

Livres Outils RESSOURCES HUMAINES

Chèque Emploi Service Universel

Mettre en place
le CESU préfinancé et bien l'utiliser

Pierre-Olivier Giffard



EYROLLES

Éditions d'Organisation

CHÈQUE EMPLOI SERVICE UNIVERSEL

Mettre en place
le CESU préfinancé et bien l'utiliser

Éditions d'Organisation
Groupe Eyrolles
61, bd Saint-Germain
75240 Paris Cedex 05

www.editions-organisation.com
www.editions-eyrolles.com



Le code de la propriété intellectuelle du 1^{er} juillet 1992 interdit en effet expressément la photocopie à usage collectif sans autorisation des ayants droit. Or, cette pratique s'est généralisée notamment dans l'enseignement, provoquant une baisse brutale des achats de livres, au point que la possibilité même pour les auteurs de créer des œuvres nouvelles et de les faire éditer correctement est aujourd'hui menacée.

En application de la loi du 11 mars 1957, il est interdit de reproduire intégralement ou partiellement le présent ouvrage, sur quelque support que ce soit, sans autorisation de l'Éditeur ou du Centre Français d'Exploitation du Droit de copie, 20, rue des Grands-Augustins, 75006 Paris.

© Groupe Eyrolles, 2008
ISBN : 978-2-212-53984-4

Pierre-Olivier GIFFARD

**CHÈQUE EMPLOI SERVICE
UNIVERSEL**

Mettre en place
le CESU préfinancé et bien l'utiliser

EYROLLES

Éditions d'Organisation

Remerciements

Je tiens à remercier chaleureusement les personnes qui ont contribué à la réalisation de cet ouvrage, et notamment les équipes de Sodexo Chèques et Cartes de Services. Un grand merci en particulier à Hervé Thomas, Catherine Tonlorenzi et Sandra Pallas !

Par ailleurs, si vous souhaitez me contacter pour me faire part de vos suggestions, de vos remarques ou de votre propre expérience, n'hésitez pas à écrire à : giffard.pierre-olivier@neuf.fr.

Sommaire

Préface	IX
Avant-propos	1
L'émergence d'un secteur de présent et d'avenir	1
Les services plébiscités par les Français	3
Une évolution constante de la demande : la fidélisation des collaborateurs.....	4
 PARTIE 1	
Fiches marché	5
Fiche 1 Le titre-restaurant : précurseur du CESU	7
Il était une fois le titre-restaurant.....	7
Le principe du titre-restaurant	8
L'explosion du titre-restaurant en France	9
Les avantages du titre-restaurant	10
La grande famille des titres de services pour les entreprises.....	12
 Fiche 2 Présentation des activités de services à la personne	15
Définition et périmètre	15
Quelques services à la personne pouvant intéresser les salariés	17
Un secteur porteur et créateur d'emplois	18
 Fiche 3 Le CESU, moteur du développement des services à la personne	19
Définition et exemples	19
Pour quels services et pour qui ?	20
Le succès du couplage CESU préfinancé et services à la personne	22

Fiche 4 Le CESU : son marché et sa perception	25
Le marché du CESU	25
Le CESU et les Français	25
Le CESU et les directions des Ressources Humaines	26

Fiche 5 Le CESU : la solution pour toutes les entreprises	31
Grandes entreprises : la vitrine médiatique du CESU	31
Les PME et les TPE, premières « consommatrices » du CESU	32
La réponse à l'amélioration de l'efficacité de toutes les entreprises	33

PARTIE 2

Fiches projet

Fiche 1 Connaître le fonctionnement du CESU	37
Fiche 2 Mettre en place le CESU dans l'entreprise	41
Fiche 3 Faire du CESU un atout de marketing social	49
Fiche 4 Intégrer le CESU dans la politique de rémunération de l'entreprise	55
Fiche 5 Vérifier l'adhésion des salariés à votre projet	63
Fiche 6 Optimiser la communication interne	69
Fiche 7 Présenter simplement et efficacement le CESU	77
Fiche 8 Analyser le bilan du CESU dans l'entreprise	91

PARTIE 3

Fiches pratiques

Fiche 1 Connaître le b.a.-ba du CESU	99
Description technique du CESU	99
Comptabilité et paie	99

Formalités administratives de déclarations à l'URSSAF	101
Attestation annuelle relative à l'abondement pour le bénéficiaire	101
Fiche 2 Utiliser le CESU au quotidien (formalités administratives)	103
Dans le cadre de l'emploi d'un salarié à domicile	103
Dans le cadre du recours à un prestataire	105
Fiche 3 Répondre aux principales questions sur le CESU préfinancé	107
Qui peut-on payer en CESU ? Quels prestataires et comment choisir ?..	107
Durée de validité des CESU et recours possibles	107
Quelle est la couverture géographique du CESU ?	108
Peut-on imposer de payer en CESU ?	108
Pourquoi déclarer son employé à domicile ?	108
Peut-on payer plusieurs intervenants en CESU ?	108
Peut-on rémunérer un membre de sa famille avec des CESU ?	108
En attente d'un courrier de l'URSSAF, peut-on utiliser des CESU pour payer quelqu'un en emploi direct ?.....	109
Fiche 4 Aller plus loin avec le CESU : les bons contacts	111
Les émetteurs de CESU préfinancés.....	111
Les autres grands acteurs	115
Fiche 5 Tester ses connaissances	119
Lexique	121
Bibliographie	125
Sites utiles	127
Quiz : les bonnes réponses	129
Index	131

Préface

CESU !

Pour les uns, le mot évoquera un nouveau titre de service destiné au paiement de services à la personne tels que la garde d'enfants, les travaux ménagers ou encore l'aide aux personnes fragilisées.

Pour les autres, il s'identifiera à un avantage social, véritable outil à destination des DRH.

Dans tous les cas, le CESU est un produit récent, lancé en janvier 2006, dont les avantages pour les entreprises et pour les salariés sont multiples, mais encore peu connus.

Il permet notamment aux entreprises de motiver leurs collaborateurs, d'attirer les meilleurs profils lors des phases de recrutements et, évidemment, par la suite de les fidéliser.

À ce titre, l'ouvrage de Pierre-Olivier Giffard va intéresser les responsables de petites ou moyennes entreprises, les DRH, mais aussi les cadres qui souhaitent mieux comprendre les enjeux et les apports du CESU préfinancé dans leur politique sociale et de gestion des relations humaines des entreprises. Loin d'être un centre de coûts pour l'entreprise, le CESU peut lui servir à travailler mieux, à dynamiser la performance de son organisation, à améliorer la qualité de vie au quotidien de son personnel et, au bout du compte, à contribuer à la création de richesse !

L'ambition du livre est simple : faire connaître le CESU et, à travers des informations précises, des conseils pratiques et des exemples concrets, répondre aux préoccupations et aux attentes des lecteurs... et surtout leur permettre de mener à bien un projet de CESU.

Pierre Henry

Président-directeur général de l'activité Sodexho Chèques et Cartes de Services

Avant-propos

« L'avenir contient de grandes occasions. Il révèle aussi des pièges. Le problème sera d'éviter les pièges, de saisir les occasions et de rentrer chez soi pour six heures. »

Woody Allen ■

« Métro, boulot, dodo » a longtemps été considéré comme le slogan résumant le rythme quotidien de millions de citoyens. Pourtant, cette expression, inspirée d'un vers de Pierre Béarn en 1951, est loin d'être le reflet de notre réalité actuelle si on y associe également les obligations liées à la garde de nos enfants entre la fin de l'école et notre retour du travail, l'entretien de notre domicile, ou encore la visite quotidienne chez un parent proche pour lui apporter ses courses ou tout simplement prendre de ses nouvelles.

À notre besoin de travailler pour nous accomplir socialement ou, plus modestement, pour être payés et ainsi contribuer au développement de notre société de consommation s'ajoute celui d'optimiser notre organisation personnelle. Notre bien-être et celui de notre famille constituent des priorités qui nécessitent de la rigueur, de la planification et du temps. Comment concilier au mieux cette recherche permanente de bien-être et la pression que les entreprises ont tendance à mettre sur leur personnel afin d'améliorer leur efficacité et leur productivité dans un environnement de plus en plus international et concurrentiel ?

L'ÉMERGENCE D'UN SECTEUR DE PRÉSENT ET D'AVENIR

Les services à la personne représentent une réponse à nos attentes et à nos contraintes. Ils sont définis comme les activités réalisées au domicile de la personne ou dans l'environnement immédiat de son domicile. À ce titre, ils recouvrent une large diversité de métiers en plein développement, allant de la garde d'enfant aux tâches domestiques, en passant par l'assistance aux personnes âgées. Deux chiffres résument bien le développement depuis quinze ans d'un secteur encore peu connu du grand public et peu structuré :

- 5,5 % de croissance annuelle ;
- 80 000 emplois créés chaque année.

Deux facteurs

Pour expliquer ces résultats et surtout le potentiel immense de ce marché, dont la taille estimée à ce jour est de 11 milliards d'euros, il convient de tenir compte de deux facteurs principaux : l'allongement de la durée de vie des Français et l'augmentation du taux d'activité des femmes.

L'allongement de la durée de vie de la population française

Treize millions de Français étaient âgés d'au moins 60 ans au 1^{er} janvier 2006, contre 9,5 millions en 1982 ! Ils représentent plus de 20 % de la population française et leur nombre va en augmentant avec l'arrivée dans cette tranche des enfants du baby-boom, nés après la Seconde Guerre mondiale.

Avec ce vieillissement de la population française, l'accompagnement au quotidien des personnes dépendantes contribue à l'émergence de nouvelles prestations : transport, courses, démarches administratives, entretien de la maison...

L'augmentation du taux d'activité des femmes

Plus de huit femmes sur dix âgées de 25 à 49 ans travaillent aujourd'hui, contre quatre en 1962 ! De nombreux services commencent ainsi à voir le jour du fait de cette féminisation du travail : ménage, repassage, prise en charge des enfants (garde, aide aux devoirs), etc.

Un secteur fragmenté

Plus qu'un phénomène de société, les services à la personne sont devenus un enjeu politique et économique majeur. Un plan de développement des services à la personne, proposé par Jean-Louis Borloo, alors ministre de l'Emploi, de la Cohésion sociale et du Logement, a d'ailleurs été lancé en 2005. Son principal objectif était de créer 500 000 emplois en trois ans. Néanmoins, il s'agit d'un secteur encore embryonnaire et fragmenté au niveau de l'offre avec un ensemble de métiers hétérogènes destinés à des populations extrêmement variées.

Les personnes à l'autonomie réduite

Il s'agit principalement des personnes âgées ou handicapées. Elles bénéficient d'aides financières de la part des collectivités territoriales et locales ou d'organismes à vocation sociale pour accéder à de nombreux services d'aide à domicile.

Une grande majorité de Français concernée par les services à domicile

Pour le moment, très peu de Français ont déjà été séduits par les réductions d'impôts et autres avantages associés aux services à la personne. Les barrières liées au prix et à la confiance en un tiers qui travaillerait chez soi, alliées à la

complexité perçue des offres, demeurent très importantes et mettront du temps à être levées, d'autant que le niveau d'exigence attendu par le consommateur sur ce type de prestations est fort. *A contrario*, près d'un Français sur deux déclare pouvoir un jour avoir besoin d'au moins un service à la personne...

Définition du secteur

L'étape initiale du « Plan Borloo » a consisté à définir ce secteur de services à la demande, tâche difficile sachant que les activités concernent à la fois des services marchands et non marchands comme le ménage et le repassage, la garde d'enfant à domicile ou hors domicile (crèche, gardien, etc.), le soutien scolaire, l'aide à domicile aux personnes âgées ou handicapées, les petits travaux de jardinage, la préparation des repas ou leur livraison à domicile, le petit bricolage, l'assistance informatique, l'assistance administrative...

LES SERVICES PLÉBISCITÉS PAR LES FRANÇAIS

En termes d'heures de prestations de services à la personne effectuées, l'assistance aux personnes âgées représente la moitié de la demande, le soutien scolaire et le ménage un peu plus de 20 % chacun. Pourtant, cinq services sont considérés par les Français comme de véritables réponses à leurs besoins, comme l'illustre le graphique ci-après.

Pouvoir faire livrer vos courses à domicile

44 %

Avoir une assistance pour les petits travaux dans la maison

53 %

Avoir une aide ménagère

59 %

Avoir une nounou pour garder vos enfants

70 %

Avoir une aide pour les parents qui vieillissent

91 %

Si les trois services les plus cités ressortent logiquement, compte tenu de leur bonne notoriété et de leur utilisation actuelle, l'assistance pour les petits travaux à la maison et la possibilité de se faire livrer ses courses à domicile constituent deux activités que l'on peut considérer à « fort potentiel ».

UNE ÉVOLUTION CONSTANTE DE LA DEMANDE : LA FIDÉLISATION DES COLLABORATEURS

Le sentiment grandissant de malaise des salariés ressenti à l'encontre de leur entreprise représente un élément que les dirigeants commencent à intégrer dans leur politique de relations humaines et avec lequel ils doivent aujourd'hui composer.

Gérer, motiver et fidéliser font désormais partie du quotidien des plans d'action des managers dans l'accompagnement de leurs équipes, et pas uniquement pour préserver les talents les plus prometteurs.

Afin de répondre davantage au souhait de leurs salariés de mieux concilier vie professionnelle et vie privée, les services proposés par les employeurs se délocalisent progressivement du lieu de travail vers le domicile.

Ce livre vise ainsi à présenter un nouvel outil simple et original, le Chèque Emploi Service Universel, alias CESU, à destination des gestionnaires des ressources humaines, visant à permettre à leurs collaborateurs d'adhérer encore mieux aux valeurs de leurs entreprises. En optant pour le CESU, les entreprises et les collectivités peuvent :

- dynamiser la politique de ressources humaines ;
- améliorer la satisfaction de leurs salariés et agents ;
- attirer et fidéliser les talents ;
- bénéficier de la fiscalité très avantageuse du CESU ;
- mettre en place une solution souple et adaptée aux besoins de chacun ;
- contribuer à augmenter le pouvoir d'achat des collaborateurs.

Que vous soyez décideur d'entreprise, responsable des ressources humaines ou utilisateur potentiel du CESU préfinancé, vous trouverez, au travers de ce livre, une présentation des atouts de cet outil de la politique sociale et de gestion des ressources humaines des entreprises. Organisé en trois parties, il propose notamment des fiches projet ainsi que des fiches pratiques pour vous aider à mieux comprendre puis appliquer la démarche. Ponctué de tableaux et de graphiques, cet ouvrage contient de nombreux exemples et astuces. Enfin, un quiz vous permettra de tester vos connaissances. Bonne lecture !

FICHES MARCHÉ

« J'ai toujours près de moi six fidèles amis. C'est à eux que je dois tout ce que j'ai appris. Leurs noms sont "Pourquoi", "Quand", "Où", "Quoi", "Comment" et "Qui". »

Rudyard Kipling ■

Pour bien comprendre la mise en œuvre d'un projet de CESU, il est indispensable de connaître toutes les caractéristiques du produit, de son origine à ses apports pour les entreprises et les salariés.

Dans cette première partie, nous vous proposons cinq fiches marché destinées à vous éclairer sur le CESU.

- 1 - Le titre-restaurant : précurseur du CESU
- 2 - Présentation des activités de services à la personne
- 3 - Le CESU, moteur du développement des services à la personne
- 4 - Le CESU : son marché et sa perception
- 5 - Le CESU : la solution pour toutes les entreprises

IL ÉTAIT UNE FOIS LE TITRE-RESTAURANT

Depuis toujours, l'instant de la pause-repas, que l'on assimile volontiers à un réel moment de détente pour les salariés, représente un élément important de leur qualité de vie au travail. C'est dans le Londres de l'après-guerre que le concept de « titre-restaurant » a vu le jour au début des années 1950 avec le docteur Winchendon. Propriétaire d'une clinique, il avait passé un accord avec les restaurateurs du quartier pour que ses employés puissent utiliser les « bons-repas » qu'il émettait.

