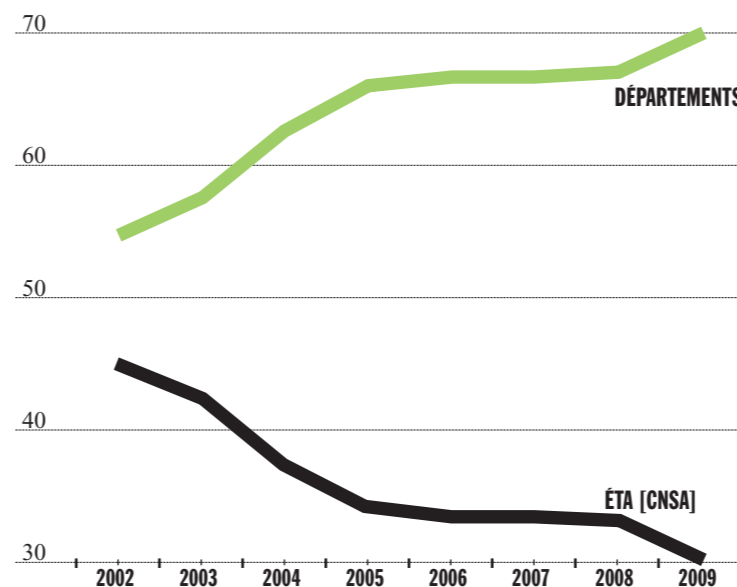
Revenus et de la Cohésion sociale), le soutien public aux services à la personne (dans le cadre du plan Borloo) peut être estimé à 8 milliards d'euros par an. Ce qui peut paraître peu ou au contraire beaucoup, dans la mesure où ce chiffre n'inclut pas les financements de divers organismes publics au titre de l'aide ménagère (Conseils généraux, CCAS, CNAV...) pour lesquels nous ne disposons pas de données globales<sup>17</sup>. En tout cas, cela renvoie à un choix de société clair.

### L'hospitalisation à domicile

L'hospitalisation à domicile (HAD) a, de son côté, considérablement cru en volume depuis l'an 2000. Elle a été encouragée par l'Etat au travers, notamment, d'une évolution de sa tarification. Le passage d'un prix de journée homogène à une tarification liée à l'importance de la prise en charge, permettant de mieux financer les cas les plus lourds, a conduit à un essor considérable de l'HAD au cours des années 2000, avec une accélération depuis 2005<sup>18</sup>. Le nombre d'établissements autorisés, qui dépassait à peine la soixantaine à la fin des années 90, est proche des trois cent (298) en 2009. Sur la même période, l'activité a plus que doublé (+119%) pour atteindre 3,3 millions de journées en 2009 (9029 places occupées) et 129 748 séjours complets. Une progression qui se poursuivait sur les cinq premiers mois de l'année 2010<sup>19</sup>.

## EVOLUTION DE LA RÉPARTITION DU FINANCEMENT DE L'APA ENTRE DÉPARTEMENTS ET ÉTAT

Source : rapport n°90 (2009-2010), Tome III : médico-social, projet de loi de financement de la sécurité sociale pour 2010, Sylvie Desmarescaux, au nom de la commission des affaires sociales.

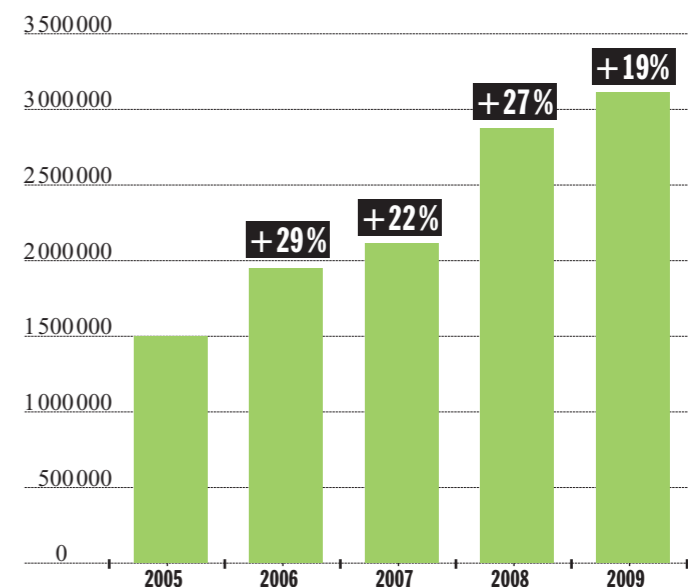


Du point de vue du mode de vie des patients, cette évolution est à la convergence du raccourcissement des séjours voulu par les pouvoirs publics et de la volonté des patients (mais pas toujours de leurs proches) d'être chez eux le plus rapidement possible. Cela dit, malgré cette croissance annuelle à deux chiffres, l'HAD ne représente toujours, comme le souligne le rapport, «qu'une part minime de l'activité hospitalière: 0,45% des séjours d'hospitalisation complète et partielle en 2008»<sup>20</sup>. Le chiffre serait un peu moins faible si l'on prenait en compte les journées plutôt que les séjours (vu que les prises en charge sont sensiblement plus longues en HAD), mais cela reste, malgré tout, une solution encore exceptionnelle. Il est difficile d'estimer comment ce pourcentage évoluera dans les années qui viennent. En revanche, à la différence des services à la personne, il s'agit d'un mode de prise en charge qui est, en général, moins coûteux que les modes de prise en charge antérieurs en milieu hospitalier classique. La solvabilisation de ce type de service renvoie au financement global de la santé, mais la limite à son développement n'est sans doute pas que financière: la transformation du domicile en lieu de soins a ses limites.

Au total, dans les différents types de services (livraisons à domicile, services à la personne, hospitalisation à domicile), il est clair que l'on assiste, avec toutes les difficultés que nous avons pointées, à un développement encore modeste, mais avéré, des services à domicile.

## PROGRESSION DE L'ACTIVITÉ DE LA HAD DEPUIS 2005

Journées de prise en charge / Source: Chiffres de la FNEHAD (Fédération Nationale des Etablissements d'Hospitalisation à Domicile), repris par Nicolas Durand, Christophe Lannelongue, Patrice Legrand, Vincent Marsala, *Hospitalisation à domicile*, op. cit.



Qu'en est-il dans les autres pays développés? La seule enquête disponible menée à l'échelle européenne a été effectuée début 2001, par la fondation européenne de Dublin pour l'amélioration des conditions de vie et de travail<sup>21</sup>. Elle confirme que cette tendance n'est pas propre à la France. Cependant, il est difficile de faire des comparaisons terme à terme, car les modes de prise en charge (public/privé, notamment) changent considérablement d'un pays à l'autre. Il n'en reste pas moins que le tableau d'ensemble est celui d'une croissance lente, mais certaine, dans la plupart des pays d'Europe, de ce type de services.

Ceci étant établi, venons-en à notre autre question: dans quelle mesure ces services participent d'un nouveau rapport au domicile, comment ils se construisent, au quotidien, concrètement?