Par la suite, les titres-restaurant ont été créés pour permettre aux salariés des entreprises ne disposant pas d'un local de restauration ou d'un restaurant d'entreprise à proximité de leur lieu de travail de prendre, au cours de la journée de travail, un repas à coût modéré dans un restaurant habilité à recevoir ces titres.

Il aura pourtant fallu attendre le début des années 1960 pour que les premiers titres-restaurant commercialisés par des émetteurs spécialisés se généralisent en France. La réglementation de l'époque n'étant pas des plus favorables, les débuts ont été difficiles. Ce n'est qu'en 1967, avec la promulgation d'une ordonnance instaurant un cadre légal, que le marché a réellement décollé. L'ordonnance n° 67-830 du 27 septembre 1967 a alors conféré au titre-restaurant le caractère d'un avantage social accordé aux salariés, auquel sont associées des exonérations d'ordre fiscal et social bénéficiant tant aux salariés qu'aux employeurs.

Si aucun moyen de restauration n'existe pour une partie du personnel ou que les effectifs sont insuffisants pour installer un restaurant d'entreprise, le titre-restaurant intervient comme la solution de remplacement ou complémentaire idéale.

Son fort développement au cours des vingt-cinq dernières années atteste l'importance de cet outil en faveur des salariés. Simple et rapide à mettre en place, il représente en effet un avantage social immédiat, utilisé quotidiennement par plus de 2,6 millions de personnes. En 2006, près de 3,9 milliards d'euros de titres-restaurant ont été émis sur ce produit qui, en 2007, a célébré ses 40 ans, un âge qui rime avec dynamisme et vitalité.

Les dates clés du titre-restaurant

1913	Première loi instaurant une restauration d'entreprise en France.
1954	À Londres, le docteur Winchendon conçoit un système de « bons-repas », première ébauche du titre-restaurant.
1960	Premières initiatives en France d'introduction du système de bons-repas.
1962	Lancement du « Chèque Restaurant » par monsieur Roger Vasselín.
1963	Création du « Ticket Restaurant » par la société Jacques Borel.
1964	Lancement du « Chèque Déjeuner » par la société Le Chèque Coopératif Restaurant.
1967	Institution légale du système du titre-restaurant par l'ordonnance n° 67-830 du 27 septembre 1967.
1981	Le groupe Sodexho rachète les sociétés Ticket Repas et Chèque Restaurant et choisit de conserver la marque unique « Chèque Restaurant ».
1982	Lancement du titre « Chèque de Table » par le groupe des Banques Populaires.

LE PRINCIPE DU TITRE-RESTAURANT

La mise en place de titres-restaurant n'est possible qu'à des conditions très précises, prévues par l'ordonnance de 1967 qui fixe le cadre légal du titre :

- il est obligatoirement cofinancé par l'employeur et les salariés ;
- l'employeur prend à sa charge entre 50 et 60 % de la valeur totale du chèque ;
- le plafond fixé par la loi est en 2007 de 4,98 euros de participation employeur par chèque, totalement exonérés de charges sociales et fiscales (cette valeur est revue chaque année en fonction de l'évolution de la première tranche du barème d'imposition sur les revenus).

Le titre-restaurant représente pour l'entreprise la possibilité de respecter de façon économique l'obligation légale de prise en charge de la restauration de son personnel tout en répondant au souhait des salariés quant au choix du lieu et des conditions de restauration.

Les entreprises peuvent donc offrir à leurs employés un complément de revenu exonéré pouvant atteindre 1 095,60 euros par an (4,98 euros de part patronale exonérée en 2007 × 220 jours), ce qui représente une économie potentielle annuelle de 547,80 euros de charges patronales par salarié (sur la base de 4,98 euros × 220 jours × 50 %).

Pour les salariés, la participation de l'employeur sera nette d'impôts et de taxes sur les salaires. Cela représente un avantage social concret et motivant,

palpable au quotidien et qui, contrairement à une augmentation de salaire classique, ne sera jamais intégré dans le montant brut.

Parmi toutes les formes de restauration d'entreprise, on peut par conséquent considérer le titre-restaurant comme le seul permettant une parfaite maîtrise budgétaire pour ses clients.

Le Chèque Restaurant Sodhexo Chèques et Cartes de Services



L'EXPLOSION DU TITRE-RESTAURANT EN FRANCE

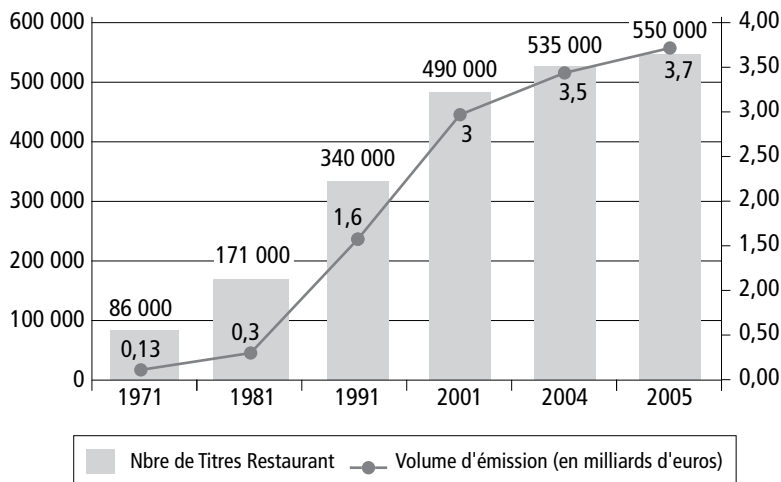
Depuis 1967, le titre-restaurant a connu en France une croissance impressionnante, tant pour le nombre de sociétés ayant adopté ce système que pour celui des utilisateurs quotidiens ou encore pour le volume de titres émis annuellement.

À retenir

Quatre acteurs se disputent un marché où le succès du titre-restaurant n'a cessé de s'affirmer : Accor Services, Chèque Déjeuner, Sodexo Chèques et Cartes de Services et enfin Natixis Intertitres.

Les années 1970 ont été marquées par le premier boom du marché français, qui a doublé de taille. Ainsi en 1975, plus de cent millions de titres ont été émis. Puis, pendant la décennie suivante, le marché a été de nouveau multiplié par

deux : en 1990, il a dépassé les trois cents millions de titres échangés. Enfin, au cours des années 1990, la croissance s'est maintenue et a dépassé les 60 %. En 2007, plus de 550 millions de titres auront été mis en circulation !



Source : Sodexho Chèques et Cartes de Services/Commission Nationale des Titres Restaurant (CNTR)

LES AVANTAGES DU TITRE-RESTAURANT

Pour ses utilisateurs

Pour leurs bénéficiaires, les titres-restaurant représentent un véritable avantage social, un complément de salaire ainsi qu'un moyen privilégié de payer leurs repas.

Il s'agit tout d'abord d'un complément de revenu exonéré de charges et d'impôts. Le titre-restaurant, considéré comme une augmentation du pouvoir d'achat, ne supporte pas l'impôt sur le revenu et n'est pas soumis aux charges sociales. Le salarié ne paye qu'entre 40 et 50 % de la valeur faciale du titre, la différence étant compensée par l'employeur.

Par ailleurs, non seulement cet outil s'apparente à un réel moment de détente lors de la pause déjeuner, mais il permet en outre la maîtrise de ses modes et

lieux de consommation. Ainsi, chacun peut profiter de l'heure du déjeuner pour sortir de son cadre de travail et manger selon ses goûts et ses envies.

Enfin, ce titre de service simple d'utilisation constitue un produit unique en France, de surcroît accepté par 164 000 points de restauration.

Pour ses affiliés

Tout d'abord, les repas pris à l'aide de titres-restaurant représentent une part significative de l'activité des restaurateurs et fidélisent une clientèle nouvelle de consommateurs-salariés. Par ailleurs, il s'agit d'un système simple et rapide à mettre en place : pour se faire rembourser, le restaurateur doit notamment disposer d'un compte client à la Centrale de Règlement des Titres (CRT). En outre, il apporte la garantie d'être payé. En effet, les titres-restaurant acceptés sont remboursés par la CRT dans un délai maximum de vingt et un jours, à compter de la remise des titres. Enfin, l'acceptation des titres-restaurant constitue un indéniable facteur d'augmentation du chiffre d'affaires. Ils représentent en France environ 15 % du chiffre d'affaires généré par les restaurateurs affiliés.

Pour tous

En résumé, cet outil possède de nombreuses vertus :

- un produit adapté à toutes les entreprises à partir d'un salarié ;
- un procédé économique de prise en charge de la restauration puisqu'aucun investissement particulier n'est nécessaire ;
- une maîtrise budgétaire optimale avec la participation obligatoire et surtout prévisible de l'employeur (et/ou du comité d'entreprise) qui prend à sa charge entre 50 et 60 % de la valeur faciale des titres ;
- un cofinancement exonéré de charges jusqu'à 4,98 euros par chèque en 2007 ;
- une augmentation du pouvoir d'achat des salariés.

À retenir

Le titre-restaurant peut être consommé sans modération à raison d'un seul titre par jour travaillé. Attention ! Le millésime d'une année reste valable jusqu'à la fin janvier de l'année suivante auprès des affiliés. Au-delà, les titres-restaurant du millésime n'ont plus aucune valeur marchande...

Pour conclure, toutes les parties prenantes (employés, employeurs, restaurateurs et commerçants assimilés), qu'elles soient utilisatrices ou non, anciennes ou potentielles utilisatrices, perçoivent le titre-restaurant comme un acquis social qui contribue au dynamisme de l'économie française. En outre, il s'agit certainement de la solution de restauration la mieux adaptée aux TPE et aux PME/PMI. En somme, il est devenu un produit de société adapté aux formes contemporaines de la restauration salariale et a acquis le statut de référence et de modèle pour définir et développer d'autres titres de services à destination des entreprises et de leurs salariés.

LA GRANDE FAMILLE DES TITRES DE SERVICES POUR LES ENTREPRISES

Après l'émergence du titre-restaurant, d'autres titres spéciaux de paiement se sont imposés dans les entreprises françaises.

Le chèque vacances

Lancé en 1982 et distribué par l'Agence Nationale pour le Chèque Vacances (ANCV), ce chèque est aujourd'hui utilisé en France par plus de 2,7 millions de personnes. Il contribue au développement de la consommation touristique avec chaque année un peu plus d'un milliard d'euros de chèques en circulation et un impact économique total de quatre milliards d'euros (les bénéficiaires dépensent en moyenne 3,5 à 4 fois la valeur des chèques-vacances acquis). Le chèque vacances représente 10 % de la consommation touristique intérieure et stimule l'offre touristique grâce au large éventail de prestations (135 000 prestataires agréés répartis dans les secteurs du transport, de l'hébergement, de la restauration, des loisirs sportifs, des agences de voyage, etc.).

Le chèque cadeau

Représentant un marché annuel proche de 2 milliards d'euros de titres émis, ce chèque connaît une croissance de 15 % en moyenne par an et se développe massivement depuis 2005. De plus, ce titre spécial de paiement peut être, sous certaines conditions définies par l'Agence Centrale des Organismes de Sécurité Sociale (ACOSS), exonéré de charges sociales et fiscales lorsqu'il est remis dans le cadre des œuvres sociales des entreprises. Il permet d'offrir des cadeaux aux salariés ou agents à l'occasion des événements marquants de leur vie. Le chèque cadeau peut également être utilisé pour motiver, fidéliser et récompenser des collaborateurs,

des clients, des distributeurs ou des fournisseurs. Enfin, notons qu'il se développe de plus en plus auprès du grand public. Ainsi, selon une étude réalisée fin 2006 par le cabinet Deloitte, ce produit en plein essor confirme d'autant plus son potentiel qu'il figure en quatrième position des cadeaux de Noël en 2006 : plus d'un tiers des Français souhaitent en recevoir à cette occasion et 25 % en offrent.

Le CESU

Auprès des employeurs, des salariés et de leurs familles, les titres de services répondent donc à de nombreuses attentes en se positionnant comme de véritables outils sociaux, fiscaux et quotidiens. Dans cette logique, le CESU est devenu depuis 2006 le nouvel outil de performance des Ressources Humaines proposé par les entreprises à leurs collaborateurs. Son fonctionnement, décrit en détail dans ce livre, est très inspiré du modèle du titre-restaurant.

Les principaux titres de services en France

	Volume d'émission 2006 (en M€)	Croissance estimée du marché	Commentaire
Titre-Restaurant*	3 900	+ 5 %	Un marché de plus de 40 ans Le marché n° 1 des titres de services qui continue à croître régulièrement
Chèque cadeau*	1 700	+ 15 %	Le marché le plus dynamique des trois dernières années Un marché considérable en forte croissance
Chèque vacances**	1 050	+ 8 %	Un marché encore en monopole avec un seul émetteur : ANCV Un produit encore peu connu surtout dans les PME
CESU*	67	+ 60 %	LANCÉ EN 2006 Le décollage du marché CESU (+ 100 M€ estimés en 2007)
Chèque d'accompagnement personnalisé*	42	Entre 5 et 10 %	Il s'agit d'un chèque d'assistance aux populations en difficulté pour l'achat de biens et services de première nécessité Un marché mature qui évolue peu

**ANCV *Sodexho Chèques et Cartes de Services

Présentation des activités de services à la personne

Fiche 2

DÉFINITION ET PÉRIMÈTRE

Le secteur des services à la personne a été réglementé par la loi du 26 juillet 2005, initialement autour de vingt services éligibles à l'appellation services à la personne et aux avantages fiscaux associés. En 2007, conformément au décret du 29 décembre 2005, dans le cadre de l'évaluation annuelle réalisée par l'Agence Nationale des Services à la Personne (ANSP) sur l'émergence de nouveaux services à la personne éligibles au paiement en CESU, cette dernière a identifié de nouveaux métiers, qui complètent ou s'ajoutent à la liste existante. Ainsi, on recense aujourd'hui vingt et une activités de services à la personne, décrites dans le décret n° 2005-1698 du 29 décembre 2005 fixant la liste des activités mentionnées à l'article L129-1 du Code du travail, le décret n° 2007-854 du 14 mai 2007 relatif aux services à la personne et la circulaire associée n° 1-2007 du 15 mai 2007 concernant l'agrément des organismes de services à la personne et à son contrôle.

Activités à domicile

Certaines activités sont effectuées exclusivement à domicile autour de trois gammes : les services à la famille, ceux associés à la vie quotidienne, enfin les services aux personnes âgées et handicapées.

Les services à la famille

Il s'agit des prestations suivantes :

- garde d'enfant à domicile ;
- soutien scolaire et cours à domicile (hors activités de conseil ou d'accompagnement de la personne et hors prestations exclues du champ d'une autre activité) ;
- préparation des repas à domicile (y compris le temps passé aux commissions) ;
- garde-malade à l'exclusion des soins ;
- assistance informatique et Internet à domicile ;
- assistance administrative à domicile.

Les services associés à la vie quotidienne

Ils se répartissent dans quatre catégories :

- entretien de la maison et travaux ménagers ;
- petits travaux de jardinage, y compris le débroussaillage (à l'exclusion de tous les autres travaux forestiers tels que définis à l'article L 722-3 du Code rural) et l'enlèvement des déchets occasionnés par la prestation ;
- prestations de petit bricolage dites « hommes toutes mains » ;
- maintenance, entretien et vigilance temporaires, à domicile, de la résidence principale et secondaire (hors activités privées de sécurité).

Les services aux personnes âgées et handicapées

Ces services proposent :

- assistance aux personnes âgées ou aux autres personnes nécessitant une aide personnelle à leur domicile (à l'exception d'actes de soins relevant d'actes médicaux), dont la téléassistance et la visioassistance, ainsi que les prestations d'animations culturelles et artistiques pour des personnes gravement malades ou en fin de vie ;
- 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 ;
- soins et promenades d'animaux de compagnie, à l'exclusion des soins vétérinaires et du toilettage, pour les personnes dépendantes ;
- soins esthétiques à domicile pour les personnes dépendantes.

Activités hors du domicile

D'autres activités sont partiellement réalisées en dehors du domicile, mais peuvent cependant être considérées comme des services à la personne à condition d'être incluses dans un ensemble d'activités effectuées à domicile :

- livraison de repas à domicile ;
- collecte et livraison à domicile de linge repassé ;
- aide à la mobilité et transport de personnes ayant des difficultés de déplacement ;
- prestation de conduite du véhicule personnel des personnes dépendantes, du domicile au travail, sur le lieu de vacances, pour les démarches administratives ;
- accompagnement des enfants dans leurs déplacements, des personnes âgées ou handicapées en dehors de leur domicile (promenades, transports, actes de la vie courante) ;
- livraison des courses à domicile.

Autres activités

Enfin s'ajoutent les activités qui concourent directement et exclusivement à coordonner et à délivrer les services à la personne. Il s'agit notamment des activités de mise en relation entre des organismes agréés et les particuliers à la recherche d'un prestataire, ou de prestations visant à coordonner et à proposer une assistance ou un service à domicile.

QUELQUES SERVICES À LA PERSONNE POUVANT INTÉRESSER LES SALARIÉS

Dans les services à la famille

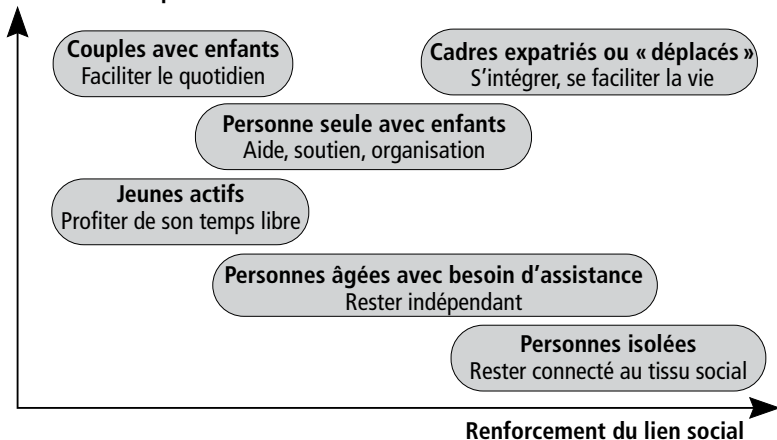
En voici trois :

- la garde de son enfant en bas âge tous les jours à la maison de 8 h 30 à 17 h 30 ;
- les cours de mathématiques de sa progéniture en classe de cinquième tous les mercredis ;
- les cours d'informatique de son conjoint.

Dans les services associés à la vie quotidienne

Les principales cibles des services à la personne et leurs attentes

Simplification de la vie quotidienne



Source : d'après étude Crédit Agricole (septembre 2006)

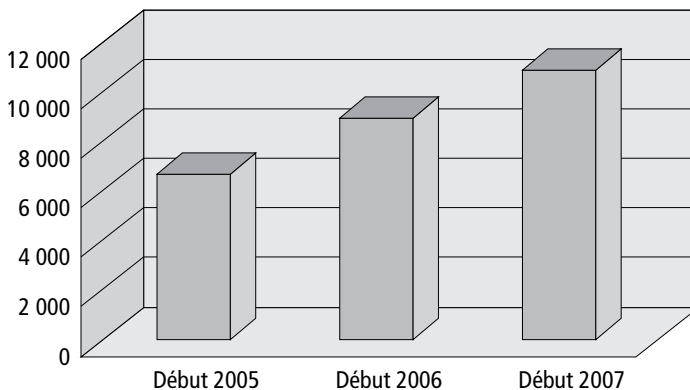
Concernant le ménage et le repassage du linge, selon les experts, si chaque ménage français recourait chaque semaine à quelqu'un pour deux heures de ménage, près d'un million d'emplois non délocalisables seraient créés ! Autre exemple : la tonte du gazon et la taille des haies, sachant que seize millions de ménages entretiennent un jardin...

UN SECTEUR PORTEUR ET CRÉATEUR D'EMPLOIS

Le premier bilan du plan de développement des services à la personne en 2006 a été très encourageant avec la création de 130 000 nouveaux emplois, soit une progression de 11 % par rapport à 2005. Le nombre total de salariés employés dans ce secteur des services a atteint 1,5 million et représenterait plus de 3 % du PIB.

Notons en outre qu'en deux ans, le nombre d'entreprises et d'associations référencées a quasi doublé, soit 11 000 à fin 2006. Ce chiffre reflète le fort dynamisme du secteur, l'un des plus actifs de l'économie française en termes de création d'emplois.

Nombre d'entreprises et d'associations agréées pour les services à la personne



Source : ANSP

Le CESU, moteur du développement des services à la personne

Fiche 3

DÉFINITION ET EXEMPLES

Pourquoi le CESU ?

N'avez-vous jamais éprouvé les pires difficultés à recruter une femme de ménage au retour des vacances d'été, alors que vous venez d'apprendre que celle que vous employez vous fait faux bond cette année ? Et tous les soirs, ne devez-vous pas entamer une course contre la montre pour aller chercher vos enfants à la sortie de l'étude tout en vous disant qu'il serait si simple de recourir à quelqu'un pour les garder après l'école ? Au moment de téléphoner à vos parents, ne vous dites-vous jamais qu'il faudra un jour envisager l'aide d'un tiers pour les assister dans leur quotidien ? Et surtout, n'avez-vous pas à chaque fois le sentiment que ces choix d'organisation s'apparentent à un véritable parcours administratif du combattant avec de nombreux documents fastidieux à remplir et à adresser à de multiples organismes ?

Afin d'améliorer et de simplifier ces démarches tout en favorisant la création d'emplois de services à la personne, le CESU a été lancé le 1^{er} janvier 2006. Ce chèque remplace ainsi deux titres, dont il représente en outre la fusion : le Chèque Emploi Service (CES), lancé en 1994 et qui concernait plus d'un million d'utilisateurs pour 3 milliards d'euros de dépenses et le Titre Emploi Service (TES), créé en 1996 et qui s'adressait à près de 300 000 bénéficiaires pour 50 millions d'euros émis en 2005.

Cette offre réservée aux particuliers vise à leur faciliter l'accès aux services à la personne. Elle permet en effet de rémunérer et de déclarer directement un salarié à domicile ou hors domicile ou de régler la facture d'un prestataire de services. Enfin, elle se décline en deux versions : le CESU bancaire et le CESU préfinancé.

Le CESU bancaire

Il remplace l'ancien CES et permet de rémunérer et de déclarer un salarié employé à domicile. Utilisé comme un chèque bancaire, il est diffusé par les établissements bancaires ayant signé une convention avec l'État. Le chéquier

comprend des chèques à remplir pour payer le salarié ainsi que des volets sociaux pour le déclarer.

Pour les anciens adhérents du CES, aucune modification n'est apportée au fonctionnement des déclarations employeurs gérées par le Centre National de Traitement du Chèque Emploi Service qui est devenu, depuis le 1^{er} janvier 2006, le Centre National du Chèque Emploi Service Universel (CNCESU).

Le CESU préfinancé

Il remplace et élargit le TES, mais son champ d'application est beaucoup plus vaste, tout comme son marché : financeurs et bénéficiaires sont plus nombreux et variés. Le réseau couvre désormais l'ensemble des modes d'intervention et les services éligibles sont étendus, notamment au « hors domicile » pour certains. Le cadre d'avantages sociaux et fiscaux est également renforcé. Le CESU préfinancé permet de payer un prestataire de services à la personne ou bien un salarié. Il est nominatif, à valeur prédéfinie, diffusé par des organismes cofinanceurs et émis par les sociétés habilitées par l'ANSP.

Le CESU préfinancé peut être cofinancé en partie ou totalement par les entreprises privées ou publiques, mais également par les mutuelles, les caisses de retraite, les collectivités locales... L'employeur ou l'organisme cofinancier délivre directement les carnets de titres avec une valeur prédéterminée à ses bénéficiaires, qui ne financent qu'une partie du coût des services réglés avec les titres CESU.

Dans les deux cas, le chéquier de CESU comporte des volets sociaux utiles pour déclarer le ou les salariés auprès du CNCESU.

À retenir

Les CESU bancaires et préfinancés peuvent être directement déposés sur un compte bancaire. Les CESU préfinancés peuvent également être envoyés au Centre de Remboursement du CESU (CRCESU).

POUR QUELS SERVICES ET POUR QUI ?

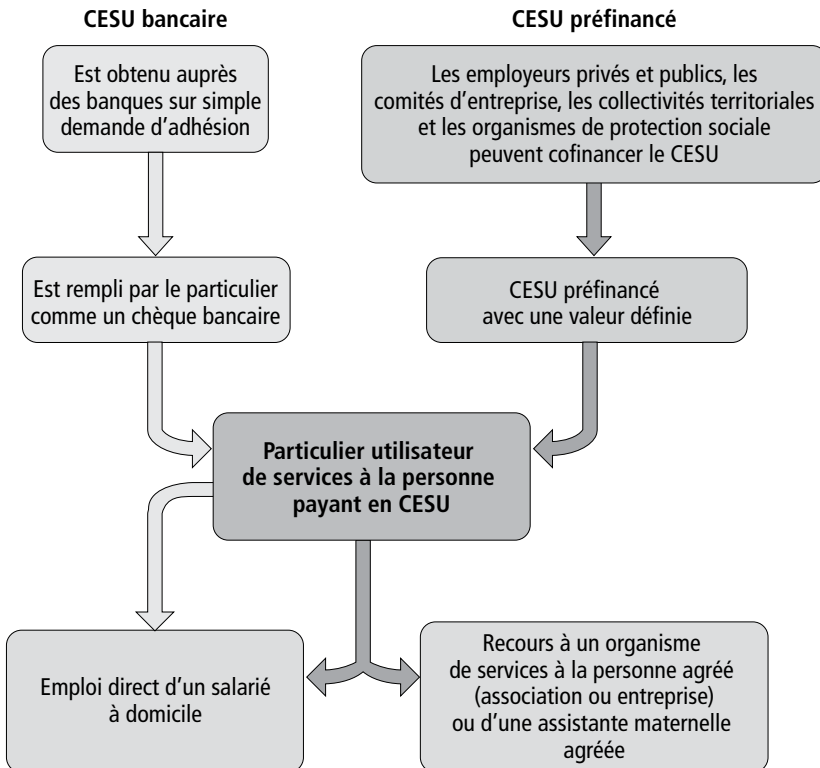
Le CESU s'adresse aux particuliers pour régler leurs services à la personne et d'aide à domicile.

Pour leur part, les titres CESU préfinancés peuvent être utilisés pour payer les services suivants :

- la facture d'une prestation fournie par une association ou une entreprise prestataire agréée de services à la personne ;
- la rémunération d'un salarié employé en direct au domicile ;
- la facture de l'entreprise ou association mandataire pour le recrutement d'un employé ou le suivi des formalités administratives et sociales ;
- la garde d'enfants hors du domicile assurée par une assistante maternelle agréée, une structure d'accueil (crèche, halte-garderie, jardin d'enfants) ou une garderie périscolaire.

Le CESU bancaire, quant à lui, ne peut être utilisé que pour régler la rémunération d'un salarié employé en direct au domicile.

Comparaison : CESU bancaire/CESU préfinancé



LE SUCCÈS DU COUPLAGE CESU PRÉFINANÇÉ ET SERVICES À LA PERSONNE

Avec le développement du CESU préfinancé, les entreprises utilisatrices vont jouer un rôle majeur et visible de prescription. On peut imaginer qu'elles souhaiteront de plus en plus développer des programmes spécifiques de services à la personne à destination de leurs salariés, recherchant toujours pour eux le meilleur rapport qualité/prix. La réussite des services à la personne passera obligatoirement par l'adéquation entre l'offre et la demande. Si le CESU peut contribuer à créer une partie de cette demande, c'est la qualité des offres qui en constituera le véritable moteur.

Actuellement, les principales réticences détectées chez les bénéficiaires potentiels sont les suivantes :

- des freins psychologiques au fait de confier ses clés à un inconnu ;
- le besoin d'être rassuré en amont sur un service irréprochable par un tiers ou par le bouche-à-oreille, tout particulièrement lorsqu'il s'agit de s'occuper d'une personne (enfant, parent âgé, etc.) ;
- la complexité perçue des démarches à remplir, notamment pour employer des personnes en direct ;
- le prix des services souvent considéré comme trop élevé.

De leur côté, les réseaux de prestataires sont marqués par l'importance de la place tenue par le milieu associatif et sont, hélas, encore très hétérogènes. Les axes prioritaires d'amélioration pour les acteurs de ce marché sont au nombre de quatre :

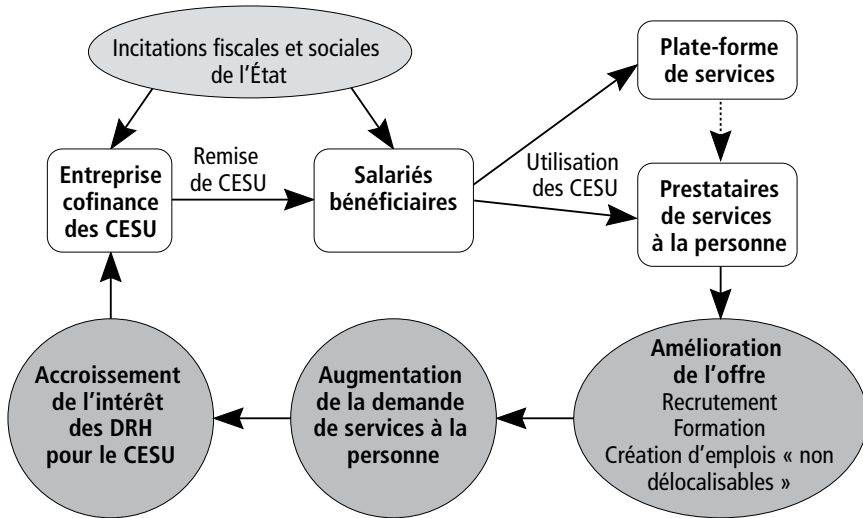
- construire une image de simplicité et d'accessibilité autour des services proposés ;
- fournir des prestations homogènes indépendamment des régions et des intervenants ;
- définir des offres tarifaires claires et lisibles ;
- disposer d'un personnel qualifié et fiable.

On peut penser que le développement d'entreprises à vocation nationale qui sauront être connues et reconnues du grand public permettra de lever les freins cités ci-dessus, mais cela entraîne une double interrogation : combien de temps le marché mettra-t-il à se structurer ? Et ne sera-t-il pas victime d'expériences malheureuses liées à des intervenants peu scrupuleux ?

Parallèlement à cette structuration de l'offre, de nombreux acteurs se sont lancés dans la création de plates-formes nationales de services. Chacun peut

ainsi accéder simplement et rapidement au service de son choix grâce à un numéro de téléphone unique. La plate-forme assure la mise en relation du particulier avec le professionnel intervenant à domicile, ce dernier étant normalement sélectionné sur la base de critères de performance, de proximité et de qualité.