# Nouveau rapport au domicile, nouveaux services

**Les services à domicile d'aujourd'hui ne sont pas, ne peuvent pas être, ceux d'hier, ne serait-ce que parce que l'investissement du domicile a profondément changé depuis l'époque où du « personnel de maison » y habitait ou y demeurait, en journée, de manière continue. Les personnes qui y interviennent aujourd'hui le font sur la base d'un contrat de travail, pour des durées limitées et avec des missions bien identifiées. La séparation géographique entre vie au travail et vie hors-travail s'est imposée aux personnels comme aux bénéficiaires: pour les personnes chez qui l'on entre, leur logement est un lieu très privé. Il n'est donc pas question d'y entrer sans précaution.**

## A UN NOUVEAU RAPPORT AU DOMICILE

**Avec l'émergence de l'individu moderne, le rapport au domicile n'a plus guère à voir avec la manière dont nos aïeux vivaient leur espace domestique.**

**Le domicile, un lieu « habité », chargé d'enjeux symboliques**

Le domicile est un lieu « habité » au sens où s'y attachent des significations et des enjeux symboliques multiples. Lorsque Norbert Elias étudie l'émergence de l'individu moderne, il décrit la lente construction historique des frontières entre soi et les autres, en prenant notamment l'exemple de la chambre à coucher: « La chambre à coucher est devenue une des enceintes les plus « privées », les plus « intimes » de la vie humaine. (... Mais) dans la société médiévale, la fonction du sommeil n'était elle non plus (pas plus que d'autres) privatisée et détachée de la vie sociale. Il était d'usage de recevoir les invités dans des pièces meublées de lits, et les lits possédaient selon leurs aménagements une valeur de prestige. Très souvent, plusieurs personnes passaient la nuit dans la même chambre: dans la couche (sociale) supérieure, le seigneur et son valet, la maîtresse de maison avec sa servante ou ses servantes; dans les couches populaires, hom-

mes et femmes dormaient souvent dans la même pièce, de même que des amis logés pour une nuit»<sup>22</sup>. De son côté, Pierre Bourdieu a dans un de ses premiers textes<sup>23</sup>, analysé les symboliques attachées à la maison kabyle, en montrant qu'une grande partie de la structure sociale se projette dans la séparation du dedans et du dehors et dans les modes d'entrée et de sortie de ladite maison.

Ces deux auteurs attirent ainsi notre attention sur le fait que la porosité du domicile est socialement construite et qu'elle ne se modifie qu'au travers de processus historiques de long terme. La dynamique qui a prévalu jusqu'à ces dernières années a conduit à une clôture sans cesse croissante du domicile et à une définition plus stricte de la famille proche. L'émergence des pratiques de service à domicile vient heurter cette évolution, mais elle ne la remet pas en question. Le refus de l'hospice, puis de l'hospitalisation de longue durée (autant du fait des financeurs que des personnes hospitalisées) a conduit à envisager des prises en charge à domicile. Si un livreur reste sur le seuil, d'autres professionnels le franchissent, mais, à l'image de ce que Pierre Bourdieu racontait pour la maison kabyle, non sans le respect de rites de civilité élaborés.

Lors d'une rencontre du séminaire Ville à domicile (« Dans le domicile, jusqu'où? »), les contrastes entre hier et aujourd'hui, de même que l'exigence particulière du respect de la personne habitant chez elle, sont revenus régulièrement dans les échanges.

**Le logement et l'intime, une longue histoire, racontée par Monique Eleb**

Les évolutions du logement et du registre de l'intime ont partie liée. La pudeur, le désir d'être seul, le plaisir de la retraite et celui de maîtriser chez soi les degrés de rapport avec les autres sont des idées neuves dans l'histoire. C'est ce que montrent les historiens qui se sont intéressés aux notions de l'intime et/ou aux relations entre public et privé<sup>24</sup>.

Les moyens de protection de l'intime sont d'abord spatiaux: portes, sas, seuils et un certain nombre de pièces spécialisées ont joué ce rôle au fil des

siècles. Les traces matérielles concrètes que sont les plans, les coupes d'habitation, permettent de comprendre comment

les familles ont peu à peu mis en place des frontières pour préserver leur intimité. Au Moyen-Âge, le logement est un lieu ouvert, organisé de façon verticale. Le maître de maison habite le rez-de-chaussée, occupe la salle principale, possède la cheminée de la maison, utilise quelques pièces et loue toutes les autres situées dans les étages. Les escaliers débouchent dans les pièces que les habitants traversent pour se rendre d'un endroit à l'autre. Globalement, les espaces sont polyvalents et répartis entre la salle principale, la chambre et la cuisine. Mais on peut recevoir dans la cuisine et dormir dans la salle principale: les espaces servent donc à tout. On peut habiter à tous les niveaux, ce qui donne lieu à des scènes « bizarres »: par exemple, les locataires se voient obligés de passer par la chambre de la jeune fille pour monter dans la leur. Cela ne gêne personne, car la pudeur, au sens moderne du terme, n'existe pas. La distinction entre pièce où l'on se tient et pièce que l'on traverse n'est pas pertinente.

Au XVII<sup>e</sup> siècle, le luxe d'être seul va être réclamé par les aristocrates. La présence des domestiques leur est devenue insupportable, même si ces derniers organisent leur vie, comme l'illustrent les pièces de Molière. Les propriétaires d'hôtels particuliers vont alors demander aux architectes de dissocier flux et lieux de passage. Maîtres et domestiques auront des trajectoires différenciées, les couloirs de la maison seront de mieux en mieux cachés. L'escalier est conçu comme un espace à part, les pièces deviennent indépendantes. Etre servi sans que le service ne soit visible devient l'une des définitions du luxe. Cette exigence d'intimité se mesure aussi par l'apparition d'un dispositif: celui du petit appartement, c'est-à-dire une chambre et ses annexes, qui permettent à l'individu de pouvoir être seul ou avec ses proches. La partition entre parties publiques (salles de réception), parties privées (les appartements) et parties de services s'accroît au XVIII<sup>e</sup> siècle. Différents types d'appartements selon leur degré d'exposition (apparat, société, commodité), boudoirs, antichambres se multiplient pour protéger les espaces les plus intimes. Précisons que ces évolutions restent des privilèges aristocratiques. Dans le monde rural, la salle commune continue à rassembler les personnes et sa polyfonctionnalité demeure.

Le XIX<sup>e</sup> siècle voit l'émergence de la valorisation de la famille. Le foyer devient l'espace chaleureux



de rencontres quotidiennes et sans protocole. La maison est lieu de chaleur, de ressourcement, de détente, avec la possibilité de mettre à distance la société.

Qu'en est-il aujourd'hui? Notre «salon» ou «séjour» ressemble fort, au-delà des différences de décor, à ce «salon de famille» apparu dans la deuxième moitié du XIX<sup>e</sup> siècle. Les Français restent très attachés à la notion de sas, qui permet d'éviter que les visiteurs aient directement la vue sur des espaces considérés comme intimes. Ils montrent un attachement à la maîtrise du regard du visiteur et, par exemple, installent de petits meubles, des bibliothèques quand l'architecte a prévu une entrée directe dans le séjour. Ils ont besoin de cet entre-deux, de cet espace intermédiaire, de cet espace transitionnel, où l'on peut changer de rôle, passer de l'intime au social ou l'inverse. Quand on arrive chez soi et qu'on se déshabille dans l'entrée, on se dépouille en même temps du monde extérieur. Quand c'est celui-ci qui arrive, on a besoin de s'y préparer dans un endroit maîtrisé moins privé, et c'est l'entrée.

### **Le grand tournant des années 60**

La meilleure manière de mesurer l'évolution contemporaine du rapport au domicile est d'observer le type de services à domicile qui pouvaient exister avant les années 60, en Europe. Dans toute l'Europe de l'Ouest, le grand tournant qui marque l'accession des femmes au salariat et l'effacement de la famille, et du modèle patriarcal sous-jacent, comme cellule de base de la société, se situe, en effet, au milieu des années 60. Jusque-là les femmes, même actives, restent présentes en continu dans l'espace domestique: agricultrices, femmes d'artisans ou de commerçants, employées de maison ou mères au foyer.

Irene Cieraad<sup>25</sup> nous a parlé, ainsi, du monde disparu que représentent les services à domicile qui existaient aux Pays-Bas jusque dans les années 60.

A cette époque les livraisons sur le pas de la porte étaient nombreuses et quotidiennes. Cela concernait le lait ou d'autres produits alimentaires, mais aussi la prise en charge du linge par un teinturier ou la réception et le paiement de factures diver-

ses sur une base hebdomadaire. Une telle organisation n'était possible, on le voit bien, que parce que les femmes restaient massivement au domicile dès qu'elles avaient des enfants.

Le médecin de famille effectuait, à l'époque, ses visites uniquement à domicile. De nombreux actes médicaux y avaient lieu, jusqu'aux accouchements. Outre le médecin, les infirmières de quartier jouaient un rôle central pour s'occuper des malades ou des personnes âgées. En plus de la toilette et de l'entretien du linge, leur rôle consistait à faire participer le malade à la vie sociale du quartier, en l'installant, par exemple, près de la fenêtre.

Les services proposés permettaient également d'effectuer les tâches alors dévolues à la mère de famille lorsqu'elle était malade ou qu'elle venait d'accoucher. Ainsi, après l'accouchement, des infirmières spécialisées étaient dépêchées à demeure dans les familles pour s'occuper de la femme et de son nourrisson, mais aussi de tous les autres membres du foyer. Elles remplaçaient les mères pour s'occuper des enfants et des tâches domestiques. Leur temps de travail n'était pas mesuré en heures. Elles restaient au domicile pendant cette phase.

Tous ces services ont disparu en même temps que le développement de l'activité professionnelle des femmes. L'accouchement se fait toujours à domicile, mais, comme en France, les médecins ne se déplacent plus que rarement au domicile. Lorsque les infirmières viennent à domicile elles le font sur la base de temps d'intervention calibrés et réduits.

Si «ville à domicile» il doit y avoir aujourd'hui, elle ne peut donc pas être la résurgence d'un état de fait antérieur. Elle doit se concevoir dans le cadre d'activités salariales identifiées, d'interventions limitées dans le temps et d'un rapport social contractuel de client à prestataire. Le fait même que les femmes actives ne soient présentes que de manière intermittente à leur domicile oblige à penser les choses dans le cadre de rendez-vous précis et d'une durée d'intervention savamment calibrée.

### **Le domicile à l'heure de la dissémination du «chez-soi»**

**a**ujourd'hui, le rapport au domicile est marqué par une autre tendance, pour certaines catégories de la population, à savoir la dissémination des lieux d'habitat. Les espaces «domestiqués» s'étendent désormais au-delà du domicile stricto sensu. Les gradations entre le plus intime

et le totalement étranger se multiplient au-delà du cercle du logement de base.

Ainsi que le montre le sociologue Eric Le Breton, différentes évolutions tendent à transformer le domicile en un archipel qui s'étend autour d'une île centrale. Une partie significative de la population a, par exemple, plusieurs domiciles simultanés (bi-résidentialité, maisons secondaires, étudiants, etc.) et le domicile se dissémine dans de nombreux lieux publics où ont lieu des activités privées (les Starbucks Coffee en sont un bon exemple). La vie privée est, en partie, localisée en dehors du domicile grâce aux services qui équipent ces lieux. Le domicile ne se limite plus à la résidence en elle-même, mais regroupe un ensemble de lieux et de services associés. Se constitue ainsi un réseau domiciliaire. Dès lors, des espaces intermédiaires qui ne sont ni totalement privés, ni totalement publics, apparaissent.

Déjà, l'e-mail, consultable à distance, et le portable ont permis de répondre au besoin d'ubiquité croissante des personnes. L'adresse, dans ce cas, n'est plus un numéro de rue, mais une adresse IP ou un numéro de téléphone. On véhicule, avec soi, en emportant un téléphone, un objet qui a certaines des propriétés familiales du domicile. Le téléphone portable, «porté sur soi ou avec soi, dans le sac à main ou à la ceinture, constitue une seconde peau, un prolongement de soi»<sup>26</sup>. Il est même plus chez soi que le téléphone fixe dans la mesure où il est assigné à une personne précise et non à un ménage dans son ensemble. Les fonctions du téléphone s'élargissant, cette tendance progresse.

Pour des catégories de personnes très mobiles et familières des technologies de l'information et de la com-

munication, la question dans ce contexte n'est pas tant de savoir comment faire parvenir des biens ou des services chez elles que créer un service qui peut les rejoindre, en temps réel, là où elles se trouvent, et de manière confortable. Les conciergeries d'entreprise délivrent, par exemple, un service de type domestique sur le lieu de travail. Mais, pour les salariés auxquels il s'adresse, ce service se révèle moins pertinent qu'on pouvait le croire. Si l'on veut, par exemple, faire laver son linge hors de chez soi, il reste plus pratique d'aller au pressing le plus proche de son domicile, plutôt que de transporter le linge sale puis propre dans le coffre de sa voiture. De même, nos enquêtes sur les achats près du lieu de travail ou sur le chemin domicile-travail montrent que la plupart des personnes se borne à acheter des marchandises légères et peu encombrantes<sup>27</sup>. Si le service est dématérialisé, il est effectivement facile de le délivrer à peu près n'importe où, au travers d'un terminal mobile. Mais si un objet ou une présence humaine sont impliqués, le point fixe du domicile reste plus approprié. Il reste donc pertinent de s'interroger sur le rapprochement entre les services et le domicile même s'il faut inclure des formules intermédiaires où le destinataire continue à aller chercher le service, mais en diminuant la distance qu'il parcourt. Les expériences d'écoquartiers en Europe ont pas ou peu intégré cette question, selon Taoufik Souami. A l'inverse, pour les personnes assistées à leur domicile, une partie du service consiste à les aider à sortir de chez elles, pour aller faire une course, une démarche, ou simplement une promenade. L'enjeu est de les aider à re-domestiquer l'espace autour de chez elles et à ne pas se replier derrière la frontière stricte de leur demeure. Il faut recréer un continuum entre l'espace privé et l'espace public, en étendant la surface des espaces où ces personnes se sentent «chez elles».