Le schéma vertueux du développement CESU préfinancé/services à la personne



Notez qu'à partir de ce stade de l'ouvrage, nous nous intéresserons uniquement au CESU préfinancé, que nous nommerons CESU pour simplifier la lecture.

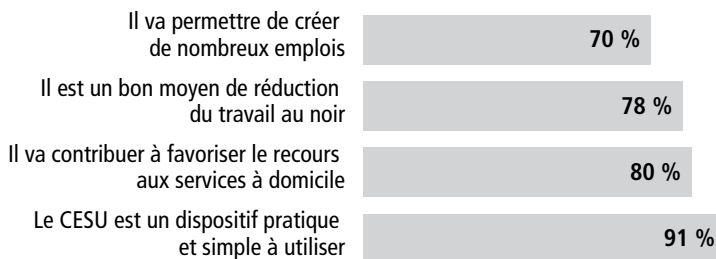
LE MARCHÉ DU CESU

Selon la Fédération des Entreprises de Services à la Personne (FESP), le marché des services à la personne payables en CESU est évalué à 7,5 milliards d'euros (soit le double du marché actuel du titre-restaurant) par rapport à un marché total de ce secteur estimé à 11 milliards d'euros. De fait, six millions de ménages seraient demandeurs, mais pas encore utilisateurs de ce type de service.

LE CESU ET LES FRANÇAIS

Quelques semaines après le lancement du CESU en 2006, l'IFOP, à la demande de l'ANSP, a mené un sondage auprès de la population française pour connaître sa perception du dispositif. L'enquête a d'abord conclu à un taux de notoriété très élevé du CESU, avec 79 % des personnes interrogées déclarant en avoir déjà entendu parler. De plus, 93 % des sondés approuveraient la mise en place du CESU dans leur entreprise. Ils ont par ailleurs insisté sur les nombreux atouts de cet outil, liés à la simplicité du dispositif et ses bénéfices en matière d'emploi dans les services à la personne.

Les atouts du CESU



Source : IFOP

Notons également que, dès 2006, 29 % des salariés envisageaient de demander à leur employeur un carnet de CESU. Enfin, s'il s'avère difficile d'estimer combien de ménages auront effectivement recours à cette nouvelle mesure, le sondage

IFOP a rappelé que si 90 % des ménages souhaitent bénéficier de services à la personne, seulement 3 % y ont accès et 65 % ne connaissent pas la marche à suivre. À titre de comparaison, d'après le cabinet de conseil en organisation, en stratégie e-business et en management consulting A. T. Kearney, ce taux de pénétration s'élève à 10 % au Royaume-Uni, 15 % au Canada et 30 % aux États-Unis.

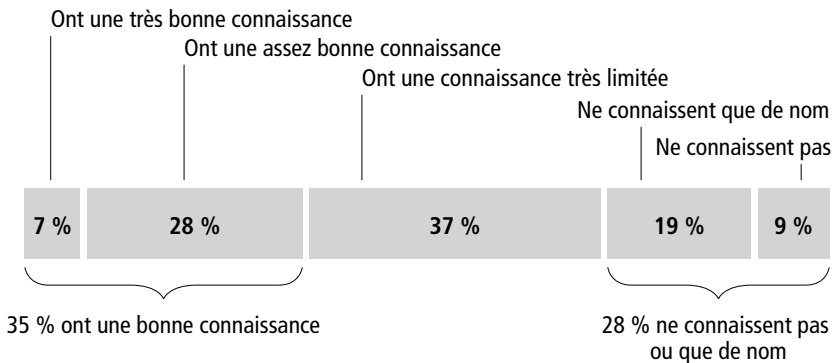
LE CESU ET LES DIRECTIONS DES RESSOURCES HUMAINES

En partenariat avec l'institut CSA, la société Sodexho Chèques et Cartes de Services a publié en mars 2007 les résultats d'un baromètre portant sur la notoriété du CESU, réalisé auprès d'un panel représentatif de trois cents dirigeants d'entreprises et responsables de ressources humaines de sociétés de vingt salariés et plus.

Une bonne connaissance du CESU

D'après cette enquête, plus d'un an après son lancement par le ministère de l'Emploi, de la Cohésion Sociale et du Logement, le CESU bénéficiait d'une excellente visibilité en entreprise. Le baromètre CSA démontre en effet une bonne appropriation du dispositif, que ce soit au niveau de sa notoriété, de sa compréhension ou de sa connaissance. Les responsables des entreprises sont ainsi nombreux à en avoir entendu parler : 91 % le connaissent au moins de nom.

La connaissance du CESU par les DRH



Source CSA – Sodexho Chèques et Cartes de Services

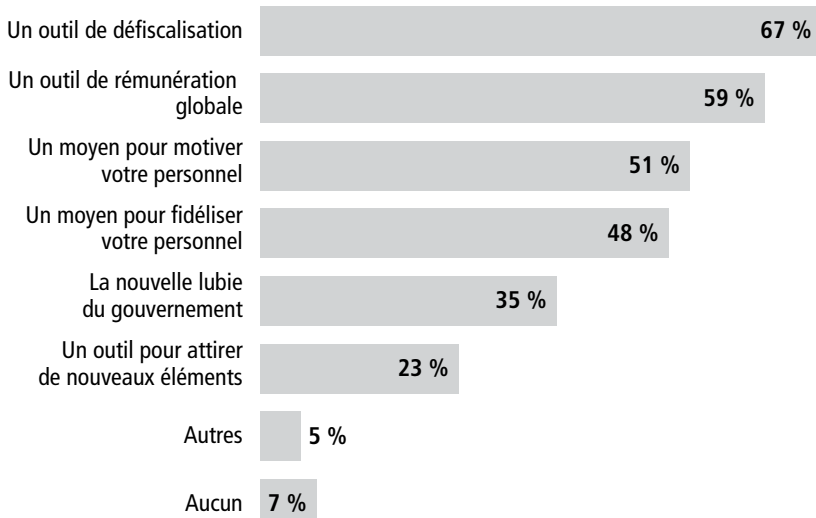
L'enquête démontre également le rôle essentiel de l'information : les entreprises les mieux informées ont une meilleure perception du CESU et seront donc plus réceptives à sa mise en place.

La perception positive du CESU : un dispositif gagnant-gagnant

Les responsables des ressources humaines ont bien perçu l'intérêt et les multiples avantages qu'offre le CESU, aussi bien pour l'entreprise que pour le salarié :

- 67 % le trouvent attractif d'un point de vue fiscal ;
- 59 % le considèrent comme un outil qui s'inscrit dans une politique de rémunération globale ;
- 51 % le perçoivent comme une source importante de motivation et de fidélisation du personnel.

Pour les responsables des ressources humaines, le CESU, c'est :



Source : CSA – Sodexo Chèques et Cartes de Services

Comme nous pouvons le constater, le dispositif bénéficie d'une image très positive. Il rencontre d'ailleurs peu de détracteurs. La plupart des entreprises s'accordent en effet à reconnaître que le CESU contribue à augmenter le pou-

voir d'achat des salariés et à améliorer leur qualité de vie au quotidien sans augmenter les charges des entreprises.

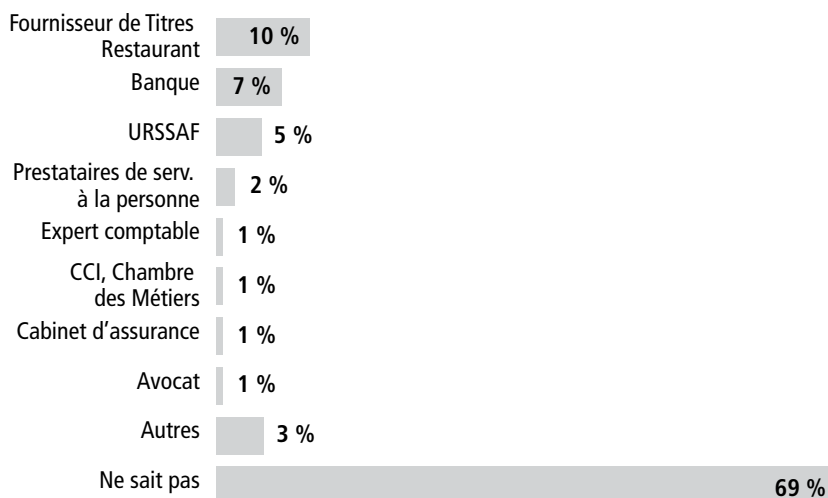
Un marché prometteur

Le marché du CESU est riche de promesses puisque 12 % des entreprises interrogées envisagent de le mettre en place dans leur entreprise, dont 7 % avant fin 2008. Dans la mesure où ce dispositif est récent et où les entreprises observent toujours une période de prudence, ce taux paraît encourageant.

Un manque de visibilité sur les acteurs du CESU

L'étude du CSA montre néanmoins la nécessité pour les acteurs se positionnant sur le marché du CESU de mieux se faire connaître, car 69 % des entreprises n'ont pas identifié d'interlocuteur et ne savent pas vers qui se tourner pour mettre en place cet outil. L'organisme le plus cité est tout de même le fournisseur de titres-restaurant, à hauteur de 10 %, devant les banques (7 %) et l'URSSAF (5 %).

**Si vous deviez mettre en place le CESU,
à quel(s) type(s) d'organisme(s) feriez-vous appel ?**

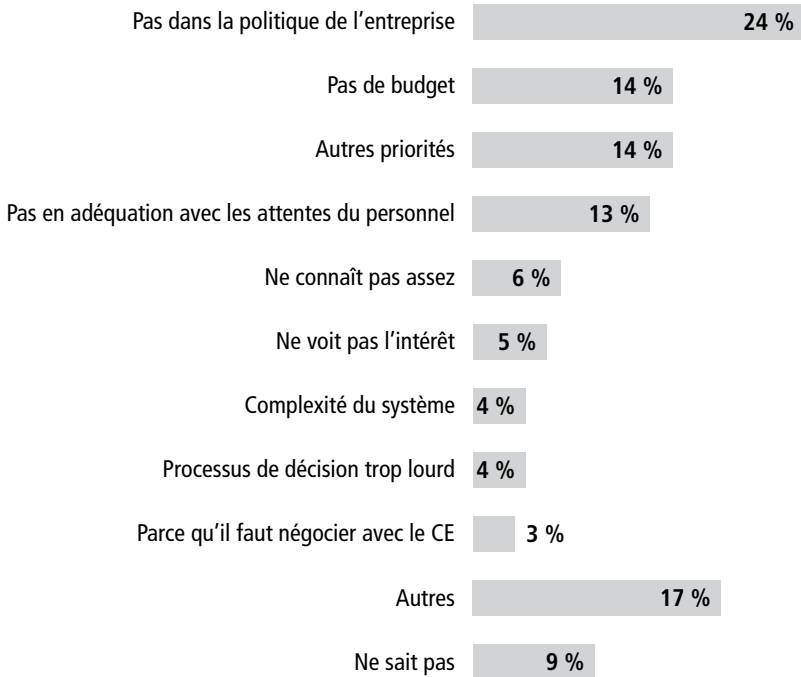


Source : CSA – Sodexho Chèques et Cartes de Services

Les freins à la mise en place du CESU

Les entreprises qui n'envisagent pas de proposer le CESU invoquent majoritairement des questions d'environnement politique et financier : il n'est pas en phase à ce jour avec la politique de l'entreprise (24 %) et elles ne disposent pas du budget pour le financer (14 %).

Pour quelles raisons n'envisagez-vous pas la mise en place du CESU ?



Source : CSA – Sodexho Chèques et Cartes de Services

Terminons par une note positive avec la publication de cet extrait du quotidien *Le Parisien-Aujourd'hui en France* du 13 mars 2007, qui présente certains des pourcentages encourageants auxquels a conclu le baromètre CSA (voir page suivante).

LA NOTE DE LA SEMAINE



18
/
20

au Cesu...

Un an après son lancement, le chèque emploi service universel bénéficie d'un excellent taux de notoriété dans les entreprises. Une enquête réalisée par l'institut CSA, Sodexho Chèques et Cartes de services établit que, non seulement 91 % des responsables d'entreprises en connaissent le nom, mais ils en perçoivent également l'intérêt tant pour l'entreprise que pour le salarié. Même s'ils déclarent à 69 % ne pas trop savoir à qui s'adresser pour le mettre en place, 67 % le trouvent attractif sur le plan fiscal, 59 % voient en lui un outil s'inscrivant dans une politique de rémunération globale et 51 % le perçoivent même comme une source importante de motivation et de fidélisation du personnel.

Source : Le Parisien – Aujourd'hui en France

Le CESU : la solution pour toutes les entreprises

Fiche 5

Les gestionnaires des ressources humaines possèdent un large panel d'outils à leur disposition : packages de rémunération, politique salariale, plans de formations, plans de carrière... Ceux-ci ne sont cependant pas tous adaptés à l'ensemble des entreprises, notamment en raison des investissements parfois considérables qu'ils nécessitent pour leur mise en œuvre. En revanche, toutes les entreprises peuvent proposer des CESU à leurs salariés, bien que son développement reste encore mesuré avec moins de 1,5 % des salariés français en bénéficiant à l'heure actuelle. Deux questions reviennent en effet très souvent :

- pour bénéficier du CESU, vaut-il mieux être salarié d'un grand groupe ?
- ma PME sera-t-elle un jour susceptible de le proposer ?

GRANDES ENTREPRISES : LA VITRINE MÉDIATIQUE DU CESU

Le CESU est souvent assimilé à un dispositif à destination des grands groupes. En effet, des sociétés comme Total, France Télécom, Dassault Systèmes, La Poste, Sodexho ou encore Dexia Crédit Local le proposent déjà à leurs collaborateurs. De telles références constituent une excellente vitrine médiatique pour développer la notoriété et la visibilité des avantages du CESU. D'ailleurs, l'ANSP communique régulièrement, sur son site Internet ou au travers de communiqués de presse, sur les signatures emblématiques d'entreprises offrant le CESU à leurs salariés.

Concernant cette cible, le développement du CESU sera lié aux arbitrages des directeurs des ressources humaines, sollicités de toute part sur les augmentations de salaires, les dispositifs d'épargne salariale, de financement des retraites et de services à la personne. La mise en place du CESU passera très souvent par les négociations annuelles obligatoires (NAO), qui, comme leur nom l'indique, n'ont lieu qu'une fois par an. La large panoplie des atouts financiers du CESU suffira-t-elle à accélérer le processus de décision, sachant que cela demeure malgré tout une dépense budgétaire... de plus ?

La tendance est donc bien là, mais les échanges à prévoir et à intégrer dans les programmes de négociations entre direction et partenaires sociaux sur la diffusion du CESU risquent aussi de freiner le cycle de décision et de déploiement.

Pourtant, le besoin des salariés en termes de services à la personne est palpable et l'on peut légitimement penser que la généralisation du CESU dans les grandes entreprises n'est qu'une question de temps.

LES PME ET LES TPE, PREMIÈRES « CONSOMMATRICES » DU CESU

Officiellement, toutes les entreprises ont la possibilité de financer des CESU pour le compte de leurs salariés. Pourtant, selon l'ANSP, 85 % des contrats CESU sont signés par des TPE ou des PME, ce qui traduit l'attrait de cette cible pour le produit et les services à la personne associés. Les organisations principales de conseil et d'accompagnement des TPE en France sont d'ailleurs convaincues des apports que représente le CESU pour les entreprises de moins de vingt salariés (soit 85 % des employeurs et un tiers des salariés du marché français).