### **UNE RÉPONSE DE LA POSTE À LA DISSÉMINATION DU CHEZ-SOI: SO COLISSIMO**

**E**n réponse à ces évolutions, de nouveaux services sont apparus. La Poste, par exemple, propose un nouveau service: «So Colissimo», qui offre différentes possibilités pour récupérer son colis: soit, classiquement, une adresse fixe (qui peut être le domicile, mais aussi le domicile d'un parent ou d'un ami, ou encore le lieu de travail), soit une adresse assortie d'un horaire de livraison en fin de journée (pour l'instant ce service est limité à Paris intramuros), soit une consigne automatique, soit, directement, un bureau de poste que l'on peut choisir ou un commerçant partenaire de la Poste. L'adresse possible se dissémine ainsi dans l'espace. Récupérer un

colis en un lieu n'en fait pas, pour autant, un «chez soi». En même temps, d'après nos enquêtes, pour beaucoup de personnes, le lieu où elles récupèrent leur colis est paré d'un sens particulier. 85% des personnes à qui des sites web marchands proposent le service So Colissimo, choisissent d'être livrées à leur domicile. C'est probablement autant pour des raisons pratiques que pour des raisons symboliques. Si le territoire de la vie privée se structure comme un archipel, il le fait par degré, de même que, dans une maison, une chambre n'a pas le même statut qu'une salle de séjour... Certaines personnes interrogées disent ne pas aimer réceptionner un colis dans un endroit où il y a trop

de bruit ou trop de monde. Plusieurs expliquent qu'elles ne souhaitent pas être livrées sur leur lieu de travail afin que leurs collègues ne sachent pas ce qu'elles avaient acheté, l'une explicitant même le fait qu'elle serait incapable de recevoir un colis sans l'ouvrir immédiatement. Certes, d'autres ont une approche plus fonctionnelle, mais l'idée est toujours, néanmoins, de pouvoir emporter commodément le colis à son domicile, in fine. Le service proposé par la Poste est néanmoins le signe qu'une fraction au moins, de la population se sent à l'aise dans des lieux divers, hors de son domicile, pour recevoir un objet dans lequel elle a investi affectivement.

# III B LES IMPLICATIONS POUR LES PROFESSIONNELS DU SERVICE À DOMICILE

**Les services à domicile sont encore souvent assimilés à de petits boulots. Pourtant, ils demandent des compétences particulières notamment dans la manière d'entrer chez autrui et d'instaurer une relation de confiance.**

## « Entrer au domicile » : une professionnalité particulière

La privatisation croissante du domicile est parfaitement perceptible lorsque l'on interroge des personnes qui y interviennent. Elles se disent toutes conscientes que la relation de confiance nécessaire à leur intervention se noue sur le seuil. Leur premier travail est de négocier leur entrée et elles y portent une attention particulière.

« Lorsque je suis à l'hôpital, je frappe à la porte avant d'entrer dans la chambre ; lorsque je vais au domicile des personnes, je sonne et j'attends qu'elles viennent m'ouvrir ». Le propos est celui d'un infirmier rencontré lors d'une enquête effectuée dans la région de Grenoble en 2002<sup>28</sup> qui participait à un service d'hospitalisation à domicile. Il y était d'autant plus sensible qu'il allait rendre visite aux mêmes malades chez eux, après leur sortie de l'hôpital. Il remarquait l'attitude passive qu'ils endossaient, par force, lorsqu'ils étaient dans les murs de l'hôpital et l'attitude active qu'ils retrouvaient une fois chez eux.

De fait, les professionnels qui revendiquent un certain savoir-faire technique se rendent compte que, lorsqu'ils arrivent au domicile, il leur faut négocier beaucoup plus durement qu'au sein d'une institution. Pour une responsable du service d'hospitalisation à domicile de Grenoble, Lydie Nicolas, « il faut aussi s'adapter un petit peu au domicile ; il faut moduler nos exigences ; il faut apprivoiser la personne ». Dit autrement, « on n'est pas en terrain conquis ». Ce que confirme Denis Mennessier de l'UNA en observant que certains

salariés parlent d'une « décomposition de la professionnalité » sur le seuil du domicile. Ainsi, le domicile relève bien de la vie privée qui est, comme l'a écrit Jean Carbonnier « la sphère secrète de vie d'où (la personne) a le pouvoir d'écarter les tiers »<sup>29</sup>.

Paradoxalement, ces compétences apparemment extra-professionnelles sont celles pour lesquelles les intervenants à domicile, réputés non qualifiés, font preuve d'une grande professionnalité. Ils maîtrisent parfaitement l'art et la manière d'entrer et de négocier tout à la fois l'intimité et les limites à cette intimité. Ils se situent, en effet, dans un entre-deux : ils ne sont ni des étrangers, ni des familiers. Ils savent arriver et entrer, mais ils savent également se retirer et partir. Ils apprennent à aller loin dans le rapport au corps lorsqu'ils manipulent les personnes dépendantes, mais ils apprennent également à ne pas aller trop loin dans la familiarité.

## L'aide à domicile, un « étranger familier ».

Le témoignage de Nora Bouaouina Doctorante en sociologie, Nora a, par le passé, exercé le métier d'aide à domicile. De par son activité, elle était amenée à pénétrer dans toutes les pièces, y compris les plus intimes comme la chambre ou la cuisine. Elle allait jusqu'à ouvrir les armoires ou les tiroirs pour prendre les vêtements, etc. Au début, pendant les premières visites, cette intrusion n'était pas évidente pour la personne soignée. Cela supposait de prendre du temps, de faire glisser les échanges d'un rapport de courtoisie à un rapport plus chaleureux, d'instaurer une confiance qui démontrait qu'elle n'était pas venue pour « violer son intimité ». Au fur et à mesure que le temps

passait et que la confiance s'instaurait, Nora devint ce qu'elle appelle « un étranger familier » qui fait « un peu partie de la famille », mais pas totalement : il faut aussi savoir construire de la distance et, par exemple, en rester au vouvoiement.

## Service à domicile et statut social

La solvabilité n'est pas le seul facteur conditionnant le recours aux services à domicile. Encore faut-il se sentir « autorisé » à se faire servir et beaucoup de personnes âgées ne s'y résolvent que poussées par leur entourage, car elles n'ont pas eu cette habitude. Les personnes qui ont quitté la vie active depuis vingt ans n'ont connu que les débuts de la société de services et elles ont géré l'essentiel de leur vie domestique sur le mode de l'autoproduction.

Mais en dehors même de cet effet de génération, les aides à domicile rencontrent des milieux sociaux différents dont les attentes à leur égard sont, de fait, variables. Les uns les accueillent simplement et les considèrent comme leurs égales, en témoignant de la reconnaissance pour l'aide qu'elles leur apportent. Les autres leur font sentir qu'elles sont « à leur service » et c'est alors que des rappels à l'ordre sur la différence entre leur métier et l'emploi de domestique sont nécessaires. Lorsqu'une heure d'arrivée est programmée, les aides à domicile veillent à se présenter ponctuellement. L'une d'entre elles explique : « Quand le médecin est en retard, c'est une chose. Mais quand c'est l'aide à domicile... On est au service quand même. Le statut social entre en jeu et encore plus quand l'intervention est du ménage ». L'association qui programme l'intervention est la garante de la norme et donc d'un rapport social formel et salarial. Respecter l'horaire c'est faire entendre que l'on s'en tient à la norme et que l'on n'admettra pas un glissement vers le statut de « bonne à tout faire ».

Au-delà de tel ou tel cas particulier, il importe de prendre garde à ce que l'intervention au domicile ne se limite pas à de « petits boulots » (ou considérés comme tels) : livreurs de pizzas en insertion professionnelle, étudiants arrondissant leurs fins de mois, aides à domicile considérées comme des bonnes à tout faire, jardiniers confondus avec des employés de maison, etc. Tout ce qui éloigne du salariat (horaires à temps partiel, contrats de tra-

vail temporaires, emploi de gré à gré), risque de favoriser la confusion entre service et servitude. L'idée même que le service à domicile soit un « bon gisement » d'emplois non qualifiés est dangereuse ; il n'est pas vrai que « n'importe qui » peut faire un tel travail : les associations qui emploient du personnel doivent opérer une sélection assez fine, et déplorent malgré tout un taux d'échec non négligeable pendant les premiers mois de travail. Mais, surtout, il n'est pas vrai que le travail au domicile d'un tiers soit, en tant que tel, dépourvu de professionnalité. Au contraire, à métier semblable, il faut plus de savoir-faire pour intervenir seul, loin des collègues, chez les destinataires du service, qu'en institution.

Réciproquement, laisser entrer quelqu'un chez soi est d'autant plus difficile que l'on considère la personne entrante comme « supérieure » à soi. Monique Eleb raconte les visites programmées qu'elle effectue, avec ses étudiants, chez des personnes volontaires pour laisser entrer un groupe à leur domicile. Celles qui se sentent les égales (au moins) des visiteurs font peu d'effort de présentation : elles laissent les pièces en désordre et ne cherchent pas à faire « bonne impression ». Celles qui, en revanche, craignent la réactivation d'un jugement social infériorisant mettent un point d'honneur à présenter un logement impeccable.

Autant pour le prestataire que pour le destinataire, le domicile est un lieu complexe où l'état de droit et les règles salariales voisinent avec des rapports sociaux directs qui peuvent les mettre en tension. L'entourage des personnes aidées est souvent en faveur de cette normalisation par crainte que l'intervenant prenne sa place dans le cadre familial. Pour éviter les demandes excessives ou les intrusions indiscretes, il faut sans cesse réaffirmer la norme et la règle.

# *Des pistes pour lever des freins à l'essor des services à domicile*

*Le business des services pour les personnes âgées: une autre vision de seniors pour les reconnaître comme des consommateurs à part entière, avec l'émergence du design universel, avec une attention accrue portée à la domestication des supports techniques.*

## **A** **CONSIDÉRER LES SENIORS AUSSI COMME DES CONSOMMATEURS**

*Nombre de services à domicile sont encore, pour l'instant, réservés aux personnes à hauts revenus, mais pourraient très bien sortir de ce créneau dans les années à venir. D'autres services pourraient également voir le jour, mais ils butent, aujourd'hui sur la difficulté, tout particulièrement en France, à considérer explicitement la question du marché des seniors.*

**b** *eaucoup de seniors, bien qu'ils disposent de ressources financières, ne font pas appel aux nouveaux services. C'est en partie lié à leur isolement qui leur fait perdre le goût de la consommation. Mais c'est en partie lié aussi à l'absence d'un marketing spécifique.*



Une situation particulière à la France, si on la compare aux autres pays développés. En France, selon Pascale Hebel, analyste des consommations au CREDOC<sup>30</sup>, la vieillesse reste profondément associée à la mort, à de nombreuses perceptions négatives. On préfère nier les seniors, faire comme s'ils n'existaient pas. Dans d'autres pays comme la Corée (qui a pourtant une balance démographique plus «jeune»), les seniors sont une cible clairement identifiée et courtisée.

D'après les enquêtes de l'Insee sur le «Budget des ménages» de 1984 et 2006, la propension à consommer des classes les plus âgées est moins importante que celle des actifs. Pourtant, les plus de 50 ans concentrent la majorité des revenus disponibles (près de 52%) alors qu'ils représentent un peu moins de la moitié des ménages (près de 49 %). A partir de 50 ans, l'adaptation de certains produits et services est utile à beaucoup de personnes. Comme par exemple, la taille des polices de caractère sur les notices et affichettes. Les éléments de confort deviennent de plus en plus importants au fur et à mesure que l'âge avance et que les capacités physiques diminuent.

Plutôt que de consommer, les seniors ont tendance à épargner, d'abord pour leurs retraites, ensuite pour leurs descendants, mais aussi par manque d'un marché qui leur soit tout à fait adapté.

Ces ménages réalisent déjà plus de 50 % de la consommation en alimentation et en santé, mais pas pour d'autres postes de dépenses tels que l'habillement, la communication, les loisirs, etc. En termes de loisirs, leurs dépenses sont importantes, compte tenu de leur temps disponible. Elles se concentrent principalement sur les voyages, les services sportifs et les équipements culturels. Il existe, à l'heure actuelle, peu d'offres qui leur soient spécifiquement adaptées. Le constat vaut pour différents postes de consommation comme les autres biens et services, la restauration et l'hôtellerie, les transports, etc. Pourtant, d'ici l'horizon 2015<sup>31</sup>, la part déjà non négligeable des seniors dans la consommation va s'accroître significativement.

Si la demande des seniors a un potentiel de développement, qu'en est-il de l'offre ? Le jeunisme est très prégnant en France comme dans d'autres pays européens. Les publicitaires ciblent la jeunesse et l'enfance, les bébés compris, et même les tour-opérateurs, pour vendre des voyages à des retraités, présentent des publicités figurant des personnes jeunes... Les individus eux-mêmes ne veulent pas admettre qu'ils vieillissent et se perçoivent, en règle générale, comme âgés d'une quinzaine d'années de moins qu'en réalité.