Les arguments du CESU sont en effet convaincants. Le principal bénéfice mis en avant est son adaptation économique aux problématiques de gestion du temps entre vie professionnelle et vie personnelle. Cette dernière peut ainsi être simplifiée par le recours à de nombreux services à la personne à des conditions privilégiées.

Le CESU est donc présenté comme un moyen facile de mener une politique sociale ainsi qu'un puissant levier de hausse du pouvoir d'achat à moindre coût, permettant en outre l'évolution de la masse salariale. Dans les PME et TPE, la mise en place du CESU se fait donc très rapidement et les employeurs financent souvent 100 % des CESU distribués à leurs salariés. Ils y voient en effet un facteur d'amélioration de la productivité et un outil de flexibilité du temps de travail... à coût réduit.

En pratique

Prenons l'exemple d'une société de courtage en assurance composée de trois personnes : un gérant, son épouse salariée qui assure le secrétariat et un agent de courtage. Le couple ayant deux enfants en bas âge a vu dans le choix du CESU un excellent moyen de diminuer ses frais de garde à titre personnel et professionnel. De même, le courtier étant célibataire et recourant aux services d'une femme de ménage, il était tout aussi pertinent pour lui d'utiliser des CESU.

Ainsi, le choix du dispositif à hauteur de 1 830 euros par an et par personne, pris en charge par la société, s'est avéré un choix gagnant pour l'employeur tout comme pour les bénéficiaires.

LA RÉPONSE À L'AMÉLIORATION DE L'EFFICACITÉ DE TOUTES LES ENTREPRISES

Selon une étude sur la motivation des salariés dans les PME et PMI françaises, réalisée en 2006 par Pouey International, spécialiste de la gestion du risque client et du renseignement d'affaires, 90 % des responsables interrogés jugent la motivation de leurs salariés primordiale, même si pour plus de 36 % d'entre eux aucune politique particulière sur la base d'avantages financiers n'est menée.

À retenir

On constate une réelle prise de conscience illustrée par le constat suivant : entre 15 et 20 % du temps de travail environ est consacré à régler principalement des problèmes personnels !

Alors, pourquoi continuer à hésiter à développer une politique axée sur le bien-être des salariés, dont la vocation serait de répondre à leurs aspirations ? Est-ce par peur de ne pouvoir mesurer le gain généré ? Ou par méconnaissance des solutions existantes ? Ou encore par manque de temps tout simplement ?

La réponse est certainement un mélange des trois. Cependant, à l'aide des fiches projet de ce livre, présentées dans la partie suivante (voir p. 35), nous allons voir ensemble que le CESU peut traduire les prémices, ou la continuité selon les cas, d'une politique RH qui allie des objectifs de :

- responsabilité en créant un lien social fort entre l'entreprise et le personnel ;
- nécessité en indiquant une prise en compte de l'évolution des besoins des collaborateurs et de l'évolution de leur cadre de travail ;
- rentabilité en privilégiant le capital humain avec la volonté de fidéliser et de limiter le turnover.

FICHES PROJET

« Traitez les gens comme des cochons et vous obtiendrez un travail de cochon. Traitez les gens comme des hommes et vous obtiendrez un travail d'homme. »

Harriet Beecher Stowe ■

Dans cette partie, nous vous proposons huit fiches projet destinées à répondre à vos questions clés et à vous guider dans l'appropriation d'un dispositif CESU. Elles sont consacrées aux sujets suivants :

- 1 - Connaître le fonctionnement du CESU
- 2 - Mettre en place le CESU dans l'entreprise
- 3 - Faire du CESU un atout de marketing social
- 4 - Intégrer le CESU dans la politique de rémunération de l'entreprise
- 5 - Vérifier l'adhésion des salariés à votre projet
- 6 - Optimiser la communication interne
- 7 - Présenter simplement et efficacement le CESU
- 8 - Analyser le bilan du CESU dans l'entreprise

Chaque fiche sera déclinée autour de cinq thèmes :

- Objectifs => La description des objectifs proposés dans la fiche pour faciliter la lecture et la compréhension de la démarche suivie ;
- De quoi s'agit-il ? => La définition précise de la problématique à laquelle vous pouvez vous trouver confronté ;
- Qualification => Les principales questions à se poser et sur lesquelles vous devez avoir des réponses pertinentes ;
- Arguments => Les bénéfices et la méthodologie sur lesquels vous pourrez fonder votre réflexion et votre propre expérience ;
- Cas concret d'entreprise => La mise en œuvre du thème par le biais d'un exemple fictif.

OBJECTIFS

Il s'agit ici d'une part de présenter les principales spécificités du CESU afin de savoir rapidement s'il correspond à votre problématique ; de connaître le rôle des différents acteurs d'une solution de CESU d'autre part.

DE QUOI S'AGIT-IL ?

Le CESU désigne un titre spécial de paiement qui présente des avantages pour tous les acteurs du dispositif, du salarié à l'intervenant de l'entreprise de services à la personne retenue. Cette première fiche vise à préciser les informations indispensables à une bonne compréhension des principes fondamentaux de cet outil. Elle ne propose pas de cas concret, contrairement aux sept autres.

CESU
=
Réponse aux problématiques de services à la personne des salariés
+
Véritable outil de management pour l'entreprise

QUALIFICATION : LES QUESTIONS CLÉS

Nous en listons cinq :

- mon entreprise est-elle suffisamment importante pour financer le CESU ?
- le CESU est-il obligatoire pour tous les salariés ?
- quelle serait la cible d'un programme de CESU dans une entreprise ? L'ensemble des salariés ou une population en particulier ?
- que peut payer le salarié avec ses CESU ?
- une fois le CESU mis en place, est-il possible de le remettre en question dans l'entreprise ?

ARGUMENTS

Un dispositif accessible à toutes les entreprises

Tous les employeurs (publics ou privés) peuvent financer le CESU au bénéfice de leurs salariés ou de leurs agents dans le cadre de leur politique de ressources humaines :

- entreprises privées et comités d'entreprises ;
- administrations publiques et comités d'œuvres sociales (COS) ;
- établissements publics administratifs (EPA) ;
- établissements publics industriels et commerciaux (EPIC) ;
- professions libérales ;
- travailleurs indépendants.

L'universalité du CESU

De nombreuses personnes pensent que le CESU s'adresse à une population de nouveaux bénéficiaires de services à la personne, composée essentiellement de femmes et de cadres. Dans les faits, de nombreux employés qui n'avaient pas accès auparavant à des services à la personne pour des raisons financières souscrivent désormais au CESU dans leur entreprise.

L'âge des personnes influe de façon déterminante sur leurs demandes potentielles. Ainsi, l'utilisation préconisée par les jeunes générations se centrerait sur les services liés aux enfants comme la garde ou le soutien scolaire. De même, les « plus de 35 ans » s'avouent très demandeurs d'assistance informatique et pour Internet à domicile.

Soulignons enfin que les utilisateurs ne sont pas uniquement des femmes et des familles. La société évolue et, aujourd'hui, les hommes célibataires peuvent eux aussi avoir besoin de services de type ménage, repassage, etc.

Les conditions d'éligibilité au CESU

Tous les collaborateurs, qu'ils fassent partie d'une entreprise de droit public, de droit privé ou d'une administration, sont éligibles. L'employeur est toutefois libre de fixer les montants et les modalités d'attribution des CESU aux salariés, après échange avec le comité d'entreprise en cas de gestion conjointe. Le niveau de cofinancement du CESU sera le plus souvent déterminé en fonction du niveau de salaire ou du revenu des personnes bénéficiaires, avec la possibilité d'un financement intégral pour les personnes les plus démunies. L'entre-

prise ou l'administration peut par ailleurs choisir de limiter le CESU à une catégorie de personnes en fonction de critères objectifs tels que le revenu ou le nombre d'enfants à charge.

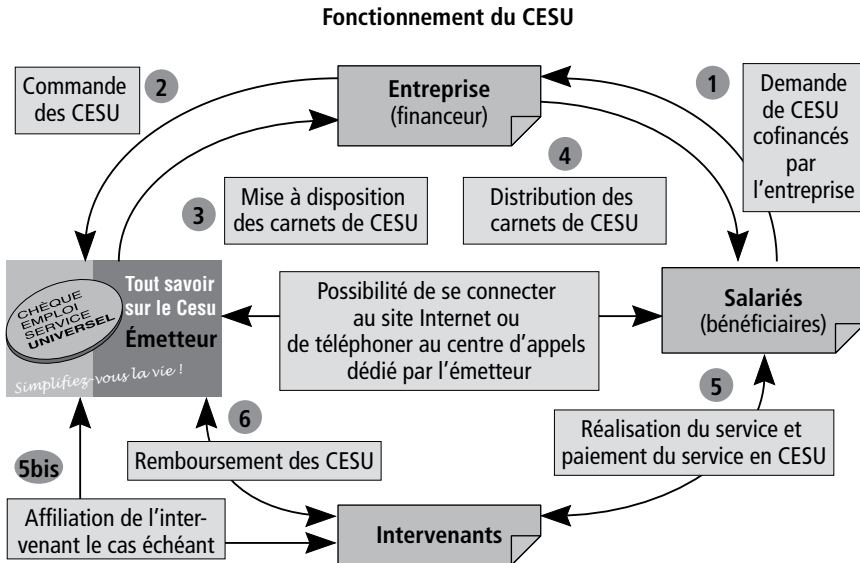
En outre, le CESU peut être mis en place quel que soit le nombre de collaborateurs. La seule nécessité est d'avoir au moins un salarié. De plus, l'entreprise peut participer au financement du CESU à hauteur de 0 % à 100 %, selon son souhait.

À retenir

Les collaborateurs sont libres d'adhérer ou non au CESU.

La simplicité du CESU

Le CESU est aussi simple, souple et pratique qu'un titre-restaurant.



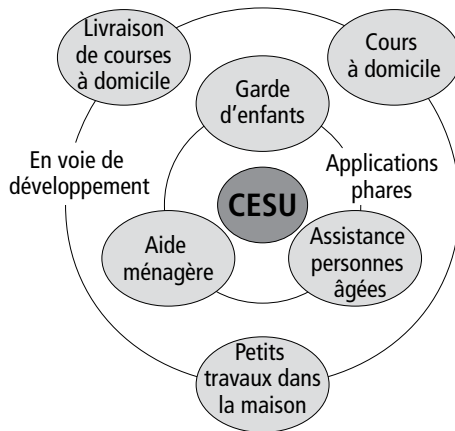
L'émetteur fabrique les titres sur la base des informations transmises par l'entreprise cofinanceuse. Il met à disposition de l'entreprise les carnets de CESU commandés qui sont ensuite distribués aux bénéficiaires concernés. Il peut éventuellement directement envoyer les chèques au domicile de ces derniers si

l'option est proposée et retenue. Les bénéficiaires « achètent » avec leurs CESU les prestations de leur choix liées aux services à la personne éligibles. Ils ont aussi la possibilité de se faire assister par l'émetteur s'ils ont des questions. Quant aux intervenants, dans le cadre d'emploi direct, ils se font affilier au préalable auprès du CRCESU, qui assure le remboursement des titres.

Les enjeux du CESU

Le développement du CESU est intimement lié à la qualité des services dont les bénéficiaires disposeront avec leurs titres. Si les Français font montre de freins culturels et psychologiques dans le recours à des aides à domicile, ils sont pourtant très attachés à l'équilibre entre leur vie professionnelle et leur vie familiale et demandeurs de solutions visant à leur permettre de réussir l'une sans sacrifier l'autre. Il s'avère donc indispensable que les entreprises lèvent ces freins et se mobilisent pour s'approprier le CESU afin d'en faire un outil performant de gestion des ressources humaines qui deviendra unanimement demandé par les collaborateurs, comme c'est le cas des titres-restaurant par exemple.

L'univers des services éligibles au CESU : la conciliation vie familiale/vie professionnelle/vie sociale



La souplesse de l'engagement contractuel

Veillez avec l'émetteur de CESU retenu à ne pas vous engager dans le temps, ni sur des volumes. La majorité des contrats existants sur le marché vous le permet et laisse ainsi toute latitude pour initier une stratégie de développement du CESU dans votre entreprise.

OBJECTIFS

On en compte deux : identifier les différentes grandes étapes d'un projet de CESU et leur poids respectif dans le déroulé du dispositif ; valider les pré-requis de votre réflexion en amont.

DE QUOI S'AGIT-IL ?

Le CESU est un titre de service novateur en France. Sa compréhension peut être simple, mais sa mise en œuvre s'avère parfois complexe. Afin de vous aider à éviter les déceptions, cette fiche indique la marche à suivre, notamment avec votre prestataire, pour construire un programme adapté aux attentes des salariés et à votre culture d'entreprise.

Au-delà des considérations technologiques et économiques, la relation entre l'entreprise et son émetteur, tout au long du cycle de vie de la solution (phase d'étude, déploiement et après-vente) est déterminante. On peut légitimement parler de « partenariat », qui doit permettre à l'entreprise de bénéficier d'une grande évolutivité de sa solution CESU, et par conséquent de conserver l'avantage compétitif apporté en termes de ressources humaines.

Le CESU n'étant pas un produit obligatoire pour tous les salariés, vous entrez dans une relation « gagnant-gagnant » avec votre partenaire. De votre côté, vous êtes motivé par la généralisation et l'utilisation du CESU par un maximum de personnes, gage d'adéquation de votre projet à leurs attentes. Quant à votre partenaire, il est intéressé financièrement par le volume de titres émis dans votre entreprise et l'adhésion au produit dans la durée. Notez que la qualité de l'accompagnement est ainsi aussi importante que la qualité technique du service. Elle doit se vérifier depuis le processus de définition des besoins jusqu'à l'évolution potentielle du projet.

Les étapes vertueuses d'un projet CESU



QUALIFICATION : LES QUESTIONS CLÉS

Elles sont au nombre de quatre :

- quels sont les objectifs, les résultats attendus pour l'entreprise et pour les salariés ?
- quels sont les freins à la mise en place d'un projet de CESU ?
- quelle relation faut-il envisager avec un fournisseur de services ?
- son accompagnement est-il un facteur clé de succès ou l'équipe des ressources humaines est-elle en mesure de tout gérer en interne ?

ARGUMENTS

Décider : la phase d'étude où tout est encore possible

Cette étape durant laquelle votre réflexion est initiée est primordiale. Vous devez définir vos besoins en fonction des attentes du personnel, à court et à moyen terme, convaincre en interne des apports du CESU et élaborer le meilleur scénario de déploiement possible.

Afin de bien définir ses besoins, un gestionnaire potentiel de CESU doit se renseigner sur les dispositifs existants, sur lesquels il pourra s'appuyer pour mesurer leur pertinence par rapport aux spécificités de son entreprise.

Les enjeux sont doubles. En effet, une mauvaise compréhension des attentes des salariés peut pénaliser la future utilisation, voire la pérennité de la solution. De plus, le dimensionnement erroné de la valeur faciale et du montant de CESU alloué peut s'avérer coûteux.

La méthodologie suivie lors de cette phase varie selon les spécificités des organisations afin de s'intégrer dans la culture d'entreprise et dans les habitudes de travail. Il existe cependant des points récurrents :

- les réunions de travail avec les personnes à associer au projet (représentants des salariés, délégués du personnel, partenaires sociaux, managers et responsables des ressources humaines) ;
- le sondage des collaborateurs quant aux atouts que peut revêtir ou pas pour eux un projet de CESU.

Trois actions sont indissociables pour décider des modalités pratiques de mise en œuvre du CESU : définir les critères d'attribution des titres, la participation de l'entreprise et la valeur faciale des chèques. La phase de communication auprès des salariés doit se préparer dès cette étape de réflexion (cette partie est traitée

dans la Fiche Projet 6, voir p. 69). C'est notamment au travers du sondage réalisé que vous pourrez statuer sur les critères précis d'attribution du CESU.