Des offres ciblées pour les seniors, plus ou moins segmentées par âge, émergent, mais restent rares : résidences pour retraités, Vacances Bleues, etc. La cosmétique pour sa part a pris en compte cette clientèle depuis longtemps ; soins du visage, crèmes antirides : la nécessité d'avoir des produits adaptés à chaque tranche d'âge est, dans ce domaine, largement entrée dans les mœurs. Au contraire, les produits pour la vue, les lunettes pour corriger la presbytie et surtout les prothèses auditives souffrent d'un coût prohibitif et d'un manque d'innovation.

C'est lié au fait que ces appareils identifient trop directement le vieillissement. Pour des produits plus alimentaires (margarine qui aide à lutter contre le cholestérol), la réussite commerciale réside dans le fait qu'ils sont davantage associés à la santé. En termes de mobilité ou d'équipement des foyers, les solutions proposées sont ciblées sur les personnes dépendantes, à mobilité réduite. Elles ne concernent donc pas une grande majorité de seniors.

**C**eux qui disposent du plus fort taux d'épargne et peuvent par conséquent potentiellement accroître leur consommation sont les plus de 85 ans. Pourtant, l'offre qui leur est destinée est essentiellement tournée vers les plateaux-repas et les soins médicaux, soit vers des postes de consommation très restreints.

Il y a également une différence entre les seniors qui vivent en couple et ceux qui vivent seuls. Les couples se déplacent plus facilement et ont un niveau de vie plus élevé. Si certains consomment si peu c'est donc, en partie par solitude et par manque de lien social, mais aussi par absence d'offre adaptée.

## IIIB

### UNE SOLUTION D'AVENIR ? LE DESIGN UNIVERSEL

*L'enjeu est de concevoir des produits et des environnements physiques adaptés à tous les âges et à toutes les situations. La démarche ne va pas de soi. Elle est développée au travers de ce que l'on appelle le design universel, une approche prometteuse, mais encore peu développée en France.*

Le design universel travaille autour de sept principes, qui concernent aussi bien les limites physiques que les limites cognitives, aussi bien l'espace public que l'espace domestique :

1. Utilisation égalitaire, évitant la ségrégation ou la stigmatisation de l'utilisateur
2. Flexibilité à l'usage des outils et ustensiles indifféremment dessinés pour droitiers ou gauchers par exemple, ou plus généralement pour des sujets frappés de handicaps légers
3. Utilisation simple et intuitive, ou comment faciliter l'usage d'un appareil, d'un outil à toute personne, quelles que soient sa langue et sa culture
4. Information perceptible, ou communiquer le nécessaire en images, mots ou sensations, tactiles par exemple
5. Réduction des risques d'accidents domestiques, ou comment le design peut concourir à la sécurité
6. Effort physique minimal en sollicitant peu ou pas du tout le corps et en réduisant au maximum la fatigue.
7. Dimension et espace libres pour l'approche et l'usage dans l'habitat (cuisine, salle de bains) ou les services (transports, bâtiments publics, magasins)

Conçu d'abord aux Etats-Unis, il permet aussi bien de penser des équipements urbains plus accessibles aux personnes qui ont des difficultés que de penser un équipement du domicile (en matériel et en

service) pour ces mêmes personnes. L'idée sous-jacente à cette démarche est que chaque catégorie d'âge profite de cette approche «universelle» qui porte une attention particulière aux usagers et à leurs besoins. Entre autres exemples, les meubles Ikea sont de plus en plus conçus de façon à être manipulés par différentes tranches d'âges. Une autre illustration est fournie par le bol verseur Oxo :



Le bol présente plusieurs caractéristiques répondant aux exigences du design universel : il est oblique, ce qui facilite son usage, il possède une double graduation lisible du dessus ou de côté, sa base lui assure une grande stabilité, il présente une grosse poignée recouverte d'un matériau agrippant. Le bol se prend indifféremment de la main droite ou de la gauche. Ainsi, il peut être utilisé par un maximum de personnes y compris celles qui ont des difficultés de manipulation des objets du quotidien.

C'est cette démarche tournée vers l'usage qui reste souvent à mettre en place, si l'on veut proposer des solutions, notamment à des personnes peu dépendantes, afin de ralentir leur évolution vers une dépendance plus grande. Elle a également toute sa pertinence pour mieux articuler interventions à domicile et aides à la maîtrise de l'environnement autour de chez soi. L'aide personnalisée coûte cher, et elle gagne à être pensée en articulation avec d'autres aides matérielles «câblées» dans l'environnement physique, chez soi et alentour.

# IIIC

## LA DOMESTICATION DES SUPPORTS TECHNIQUES

***Un cas particulier de design universel est la manière dont on conçoit les interfaces informatiques. Les nouvelles technologies peuvent contribuer à la diffusion des services à domicile. Mais leur usage se répand inégalement suivant les catégories d'âge. De fait, leur appropriation par les professionnels et les personnes desservies passe, au-delà d'un certain âge, par leur capacité à se fondre dans l'environnement quotidien.***

**b**eaucoup d'espoir est placé dans la mise à disposition de moyens de communication élaborés à domicile. Pour la génération actuelle de retraités, il s'agit sans doute d'une démarche bien moins utile que l'adaptation de leur environnement physique. Cela dit, si l'on veut concevoir des moyens de communication qui leur soient adaptés, la démarche d'attention aux usages est tout aussi décisive que dans le cas précédent.

Introduire des dispositifs techniques dans le service à la personne ne va pas de soi. Il semble normal d'utiliser la voiture ou le téléphone qui sont des appareils anciens qui, avec le temps, apparaissent comme familiers et leur usage naturel. Mais l'utilisation d'appareils sophistiqués ou nouveaux reste souvent perçue comme une complication dont on se passerait volontiers.

On imagine et expérimente de plus en plus des systèmes techniques qui permettraient de déplacer le point d'équilibre économique des services à domicile. Mais ces systèmes ne sont appropriés et utili-

sés par les intervenants et par les personnes desservies que pour autant qu'ils s'intègrent aisément dans leur quotidien et que les utilisateurs parviennent, comme nous l'enseigne la sociologie anglosaxonne des usages, à les «domestiquer»<sup>32</sup>. C'est d'autant plus vrai que l'on se trouve dans un domaine proche de l'intime, où l'on supporte mal les intrusions, y compris celles de machines. Il faut que celles-ci se moulent dans les gestes du quotidien pour se faire oublier et parvenir au statut de deuxième nature.

Les enquêtes sur l'usage des technologies récentes (y compris dans le travail) montrent qu'elles relèvent largement d'un effet de génération. On voit d'année en année, au fil des enquêtes, leur usage se répandre avec une rupture marquée à un âge qui se décale, mais qui correspond toujours à la même génération. Cela pose d'emblée les limites d'une assistance des personnes âgées par des technologies de communication. Les simples bracelets-montres d'alarme sont perçus comme contraignants et les personnes concernées «oublient» fréquemment de les porter. Les tentatives pour implanter des interfaces informatiques faciles à utiliser (avec des icônes simples et de grands caractères) par des personnes peu familières d'Internet ont rencontré, pour l'instant, des succès très mitigés.

L'entreprise Colizen a doté ses chauffeurs livreurs de Smartphones, ce qui ne pose aucun problème particulier pour les salariés qui sont massivement des étudiants et des personnes jeunes. Les personnes livrées sont souvent des cadres en cours d'emploi qui ont, eux aussi, l'habitude de manier des outils électroniques. En revanche, l'ASSAD Besançon Pontarlier, association d'aide à domicile, a fait la même démarche auprès de salariés plus âgés et elle a dû consacrer de nombreuses heures de formation, puis de disponibilité de type «hotline» au téléphone, pour rendre l'usage de cet outil confortable. Il a fallu également tout un temps pour que les personnes âgées signent au stylet, sans gêne. Dans la pratique nous avons constaté, d'ailleurs, qu'il est d'autant plus facilement adopté par les salariées qu'elles sont jeunes.

On retrouve ici un cas particulier du «design universel»: il faut que les interfaces soient aussi transparentes que possible et que les techniques deviennent quasiment invisibles pour qu'elles soient adoptées. Cela reste un défi pour les concepteurs de produits et de services à domicile.

# Conclusion

livraison que proposent les supermarchés de proximité se situent également à la frontière entre ce que l'on va chercher en ville et ce que la ville nous apporte chez nous. Les structures d'accueil de jour permettent également de délivrer un service à proximité, sans nécessiter la présence d'un salarié dans chaque domicile. Mais au-delà de ces services, il faut aussi considérer que la problématique du design universel s'applique également à l'aménagement urbain. Une manière de rendre la ville plus accessible à des populations en difficulté est de la rendre plus proche, plus facile à comprendre et à «domestiquer». La croissance numérique des populations vieillissantes incitera les collectivités locales autant que les commerces, à reconsidérer les avantages d'un service de proximité.

La mobilisation de ressources techniques diverses donnera lieu, de son côté, probablement à des formes d'hybridation variées: on effectuera une partie du travail ailleurs, une partie sera délivrée ensuite par un livreur et une partie sera exécutée au domicile lui-même. Si l'on parvient à rendre ce type d'approche suffisamment transparente, ce sera sans doute une manière de déplacer considérablement les contraintes de coût qui grèvent lourdement le potentiel de développement de ce type de service.

On est donc sans doute aux débuts de la «ville à domicile» et l'évolution des années à venir ne sera que partiellement une amplification numérique des services actuels. Ce sera aussi l'invention de nouvelles solutions qui restent à tester et à éprouver.

**L**e mouvement vers des services urbains délivrés à domicile est donc avéré. Mais comme toutes les transformations sociales d'importance, il doit trouver ses routines, ses économies d'échelles et tous les dispositifs techniques qui pourront le favoriser. Dans les vastes évolutions qui vont toucher les mobilités quotidiennes, dans les années à venir, les services à domicile prendront leur part. Alors que les ménages vont réfléchir davantage aux moyens d'organiser leur mobilité, ils représenteront une ressource, parmi d'autres.

Il est clair, néanmoins, que l'investissement privé du domicile restera fort. On n'assistera pas à un retour de la porosité d'autrefois entre domicile et espace public. On a bien vu que les services à domicile qui se développent doivent prendre en compte cette réalité, en soignant leur entrée au domicile, en respectant les seuils, et en endossant un type de rapport professionnel particulier. Le mouvement, lent mais sûr, de professionnalisation des intervenants contribue, lui aussi, à marquer la distance et à inventer autre chose qui n'a plus à guère à voir avec la domesticité d'autrefois, malgré l'ambiguïté qui continue à gésir dans les relations actuelles.

Il y a, il y aura donc des limites à des services totalement à domicile. Ces limites à leur essor rapide sont économiques, mais aussi symboliques. Après une première phase, où les solutions les plus simples à organiser ont été mises en place, on va sans doute assister à une deuxième génération de services qui se situeront en périphérie du domicile ou qui mobiliseront des formes hybrides: en partie au domicile, en partie au-dehors. Il existe déjà des services d'accompagnement, pour faire des courses ou pour se rendre à un rendez-vous médical, ou pour simplement sortir de chez soi. Les services de



1. Institut National de Recherche sur les Transports et leur Sécurité, incorporé, depuis le 1<sup>er</sup> janvier 2011 dans l'IFSTTAR, Institut Français des Sciences et Technologies des Transports, de l'Aménagement et des Réseaux.

2. Cf. Jean-Paul Hubert, « Dans les grandes agglomérations, la mobilité quotidienne des habitants diminue, et elle augmente ailleurs », *INSEE Première*, 2009, n° 1252.

3. Philippe Askenazy, Damien Cartron, Frédéric de Coninck, Michel Gollac, coord., *Organisation et intensité du travail*, Octarès, 2006.

4. Alain Chenu et Nicola Herpin, « Une pause dans la marche vers la civilisation des loisirs ? », *Economie et statistique*, 2002, n°352-353.

5. Christine Monceau, Élyane Blanche-Barbat, Jacqueline Échampe, « La consommation alimentaire depuis quarante ans, De plus en plus de produits élaborés », *INSEE Première*, 2002, n° 846.

6. Le sigle signifiait, initialement, École Supérieure d'Ingénieurs en Electronique et Electrotechnique.

7. Le sigle ADMR signifiait, initialement: Aide à Domicile en Milieu Rural. Par suite du développement des activités du réseau en milieu urbain, seul le sigle a été conservé.

8. Olivier Donnat, *Les pratiques culturelles des Français à l'ère numérique: enquête de 2008*, La Découverte / Ministère de la Culture et de la Communication, 2009.

9. Frédéric de Coninck, « L'achat en ligne, un nouveau rapport à l'espace de la consommation », *Sociologies Pratiques*, 2010, n° 20.

10. Agence Nationale des Services à la Personne, *Les services à la personne en 2009*, Rapport d'activité 2009.

11. La frontière est plus poreuse au niveau des aides soignantes qui, dans la pratique, ne peuvent pas intervenir en libéral, mais doivent être rattachées à une structure sous l'autorité (au moins) d'une infirmière. Les actes qu'elles effectuent peuvent, dans certains cas, être aussi effectués par les aides à domicile. Par exemple, la toilette suivant qu'elle concerne une personne plus ou moins valide peut relever d'un cas ou de l'autre.

12. Telemarket ne communiquant pas ses chiffres, n'a pas été retenu dans l'analyse. Données synthétisées par Jean-Nicolas Reynt sur son blog: <http://reynt.net/>

13. Nous nous limitons aux entreprises prestataires à part entière en éliminant le cas des entreprises mandataires qui proposent du personnel à un particulier qui reste employeur.

14. Alexandra CHOL « Les services à la personne en 2005 », DARES, *Premières informations, premières synthèses*, 2007, n° 20.1.