À retenir

Pour bien définir la participation financière en interne : afin qu'elle soit exonérée, elle doit s'élever au maximum à 1 830 euros par an et par salarié.

Pour choisir la valeur faciale, nous vous recommandons d'opter pour un chèque compris entre 15 et 30 euros. Ces montants représentent en moyenne une à deux heure(s) de services à la personne.

Enfin, pour mettre en perspective les valeurs faciales des CESU, sachez que le SMIC horaire brut en vigueur du 1^{er} juillet 2007 au 30 juin 2008 s'élève à 8,44 euros ; une heure de garde d'enfant par une entreprise prestataire s'élève à 16 euros en moyenne ; une heure de cours particulier coûte en moyenne 28 euros ; et une heure de ménage/repassage est facturée 15 euros en moyenne.

Nous vous conseillons vivement de vous adresser aux émetteurs de titres de services afin de connaître leurs offres et leurs références commerciales. Vous trouverez leurs coordonnées dans la fiche pratique « Aller plus loin avec le CESU : les bons contacts » (voir p. 111).

Les informations collectées lors de cette phase vous permettent de réaliser le scénario initial du système de CESU envisagé avec les principales fonctionnalités, les délais, le budget prévisionnel du projet et l'équipe en charge du suivi opérationnel.

Une fois la définition des besoins terminée, vous la formalisez par la rédaction d'un cahier des charges. Ce document finalise le projet de CESU et sert de référence avant de passer un appel d'offres ou de le transmettre au prestataire retenu. Le cahier des charges doit faire apparaître les points suivants :

- une synthèse de l'analyse de l'existant et des besoins de l'entreprise ;
- une description des populations ciblées et leur localisation géographique ;
- la liste éventuelle des prestations payables en CESU mises en avant auprès des salariés ;
- la gestion opérationnelle de projet souhaitée ;
- les contraintes et le planning de réalisation ;
- un cadre de réponse pour faciliter le dépouillement.

Dans la plupart des cas, le cahier des charges indique le type de dispositif recherché tout en restant ouvert à toutes les solutions présentées par les fournisseurs potentiels.

Déployer : de la théorie à la matérialisation des CESU

En fonction des paramètres mentionnés dans le cahier des charges, il convient de comparer les différentes solutions proposées. Grâce à la simplicité du CESU, la compétence ou l'intervention de ressources extérieures à l'entreprise dans le processus de décision n'est pas nécessaire. Nous vous invitons à évaluer les réponses reçues en privilégiant :

- l'accompagnement de l'émetteur de CESU dans le déploiement et dans la communication prévue ;
- la pertinence économique de la réponse financière ;
- l'impact sur les bénéficiaires de CESU au niveau de l'utilisation quotidienne des titres ;
- la cohérence entre votre demande initiale et la réponse faite.

Une fois le contrat signé par l'entreprise et le prestataire de CESU, ce dernier travaille à la mise en place des titres dans l'entreprise. Pour cela, les CESU doivent être personnalisés, conformément à la législation en vigueur, et donc comporter pour chaque bénéficiaire la civilité, le nom, le prénom, l'identifiant (ou matricule), l'adresse personnelle, le code postal, la ville et la date de naissance. Toutes ces informations sont en effet obligatoires pour créer la commande des titres.

L'entreprise dispose d'une liberté totale quant à la fréquence de ses commandes : elles peuvent être mensuelles, bimestrielles, semestrielles ou annuelles, selon ses besoins.

En règle générale, chaque commande est confirmée par un accusé de réception de commande par e-mail. Celui-ci précise également au gestionnaire de l'entreprise la date de sa livraison. À réception de la commande, l'émetteur contrôle les données, les valide, les enregistre, puis déclenche la mise en production des CESU. Les fonds de chèques sont alors personnalisés et les carnets façonnés conformément aux éléments de la commande.

Notez enfin que le délai de livraison est en général de sept jours ouvrés environ lors de la première commande, à compter du jour de traitement de la commande. Il s'effectue ensuite, pour les autres commandes, sous 72 heures.

Utiliser : le bénéficiaire au centre du dispositif

Les émetteurs profitent des envois de carnets de CESU pour communiquer aux bénéficiaires des informations de rappel de tous les avantages et des conditions d'utilisation de leurs titres. Une bonne communication s'avère réellement indispensable pour permettre à chacun de s'approprier le programme du

CESU. La fiche projet « Optimiser la communication interne » (voir p. 69) vous propose quelques outils intéressants à déployer. En parallèle, nous vous recommandons de n'oublier aucune cible dans votre plan de communication et de faire preuve de pédagogie auprès de vos bénéficiaires en expliquant clairement les étapes à suivre et les démarches à mener.

Un centre de relation client permet généralement de faire l'interface avec les gestionnaires des entreprises afin de prendre en charge l'ensemble de leurs demandes de support et d'exploitation :

- demandes administratives (factures, informations sur la date de livraison...);
- conseils sur l'utilisation du service et la façon de communiquer auprès des salariés;
- suivi de la résolution d'éventuels incidents identifiés par l'émetteur ou notifiés par l'entreprise.

En complément, un extranet client est aussi proposé aux entreprises afin de simplifier leur relation avec l'émetteur et de faciliter les commandes et le suivi administratif. Les bénéficiaires de CESU disposent de services d'accompagnement dédiés.

À retenir

Afin de simplifier notamment les demandes administratives, il est indispensable d'anticiper les points liés à la comptabilité et à la paie (voir p. 99 la Fiche Pratique 1).

Accompagner : faire du CESU un succès d'entreprise

Un programme de CESU qui fonctionne se traduit avant tout par la diffusion de titres que les salariés utilisent. Pour cela, l'émetteur de CESU se doit d'accompagner son client durant toute la durée de vie du contrat afin d'ajuster sa solution et de faire évoluer le dispositif en fonction des besoins de l'entreprise :

- croissance du nombre d'employés, du nombre de sites;
- élargissement du dispositif à de nouvelles populations;
- évolution du nombre et de la qualité des prestataires de services disponibles à proximité des sites de la société;
- choix de nouveaux modes de livraison, de commande...

Il est également primordial que l'émetteur soit très réactif face aux requêtes exprimées par son client. Enfin, compte tenu du nombre d'émetteurs poten-

tiels, les entreprises considèrent de plus en plus la pérennité de l'émetteur comme un élément clé dans le choix de la solution CESU et un gage prévisionnel de succès.

CAS CONCRET D'ENTREPRISE

Dans cet exemple, nous analyserons le cas fictif d'une entreprise de textile.

Présentation

Effectifs : cent personnes en France localisées sur un site.

Activité : fabricant de vêtements de sport et de loisir.

Spécificité : la moyenne d'âge des salariés de l'entreprise est de 41 ans. Une étude interne a révélé que le personnel se déclarait très stressé.

Problématique

Pour motiver son personnel, la direction avait décidé de proposer à chaque employé des CESU à hauteur de 600 euros par an. Cependant, aucune analyse préalable n'avait été menée pour savoir si cela correspondait à un besoin des collaborateurs ni aucune action de communication menée pour présenter l'intérêt et les atouts du service. Le résultat a donc été plus que négatif et s'est traduit par un sentiment de frustration des salariés qui auraient préféré recevoir une prime, un taux très important de chèques non utilisés (environ 70 %), enfin un échec financier en raison d'un investissement non rentabilisé.

Démarche

Loin de se décourager après l'échec de la première année, le responsable des ressources humaines a proposé de maintenir le dispositif tout en le rendant facultatif. Pour cela, il a proposé aux collaborateurs intéressés de financer l'équivalent de 200 euros de CESU par an pour en obtenir 1 000. L'idée était de répondre aux attentes des 30 % de personnes intéressées la première année et d'informer davantage les 70 % restants.

Un questionnaire a par conséquent été diffusé en interne pour rappeler les avantages des services à la personne, du CESU et de la proposition de la direction. Les salariés ont eu ainsi la possibilité de s'exprimer ouvertement et

anonymement sur la démarche. Les principaux enseignements ont été les suivants :

- 80 % de questionnaires remplis ;
- adhésion de près de 90 % des répondants à la proposition de cofinancement de CESU ;
- forte demande d'informations sur les services disponibles et les modalités administratives.

Bilan

En s'appuyant sur l'expertise d'un émetteur de CESU, la société a lancé son deuxième programme, perçu quant à lui comme une véritable réponse à des besoins qui pourtant ne semblaient pas si flagrants. Le rôle de l'émetteur s'est donc avéré central dans l'ensemble du dispositif.

Faire du CESU un atout de marketing social

Fiche 3

OBJECTIFS

Il s'agit d'aider au quotidien le salarié dans son organisation personnelle ; de motiver les salariés et créer un nouveau facteur d'innovation dans l'entreprise ; enfin de donner une image valorisante de l'entreprise afin d'attirer et de conserver les profils les plus performants.

DE QUOI S'AGIT-IL ?

Le marketing social vise à reprendre et à adapter certains principes du marketing à la politique sociale de l'entreprise. L'objectif est de fidéliser les salariés, dont les exigences individuelles sont de plus en plus fortes, de les rendre « heureux », puis de le faire savoir en vue d'attirer les meilleurs candidats à l'occasion des campagnes de recrutement. Le CESU fait déjà partie intégrante de la stratégie de marketing social que peuvent engager les directions des ressources humaines dans le développement d'une politique sociale de qualité. Il n'est pas rare de trouver des exemples d'employeurs désireux avec le CESU de financer la garde d'enfant afin de contribuer à une baisse de l'absentéisme, proposer un complément de rémunération et une assistance à leurs salariés dans la démarche de choix et de souscription de services à domicile, ou encore d'améliorer les conditions de vie de leur personnel.

QUALIFICATION : LES QUESTIONS CLÉS

Nous en listons quatre :

- quelle image de l'entreprise souhaite-t-on développer en interne : celle d'une entreprise où il fait bon vivre, où l'on gagne bien sa vie, où l'on évolue rapidement, etc. ?
- comment redonner une dynamique au dialogue social dans l'entreprise ?
- quelles sont les attentes des collaborateurs par rapport à leur DRH ?
- recruter les meilleurs profils étant un enjeu stratégique, quels avantages peut-on mettre en avant dans les packages financiers des rémunérations ?

ARGUMENTS

Les rapports entre salariés et entreprises ont considérablement évolué au cours de la dernière décennie. Ainsi, les carrières professionnelles exercées dans une seule et même entreprise sont devenues des exceptions dans le monde du travail. De plus, la recherche à tout prix de la meilleure rémunération financière, des primes, des actions gratuites ou des stock-options ne constitue plus le moteur essentiel de la motivation. Nous sommes donc de plus en plus nombreux à privilégier l'intérêt du travail et à rechercher le meilleur ratio qualité de vie privée/professionnelle.

La recherche d'un meilleur équilibre de vie

Pour bien comprendre le bénéfice du CESU, il est intéressant de se plonger dans un petit rappel d'économie sociale... Ainsi, 1936 a vu la naissance des congés payés avec deux semaines accordées par les entreprises à leurs salariés. Puis en 1950, le SMIG (Salaire Minimum Interprofessionnel Garanti) a été instauré. En 1981, les congés payés ont été rallongés à cinq semaines, avant l'adoption en 1998 des 35 heures de travail hebdomadaire.

Ainsi, le temps de travail représentait 45 heures par semaine en 1975, contre 35 depuis 1998. Quant à la féminisation du travail, elle connaît un envol certain. En 1962, seules 40 % des femmes entre 25 et 49 ans occupaient un emploi contre plus de 80 % en 2000.

Emploi du temps quotidien des Français actifs : équité homme/femme ?

	Femme active	Homme actif
Ménage, cuisine, linge, courses...	3 h 06	1 h 04
Soins aux enfants et adultes	27 minutes	11 minutes
Jardinage, soins aux animaux	11 minutes	14 minutes
Bricolage	4 minutes	30 minutes
Total	3 h 48	1 h 59

Source : Francoscopie 2007/Étude INSEE 1999

Par ailleurs, le travail n'occupe plus que la troisième position des préoccupations des salariés après la vie sentimentale et les loisirs. C'est pourquoi, pour

réaliser les objectifs de votre entreprise, qui, eux, demeurent de plus en plus ambitieux et soumis à la mondialisation grandissante de la concurrence, vous devez mobiliser vos collaborateurs. Les CESU peuvent ainsi faciliter la vie quotidienne des salariés, les décharger de certaines tâches et les rendre donc plus disponibles et efficaces sur leur lieu de travail. Enfin, les CESU participent à la promotion de la parité hommes/femmes avec :

- des services à la personne pour tous les besoins ;
- l'accès à un réseau qualifié de prestataires de services ;
- une solution qui libère ses bénéficiaires d'une partie des contraintes de la vie quotidienne ;
- la possibilité de faire appel à l'intervenant de son choix.

Un management des hommes axé sur l'écoute et la proximité

Dans leurs chartes d'engagement RH, un nombre croissant de sociétés communiquent auprès de leurs futures recrues sur l'importance de l'écoute et des échanges participatifs dans leur mode de management. Ce dernier est fondé principalement sur la proximité et le dialogue social, véritables contributeurs de l'implication de chacun et de l'amélioration de l'efficacité de l'entreprise. Une nouvelle notion a vu le jour, celle de « salarié-client » ou encore désignée par le néologisme de « cliemployé ».

Mais comment fidéliser les salariés que l'on qualifierait de « hauts potentiels » ? Cela s'accompagne évidemment par la mise en œuvre d'actions de reconnaissance individuelles et collectives dans un panel allant de la rémunération aux services de proximité, en passant par la gestion de carrières et le CESU. Les professionnels des ressources humaines commencent d'ailleurs à se voir imposer des objectifs sur la recherche de solutions destinées à réduire au maximum tous les facteurs nuisibles à la productivité.

Une politique RH fidélisante

Le personnel constitue sans nul doute la ressource la plus importante de l'entreprise. Le responsable RH est confronté non seulement au respect des obligations légales, mais aussi à l'optimisation de la gestion des compétences : motivation, formation, respect des conditions de travail, etc. Afin de limiter le turnover des meilleurs collaborateurs et de faciliter le recrutement des profils les plus prometteurs, les directions de ressources humaines sont amenées à lancer et à promouvoir des opérations et des outils de séduction. Le CESU se

positionne comme un instrument de la politique sociale de l'entreprise, rapprochant monde professionnel et vie personnelle, en facilitant l'usage de services à la personne et en réduisant ainsi les contraintes du quotidien.

Le CESU vise ainsi à répondre aux attentes personnelles des collaborateurs et à contribuer au développement d'une stratégie innovante et dynamique pour attirer et fidéliser les collaborateurs et bâtir une image d'employeur attractif, diminuer le stress et l'absentéisme, enfin augmenter l'efficacité au travail.

Notez enfin que, comme les bénéficiaires de CESU ont la possibilité d'accéder à moindre coût à des services qui leur facilitent la vie quotidienne et les déchargent de certaines tâches, ils sont ainsi plus disponibles et sereins dans leur travail. Mécaniquement, l'employeur est crédité d'un capital sympathie en interne utilisable en externe lors de ses campagnes de recrutement.

À retenir

Selon une enquête de Kelly Services, réseau de travail temporaire, publiée en janvier 2007, 38 % des Français déclarent qu'ils « travailleraient plus longtemps si on leur proposait des solutions de garde d'enfants plus accessibles », avec une disparité notable entre les hommes et les femmes : 30 % pour les premiers contre 45 % pour les secondes.

CAS CONCRET D'ENTREPRISE

Dans cet exemple, nous analyserons le cas fictif d'une SSII.

Présentation

Effectifs : 800 personnes, dont une très large majorité située au siège parisien.

Spécificité : la moyenne d'âge des salariés de l'entreprise s'élève à 33 ans. Une étude interne a montré l'importance des enfants dans les préoccupations quotidiennes du personnel.

Problématique

Au total, le personnel de l'entreprise a 300 enfants de moins de 6 ans. La garde d'enfants est donc apparue comme une préoccupation cruciale pour ces parents de jeunes enfants. Afin de prendre en compte l'attente de ses salariés

dans ce domaine, l'entreprise a souhaité aider financièrement les parents dans la prise en charge d'une partie du coût de la garde de leurs enfants.

Démarche

La direction a proposé de verser une aide de 150 euros par mois et par enfant, mise en œuvre par l'intermédiaire d'un CESU d'une valeur mensuelle de 300 euros financé à 50 % par l'entreprise et à 50 % par le comité d'entreprise. Le collaborateur peut ainsi régler les dépenses de garde d'enfant, quel que soit le mode choisi (assistante maternelle, prestataire de service agréé, emploi direct d'un salarié ou crèche).

Bilan

Si les salariés ne pouvant pas accéder à ce service ont émis leur mécontentement devant l'avantage attribué à d'autres, la perception du projet a été très positive dans la société. Une centaine de collaborateurs utilisent ainsi mensuellement les titres CESU pour régler le coût de leur solution de garde d'enfants.

Intégrer le CESU dans la politique de rémunération de l'entreprise

Fiche 4

OBJECTIFS

On en recense trois : motiver ses salariés en leur offrant un complément de revenu sans alourdir les charges de la société ; faire du CESU un dispositif avantageux et valorisant dans les négociations salariales ; maîtriser les atouts fiscaux et économiques du CESU afin de préparer sereinement les budgets associés.

DE QUOI S'AGIT-IL ?

Pour atteindre ses objectifs financiers, votre entreprise se doit d'obtenir de ses collaborateurs une productivité et une qualité de travail optimales. Il est de votre devoir d'encourager l'implication de chacun et de veiller à mettre en œuvre les moyens qui vont y contribuer et surtout qui répondent aux valeurs de votre société.

Si la rémunération apparaît comme l'un des principaux facteurs de la motivation, encore faut-il trouver la meilleure adéquation entre le mode de rémunération, le montant et les besoins des collaborateurs. À ce titre, le CESU s'intègre naturellement dans la palette des outils de négociation à destination des directions des ressources humaines et des managers.

QUALIFICATION : LES QUESTIONS CLÉS

Elles sont quatre :

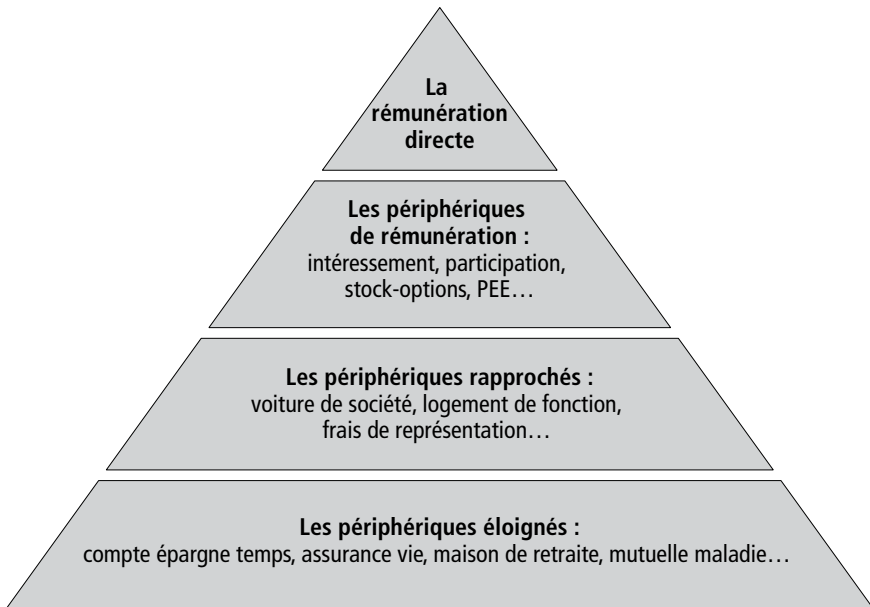
- comment puis-je budgéter un projet de CESU ?
- l'investissement généré sera-t-il amorti rapidement ?
- mes salariés seront-ils demandeurs de services de soutien personnel ?
- quels sont les avantages et les résultats escomptés pour l'entreprise et pour mes collaborateurs ?

ARGUMENTS

La place du CESU dans les différentes natures de rémunérations

La performance d'un système de rémunération se mesure par le taux de rétention des meilleurs éléments, la durée de présence moyenne dans l'entreprise et l'attraction sur le marché de l'emploi de nouveaux talents prêts à rejoindre les effectifs. La diversité et la complexité des packages et des natures de rémunérations proposées à ce jour dans les entreprises françaises sont schématisées dans la pyramide ci-après.

La pyramide des rémunérations



Source : d'après Gérard Donnadieu, Du salaire à la rétribution, *Liaisons*, 1997.

Les entreprises ont tendance à privilégier un ou plusieurs éléments de cette pyramide des rémunérations selon leurs objectifs et parfois selon les attentes de leurs collaborateurs.

Il s'agit de :

- une rémunération directe attractive avec le salaire, les bonus ou commissions, les primes fixes ou variables ;
- des périphériques de rémunération fidélisants ;
- des périphériques sélectifs et valorisants ;
- des périphériques éloignés en perception spontanée mais très appréciables.

Tous ces éléments peuvent donc entrer dans la composition d'une rémunération selon la politique RH développée dans l'entreprise : monétaire fixe ou variable (salaire, prime, etc.) ou non monétaire (voiture de fonction, logement de fonction, etc.) ; immédiat (perçu sans délai) ou différé (sommes issues de la participation et de l'intéressement conservées dans un plan d'épargne entreprise, stock-options, etc.).

L'organisation de la politique salariale implique pour le DRH d'analyser en permanence des facteurs économiques et sociaux afin de garantir à l'entreprise une performance économique durable et récurrente. Ces indicateurs sont les suivants :

- le positionnement des salaires par rapport au marché de l'emploi ;
- la motivation individuelle ;
- la motivation collective ;
- le sentiment d'appartenance à l'entreprise ;
- l'implication des collaborateurs dans la performance de l'entreprise ;
- le pilotage de la globalité des coûts liés à la masse salariale.

Le CESU s'intègre parfaitement aux périphériques de rémunération immédiats, dont la vocation première est de contribuer au sentiment d'appartenance à l'entreprise et à la fidélisation du personnel.

À retenir

Le CESU est un titre spécial de paiement que l'entreprise peut proposer à son personnel. Il ne s'agit en aucun cas d'un remplacement de salaire !

Un levier de négociation

Pour les employeurs du secteur privé, le CESU constitue un élément de la politique sociale et de ressources humaines en faveur de leurs salariés. L'entreprise bénéficie de conditions attractives d'abondement au CESU sous forme d'avantages fiscaux et sociaux. Ainsi, la part du chèque financée par l'entreprise

n'est pas soumise aux cotisations sociales, dans la limite d'un plafond annuel de 1 830 euros par salarié. De plus, les entreprises disposent d'un crédit d'impôt de 25 % des aides versées, plafonné à 500 000 euros par an. Enfin, les aides versées représentent des charges déductibles de l'impôt sur les sociétés. Signalons également que l'employeur est libre de fixer le montant et les modalités d'attribution des CESU aux salariés, après discussion avec le comité d'entreprise en cas de gestion conjointe. Illustrons maintenant ces avantages par un cas pratique.

En pratique

Imaginons que vous souhaitiez offrir 100 euros à vos salariés dans le cadre de votre politique RH. Voici la simulation de coût réel net pour votre entreprise.

Simulation du bénéfice fiscal pour le financeur

	Impôt (hypothèse)	Abondement en CESU	Équivalent en augmentation de salaire
Contribution de l'entreprise		100 €	100 €
Charges patronales (sans l'impact CSG CRDS)	55 %	0 €	55 €
Charge déductible de l'impôt sur les sociétés	33 %	- 33 €	- 51 €
Crédit d'impôt	25 %	- 25 €	0 €
Coût final pour l'entreprise		42 €	104 €
Somme reçue par le salarié		100 €	70 €*

*déduction faite des charges et impôts

Ainsi, une augmentation traditionnelle vous reviendrait environ à 104 euros, là où le CESU vous coûte seulement 42 euros. Votre entreprise bénéficie en effet d'une charge déductible de l'impôt sur les sociétés, ainsi que du crédit d'impôt de 25 % des sommes versées, soit 25 euros.

En revanche, votre salarié bénéficiera bien de 100 euros de pouvoir d'achat supplémentaire grâce au taux de 0 % de charges sociales et fiscales sur les sommes reçues en CESU (jusqu'à un plafond de 1 830 euros par an).

Une estimation budgétaire sans surprise

La difficulté dans la mise en œuvre du CESU consiste à estimer précisément le taux de souscription au dispositif, principalement au cas où vous ne financez pas la valeur totale des titres. Pour vous y aider, il est indispensable de vous reporter à la fiche projet suivante « Vérifier l'adhésion des salariés à votre projet » (voir p. 63).

Sans plus d'éléments, vous pouvez considérer qu'une souscription initiale au CESU représentera en moyenne un tiers (33 %) du nombre de bénéficiaires théoriques. Cela vous donne ainsi une estimation pour réaliser vos calculs, à affiner en fonction du montant de votre participation.

En pratique

Prenons l'exemple d'une entreprise de cent personnes dont la participation au CESU serait de 100 euros par salarié et par mois.

	Nombre de salariés		
Nombre de bénéficiaires potentiel	100	× 33	soit 33 bénéficiaires estimés

Chaque bénéficiaire recevra chaque mois un carnet de cinq CESU d'une valeur faciale de 20 euros. Le tarif de l'émetteur de CESU est estimé dans ce cas à 6 % de la valeur émise des titres CESU – on parle souvent de frais de prestation, auxquels peuvent s'ajouter des frais de livraison ou de gestion additionnels compte tenu des options choisies par le client.

	Nombre de bénéficiaires		
Volume annuel émis en CESU dans l'entreprise	33	× 20 × 5 × 12	39 600 €
Frais de prestation	6 %		soit 2 376 €
Participation de l'entreprise	100 %		soit 39 600 €
Total du budget annuel de CESU	41 976 €		

Une stratégie d'innovation

Pour une entreprise, innover constitue une nécessité ! Qu'il s'agisse de fidéliser ses clients, d'en conquérir de nouveaux, de se démarquer de ses concurrents ou de répondre aux attentes de son personnel, il est vital de se remettre en question et de lancer des nouveautés. En matière d'innovation en ressources humaines, principalement autour de la rémunération, vous devez d'être visionnaire, astucieux et extrêmement convaincant dans votre communication pour obtenir une adhésion maximale.

L'intégration du CESU dans votre politique de ressources humaines représente un projet ambitieux qui va, certes, générer de l'enthousiasme auprès d'une partie de vos collaborateurs, mais également de nombreuses interrogations et de nombreux doutes sur le bien-fondé de votre démarche. Vous entendrez peut-être certains dire « *Ça ne sert à rien !* » ou « *C'est encore une mesure de la direction pour s'engraisser sur le dos des salariés* », voire « *Je n'ai besoin de rien et ne me sens pas concerné par les services à la personne* ».

Votre objectif consistera donc à vous entourer de toutes les compétences internes et externes, accompagné de l'émetteur que vous allez retenir, pour atteindre les objectifs fixés d'adhésion dans l'entreprise et communiquer efficacement.

CAS CONCRET D'ENTREPRISE

Dans cet exemple, nous analyserons le cas fictif d'une société de location de matériel professionnel.

Présentation

Effectifs : 125 personnes, dont cinquante au siège en Loire-Atlantique et soixante-quinze réparties dans quinze agences.

Spécificité : la direction des ressources humaines a constaté une augmentation du taux d'absentéisme dans l'entreprise, notamment chez les femmes, qui représentent plus de 70 % du personnel.

Problématique

Dans le cadre de la négociation annuelle des salaires 2007, la direction souhaitait insister sur l'importance d'optimiser l'équilibre entre vie personnelle et vie professionnelle en intégrant un accélérateur de rémunération avec le CESU. En accord avec les partenaires sociaux, il a été convenu de proposer un dispositif

visant à tenir compte de tous les profils de collaborateurs. Ainsi, une enveloppe générale d'augmentation fondée sur la masse salariale globale a été entérinée et allouée par le management selon les règles classiques d'attribution définies par l'entreprise. En outre, le CESU a été mis en place en substitut de l'augmentation de salaires, sur la base du volontariat.

Démarche

Le personnel pouvait donc demander que tout ou partie (un tiers, les deux tiers ou la totalité) de l'augmentation annuelle de salaire soit attribuée sous forme de CESU avec les avantages financiers connus que sont le crédit d'impôt et l'absence de charges salariales. En outre, l'entreprise bénéficiant de l'exonération des charges majorait l'augmentation en reversant en CESU 100 % de l'économie réalisée.

Ainsi, sur la base d'une augmentation de salaire de 100 euros par mois, les charges pour l'entreprise sont estimées à 60 %, soit 60 euros (60 % de 100 euros). Pour un même montant, le CESU ne génère donc aucune charge.

Quant au salarié, il réalise le gain suivant : 60 euros reversés par l'entreprise, correspondant à 100 % de l'économie de charges, d'où une augmentation en CESU de 100 + 60 euros, soit 160 euros, c'est-à-dire 60 % de plus que l'augmentation de salaire !

Bilan

Ce projet, indolore pour les collaborateurs qui ne se sentent pas concernés par le besoin de recourir à des services à la personne, et financièrement très intéressant pour les autres et surtout ceux qui hésitaient à franchir le pas, a été perçu par tous comme une véritable révolution tranquille et un indicateur de la forte implication sociale de l'entreprise. De plus, ce sont surtout les femmes qui ont souscrit au CESU, avec soixante-cinq utilisatrices sur un potentiel d'environ cent. Enfin, d'après le sondage mené auprès des utilisateurs, les CESU servent surtout à financer des services de garde d'enfants, mais aussi de ménage à domicile.

Vérifier l'adhésion des salariés à votre projet

Fiche 5

OBJECTIFS

On en recense trois : bien étudier l'adéquation du CESU aux attentes des employés et sa pérennité dans le temps ; contrôler l'absence de décalage entre la phase théorique et la phase pratique du dispositif ; enfin éviter les expérimentations hasardeuses aux conséquences préjudiciables pour votre politique RH.

DE QUOI S'AGIT-IL ?

Une entreprise qui envisage d'offrir des CESU à ses salariés doit se poser la question du sens de cette démarche. Il ne peut y avoir de lancement d'une solution de CESU sans une identification systématique des attentes des « salariés-clients ».

L'adhésion à votre projet doit se manifester à deux niveaux. Tout d'abord, en amont, même si vous êtes convaincu à titre personnel et professionnel des bénéfices du CESU, il est indispensable de mesurer la pertinence et la réalisation du projet d'un point de vue pratique et financier. Ensuite, en aval, vous devez vous assurer que les outils mis à la disposition des bénéficiaires faciliteront le déploiement du projet et garantiront la volonté de ces derniers d'en commander de nouveaux ultérieurement.

Le positionnement du service que vous adopterez conditionnera donc l'utilisation future du CESU par votre personnel.