15. Claire Marbot, « En France, qui recourt aux services à domicile », *France, portrait social*, INSEE, 2008.

16. Clotilde Debout, « Caractéristiques sociodémographiques et ressources des bénéficiaires et nouveaux bénéficiaires de l'APA, Premiers résultats des données individuelles APA 2006-2007 », DREES, *Études et Résultats*, 2010, n° 730.

17. *Les services à la personne*, Conseil de l'emploi, des revenus

et de la cohésion sociale, 2008, p. 25.

18. Nicolas Durand, Christophe Lannelongue, Patrice Legrand, Vincent Marsala, *Hospitalisation à domicile*, Rapport de l'Inspection Générale des Affaires Sociales, La Documentation Française, 2010, pp. 46-47.

19. *Ibid.*, p. 13.

20. *Ibid.*, p. 14.

21. Alessandra Cancedda, *Employment in household services*, European Foundation for the Improvement of Living and Working Conditions, 2001, Dublin.

22. Norbert Elias, *La civilisation des mœurs*, pp. 232-233 de l'édition de poche Agora, éditions allemandes, 1939 et 1969, première édition française, 1973.

23. Pierre Bourdieu, *Esquisse d'une théorie de la pratique*, précédé de *Trois études d'ethnologie kabyle*, Droz, 1972. Une de ces trois études s'intitule: « la maison ou le monde renversé ».

24. Dimension abordée à travers la contribution de Monique Eleb.

25. Chercheur à la faculté d'Architecture de l'Université Technologique de Delft.

26. Catherine Lejealle, *Processus d'appropriation du téléphone portable professionnel chez les cadres supérieurs en France et aux États-Unis: Points communs et différences dans l'adoption de ce nouvel outil de travail*, ENST Bretagne, LUSSE, Rapport de recherche, 2006, p. 14.

27. Leslie Belton, Frédéric de Coninck, Sèverine Febvre, *Les usages du site de la Défense en périphérie du temps de travail, Appartenance sociale et investissement de l'espace*, Rapport pour l'établissement public d'aménagement de la Défense, 2006.

28. Régine Bercot et Frédéric de Coninck, *Les réseaux de santé, une nouvelle médecine?*, L'Harmattan, 2006.

29. Jean Carbonnier, *Droit civil, Les personnes*: Puf, 21<sup>e</sup> édition, 2000, § 86.

30. Pascale Hébel, Directrice du Département Consommation du CREDOC (Centre de Recherche pour l'Étude et l'Observation des Conditions de vie).

31. D'après Pascale Hébel, Directrice du Département Consommation du CREDOC (Centre de Recherche pour l'Étude et l'Observation des Conditions de vie).

32. Leslie Haddon, "Domestication and Mobile Telephony", in James E. Katz, ed., Transaction Publishers, 2003.

# Le projet de l'IVM

**Avec le projet « La ville à domicile. Mobilités et services », l'Institut pour la ville en mouvement souhaite mieux comprendre les demandes émergentes, identifier les nouveaux acteurs et les potentialités d'innovation, en particulier dans le domaine de l'organisation du travail et de la mobilité des salariés de ce secteur. L'objectif est, en partenariat avec des entreprises, des associations et les pouvoirs publics, d'expérimenter de nouveaux dispositifs organisationnels et techniques.**

**Depuis octobre 2009, un cycle de rencontres pluridisciplinaires**

Sous la direction scientifique de Frédéric de Coninck, l'IVM a organisé des rencontres réunissant des chercheurs de différentes disciplines, des animateurs des politiques publiques et des collectivités locales mais aussi des représentants du milieu associatif et d'entreprises de services, de téléphonie, de livraison ainsi que des salariés mobiles. Ces séminaires ont pour objectif de mettre en commun les connaissances et les expériences pour faire émerger les pistes d'innovation. Les correspondants de l'IVM dans les différents pays du monde nourrissent ces échanges par des exemples d'innovations ou de situations locales.

Séance inaugurale du groupe de travail: Paris, octobre 2009

Séance « Dans le domicile, jusqu'où ? »: Paris, décembre 2009

2 Séances « Les outils, sources d'optimisation des services à domicile »: Paris, février et mars 2010

Séance « Emergences »: Paris, mai 2010

Séance « En ville comme chez soi »: Paris, juin 2010

## L'équipe projet

**FRÉDÉRIC DE CONINCK**, Responsable scientifique, sociologue à l'École Nationale des Ponts et Chaussées et Directeur du Laboratoire d'excellence Futurs urbains de l'Université Paris-Est.

**ISABELLE EDESSA**, Pilote du projet, membre du comité de pilotage de l'IVM

Avec les contributions de

**LESLIE BELTON**, Sociologue

**MAX ROUSSEAU**, Chargé de projet de 2009 à 2010

**CAROLINE GUILLOT**, Sociologue

**PASCALLE BINNIÉ**, Assistante de l'IVM

[pascalle.binnie@vilmouv.com](mailto:pascalle.binnie@vilmouv.com)

## L'institut pour la ville en mouvement/PSA Peugeot Citroën

L'Institut pour la ville en mouvement, créé en 2000 par PSA Peugeot Citroën, contribue à l'émergence de solutions innovantes pour les mobilités urbaines. Il associe des représentants du monde de l'entreprise, des chercheurs et des universitaires, des acteurs de la vie culturelle et associative, des responsables des villes, autour de recherches-actions. Il s'est donné pour mission de tester des solutions concrètes, de permettre les comparaisons internationales, de recenser les approches urbanistiques et architecturales les plus originales. Il mobilise des experts et des compétences pluridisciplinaires, diffuse les connaissances et sensibilise l'opinion aux enjeux que représentent les mobilités pour les sociétés contemporaines.

## Les travaux de l'IVM sur la mobilité et le travail

**ERIC LE BRETON**, *Domicile-travail.*

*Les salariés à bout de souffle,*

*Les carnets de l'info*, 2008.

**ERIC LE BRETON**, *Bouger pour s'en sortir.*

*Mobilité quotidienne et intégration sociale,*

Armand Colin, 2005.

**JEAN-PIERRE ORFEUIL**, *Mobilités urbaines.*

*L'âge des possibles*, Les carnets de l'info, 2008.

*Les métiers du mouvement et l'économie*

*de la ville*, séminaire de la Chaire Internationale de l'IVM, 14-15 juin 2007, Paris.

## Bientôt le Cahier 2

Enquête sur les métiers de l'aide à domicile dans une association d'accompagnement, soins et services à domicile (ASSAD Besançon-Pontarlier)



**INSTITUT  
POUR  
LA VILLE EN  
MOUVEMENT**  
PSA PEUGEOT CITROËN

CITY  
ON THE  
MOVE...

à domicile

i à domicile

*la ville*  
*ville*  
*ville*  
à domicile

CITY  
AT HOME

10 rue des Halles  
75001 Paris  
ville-en-mouvement.com  
vilmouv@vilmouv.com