QUALIFICATION : LES QUESTIONS CLÉS

Nous en proposons cinq :

- vos collaborateurs considèrent-ils que leur travail rend difficile l'organisation de leur vie familiale ?
- serait-ce un « plus » d'apporter des solutions pour la garde et le soutien scolaire des enfants de vos salariés ?

- vos collaboratrices mères de famille ont-elles le sentiment que le fait d'avoir des enfants constitue un frein important à leur évolution au sein de l'entreprise ?
- quels sont les services à inclure dans le projet de CESU de l'entreprise ?
- quels outils opérationnels doit-on mettre en œuvre pour faciliter les commandes des bénéficiaires de CESU ?

ARGUMENTS

Identifier les attentes et les futurs besoins d'information

L'un des facteurs clés du succès de la mise en œuvre du CESU réside incontestablement dans l'adhésion de vos salariés au moment de son lancement. Une fois votre décision d'envisager le déploiement d'un tel dispositif prise et afin d'élaborer une campagne de communication percutante, vous devez vous interroger sur les souhaits de vos collaborateurs. Pour cela, il faut estimer avec eux la pertinence des services à la personne et d'un titre spécial de paiement qui y serait lié. N'hésitez pas à organiser un sondage en interne. Pour cela, vous disposez du courriel ou du courrier interne, personnalisé dans les deux cas, auquel vous pouvez joindre de la documentation avec un coupon-réponse visant à la fois à les informer sur les atouts du CESU et à mesurer leur intérêt personnel.

Le questionnaire transmis devra être illustré d'exemples chiffrés pour mettre en perspective l'effort financier de l'entreprise et les services auxquels le collaborateur peut souscrire : heures de ménage, garde d'enfants...

Voici une liste non exhaustive de questions de qualification afin de connaître le ressenti des utilisateurs potentiels :

- avez-vous recours à des prestataires de services à la personne ? Si oui, lesquels ? Si non, pourquoi ?
- envisagez-vous de le faire ?
- pensez-vous que le CESU soit adapté à votre cas, à celui de l'ensemble des salariés de l'entreprise, à certaines populations (explicitiez) ?
- sur la base du montant des exemples donnés et les modalités imaginées, comment réagissez-vous ?
- souhaitez-vous bénéficier de CESU si l'entreprise le met en œuvre dans les conditions présentées ?

Ces questions vont permettre à l'employeur d'estimer le nombre de bénéficiaires potentiels, leur localisation géographique ainsi que leurs principaux besoins. À partir de ces éléments, il conviendra de valider la qualité des prestations de services à la personne disponibles sur le marché afin de satisfaire au mieux les salariés. Ces informations sur les prestataires peuvent être transmises par les émetteurs de CESU ou accessibles sur le site Internet de l'ANSP (voir p. 127).

Une partie informative complétera le questionnaire afin de faire découvrir le projet :

- qu'est-ce que le CESU ?
- quels sont les services ouverts à ce titre ?
- quels sont les avantages pour les utilisateurs ?
- comment trouver les prestataires de services qui vous intéressent ?

Ce type de sondage vous aidera à mesurer l'intérêt de vos collaborateurs en fonction à la fois de leurs réponses et de leur réactivité à vous répondre. Vous allez aussi pouvoir affiner votre budget sur la base d'un taux de souscription plus précis et surtout préparer en détail les prochaines étapes de votre plan de communication.

Budgéter le projet

L'aspect financier constitue évidemment un point majeur de votre cycle de décision. Ce point est abordé dans la fiche projet « Intégrer le CESU dans la politique de rémunération de l'entreprise » (voir p. 55).

Tester le dispositif

Les grandes entreprises sont souvent tentées par la réalisation d'une phase de test du CESU auprès d'une population ciblée, ou d'une filiale ou d'un site, avant de le généraliser. Ce test grandeur nature mesure l'adéquation entre les besoins identifiés et la réalité du terrain au niveau des taux de souscription. La communication interne de ce test constitue également une excellente répétition générale tant au niveau des supports que des messages. Néanmoins, au moment de définir cette phase de test, il conviendra de bien planifier la période concernée et de prévoir tous les indicateurs de suivi avec des jalons précis. L'objectif final doit rester la généralisation progressive du CESU dans la société.

Faciliter la gestion au quotidien

L'aspect pratique du CESU dans son utilisation quotidienne doit constituer « le » point de vigilance dans votre choix et dans votre pilotage opérationnel du dispositif. En effet, votre objectif sera de généraliser le CESU à un maximum d'employés tout en les invitant à l'utiliser dans la durée.

Exemple d'espace utilisateurs Web

Sodexo
Chèque et Carte de Service

Contact | Mentions légales | Se déconnecter

40100199 - monmail@sodexo-ccs.com

Accueil
Gérer mes CESU
Mon compte
Retour au site Internet
Se déconnecter

Des conseils sur l'utilisation de vos CESU Sodexo ?

Vous pouvez joindre les conseillers de notre centre d'appels. Ils répondront à vos questions et vous orienteront vers les prestataires ou partenaires adéquats.

N° Indigo 0 825 801 806

Payer mes intervenants

Si vous résumez votre intervenant en **emploi direct**, remplissez les wlebs sociaux qui vous ont été communiqué par le Centre National du Chèque Emploi Service Universel.

N° Indigo 0 820 00 23 78

Flash Info

Connaissez-vous les avantages pour votre entreprise du CESU Sodexo ?

- Les + du CESU Sodexo ?
- La possibilité de payer une association, une entreprise ou une personne en emploi direct, prestataire de services à domicile.
- La possibilité de payer une crèche, assistante maternelle, nourrice à domicile, garderie périscolaire, ...
- Le cumul possible avec l'AGED et la PAIE
- 50 % de réduction d'impôts sur votre participation au CESU Sodexo.

Vous cherchez un nouveau prestataire ?

Connaissez-vous les avantages pour votre entreprise du CESU Sodexo ?

Grâce à notre moteur de recherche, vous pouvez trouver les prestataires de services les plus adaptés à vos besoins. Vous aurez accès à des informations détaillées sur chacun de ces prestataires :

[Rechercher un intervenant](#)

services à la personne | CHÈQUE EMPLOI SERVICE | Agence nationale | UNIVERSEL

Pour cela, vos utilisateurs devront disposer d'outils simplifiant leur gestion individuelle des titres et des services associés auxquels ils souhaitent

souscrire : de la commande jusqu'au paiement. Veillez au préalable à valider les aspects suivants avec votre émetteur de CESU :

- la facilité de recherche d'un prestataire, d'une structure ou d'un intervenant agréé, soit par téléphone, soit sur un site Web dédié et personnalisé ;
- la possibilité d'assistance immédiate lors de l'affiliation d'une personne en emploi direct, ou bien encore dans les démarches administratives ou dans l'information juridique et fiscale liée au CESU ;
- la simplicité de gestion des comptes utilisateurs CESU pour les paiements de leurs intervenants, la modification de leurs coordonnées ou l'historique de leur compte.

CAS CONCRET D'ENTREPRISE

Dans cet exemple, nous analyserons le cas fictif d'un sous-traitant automobile.

Présentation

Effectifs : 440 salariés regroupés sur trois sites (le siège en région lyonnaise et deux unités de production dans le Nord).

Activité : équipement automobile.

Spécificité : malgré la morosité du secteur, la société a dégagé de très bons résultats financiers sur les trois derniers exercices budgétaires.

Problématique

Forte de résultats financiers très satisfaisants et désireuse de renforcer son image auprès de l'ensemble de ses collaborateurs – et accessoirement de limiter un taux d'absentéisme en hausse –, la direction des ressources humaines a étudié la meilleure solution, alliant des valeurs humaines de proximité entre les collaborateurs et leur direction, des avantages financiers valorisables par le personnel, enfin des critères économiques mesurables pour l'entreprise.

Démarche

L'entreprise distribuant déjà des titres-restaurant depuis plus de cinq ans, le responsable RH avait été sensibilisé par son émetteur de titres aux atouts du CESU en termes de fidélisation. Il a ainsi profité de la soirée annuelle de l'entreprise organisée en juin pour présenter son nouveau programme

« Simplifions-nous le quotidien ». Il s'agissait de proposer à chaque collaborateur 500 euros en CESU jusqu'à la fin de l'année avec une participation de l'entreprise de 400 euros. L'exemple choisi pour illustrer le CESU était la garde d'enfants à moindre coût grâce à ce moyen et le recours à des sociétés spécialisées. À cette annonce étaient associés un dossier de présentation du CESU, une campagne d'affichage dans l'entreprise et surtout un espace dédié sur l'intranet de la société avec une foire aux questions/réponses à destination du personnel.

Bilan

Avec un objectif de 60 % de souscription au dispositif et un investissement réduit grâce aux avantages fiscaux, l'opération a fait office de test grandeur nature afin de décider de généraliser ou non le CESU en tant qu'avantage financier de la politique de l'entreprise.

Quelques mois après l'annonce officielle, cinquante salariés parmi les soixante concernés par la garde d'enfants ont commandé des CESU et les emploient depuis lors. De plus, l'enquête de satisfaction menée en interne sur le produit et son utilisation a indiqué que l'accompagnement initié pour aider les bénéficiaires de CESU à trouver les sociétés et les personnes spécialisées avait été déterminant dans leur choix.

OBJECTIFS

Ils sont au nombre de trois : mobiliser en interne et rendre le projet d'entreprise visible par tous ; concevoir une communication qui « ressemble » à votre entreprise et à vos valeurs ; informer individuellement les salariés sur ce nouveau dispositif.

DE QUOI S'AGIT-IL ?

La réussite d'un projet de CESU dépend en grande partie de la qualité de l'information apportée aux bénéficiaires potentiels. La stratégie de communication interne que vous allez définir n'a qu'un seul objectif : donner la bonne information au bon moment pour permettre de prendre la bonne décision.

Pour cela, vous devez étudier le meilleur moyen de sensibiliser vos collaborateurs, travailler étroitement avec votre direction de la communication et associer les managers opérationnels à vos décisions et à vos actions. Vous devez avoir pour but d'établir un planning prévisionnel de communication afin de faire vivre votre opération dans la durée. Les techniques de communication que vous allez retenir doivent soutenir le réel engagement des RH dans le développement d'une politique sociale de qualité.

QUALIFICATION : LES QUESTIONS CLÉS

On en recense cinq :

- quels sont les enjeux d'une campagne de communication pour l'entreprise et pour les salariés ?
- quelles sont les étapes clés d'une bonne communication interne ?
- quelles sont les cibles prioritaires à atteindre dans le cadre du plan de communication et quels sont les messages à mettre en avant ?
- comment associer l'expertise RH de l'entreprise à celle de l'émetteur de CESU pour maximiser les chances de réussite ?
- quels sont les types de support de communication indispensables : brochures, intranet, affiches, réunion d'information, journal d'entreprise, etc. ?

ARGUMENTS

Lancer une campagne de communication interne efficace

L'objectif de la campagne de communication menée par l'entreprise est simple : convaincre le plus grand nombre de l'intérêt financier du CESU et surtout de ses atouts pour améliorer le bien-être extraprofessionnel des employés. Ces éléments peuvent être élaborés conjointement entre le service ressources humaines et le service communication, voire en partenariat avec l'opérateur de CESU.

Il convient, en termes de stratégie de communication, de privilégier une visibilité maximale et de tenir compte de sa culture d'entreprise. Dans certaines entreprises, le support papier sera incontournable. Dans d'autres, le poids des supports en ligne sera considérable.

Dans tous les cas, avant de communiquer, assurez-vous que vous disposez de suffisamment de relais en interne formés sur votre projet pour accompagner les salariés et être les moteurs de la réussite de votre communication.

À retenir

Le bouche-à-oreille reste un excellent support informel de diffusion de l'information !

Diffuser de l'information individualisée

Pensez à diffuser à vos salariés un courrier de présentation du dispositif accompagné d'un kit comprenant des notices d'information et d'utilisation didactiques ou des brochures et des liens vers des espaces complémentaires d'information sur l'intranet par exemple ou sur le site Internet de votre émetteur de titres.

Par ailleurs, évitez les messages ternes et sans relief. Privilégiez plutôt un ton enthousiaste et dynamique autour d'exemples concrets qui sauront retenir l'attention des utilisateurs potentiels. Il s'agit d'informer avec précision et de laisser un document de référence qui perdurera durant tout le déroulement du dispositif.

À retenir

La réception des premiers carnets de CESU par les salariés constitue un moment clé de communication.

Informier et expliquer en privilégiant l'affichage

Pour communiquer dans vos locaux, disposez des affiches dans les lieux d'échanges et de pause comme les espaces détente, les lieux de passage tels que les halls d'ascenseur ou les ascenseurs eux-mêmes, et bien entendu sur les panneaux conçus à cet effet. Les affiches devront présenter les principaux avantages et les modes de fonctionnement du CESU. Les messages doivent donc être clairs et concis et aller à l'essentiel pour prévenir, sensibiliser et informer les salariés.

Exemple d'affiche personnalisable

C E S U S O D E X H O

DECouvrez LE CESU SODEXHO

Pour répondre à vos attentes en matière de SERVICES A LA PERSONNE ...

- Payez une association, une entreprise ou une personne en emploi direct, prestataire de services à domicile.
- Payez une crèche, une assistante maternelle, nourrice à domicile, ou la garderie péri-scolaire
- Cumulez vos CESU Sodexho avec l'AGED, la PAJE et l'AFEAMA
- Profitez de 50 % de réduction d'impôts sur votre participation au CESU Sodexho

Services à la personne Agence nationale

Sodexho

Services à la personne Agence nationale

À retenir

D'autres outils de communication interne, issus des techniques de mass market, peuvent vous aider à véhiculer les atouts de votre projet. Ces instruments d'aide à la décision et à l'information peuvent s'avérer onéreux et complexes à concevoir. Renseignez-vous auprès des émetteurs de titres de CESU sur leurs prestations d'information des bénéficiaires et les exemples de communication susceptibles de vous être proposés.

Développer sa communication de proximité

Organiser des réunions d'information

Nous considérons qu'il est souvent nécessaire d'accompagner sa communication en concevant et en animant des sessions d'information consacrées à l'utilisation du CESU et aux services à la personne. Dans les grandes entreprises où le nombre d'innovations RH est plus important, l'impact sera plus visible et ces sessions contribueront à renforcer la cohésion des équipes.

Par ailleurs, la présence d'experts sur le sujet dans l'entreprise, souvent accompagnés par l'émetteur de titres retenu, permettra aux salariés de chaque site d'avoir des réponses à toutes leurs interrogations lors de moments réservés et privilégiés permettant d'expliquer les avantages du CESU, répondre aux interrogations des utilisateurs du CESU bancaire, mais également dialoguer avec les personnes ayant déjà recours à un emploi direct. En outre, cela permet d'être sensibilisé aux modalités de gestion du CESU (formalités et espace utilisateur) ainsi qu'aux services disponibles auprès du réseau de prestataires.

Enfin, ces réunions peuvent se dérouler en deux parties : une réunion plénière rassemblant dans un même lieu toutes les personnes concernées, puis des entretiens individuels dédiés aux problématiques plus personnelles de chacun.

Utiliser tous les atouts de la « communication en ligne »

L'information ne s'impose pas. Vous devez donc favoriser les conditions de partage et de dialogue interactif avec vos collaborateurs et leur laisser une grande latitude pour réagir et vous poser des questions. Le meilleur moyen consiste à profiter de l'intranet de votre entreprise, véritable moteur de la communication interne du XXI^e siècle. Ce média vous aidera à informer en interne sur votre projet de CESU.

Pour optimiser votre intranet, proposez une partie dédiée au CESU dès la page d'accueil (la « home page ») et relayez les messages dans votre espace ressources humaines. Créez ainsi votre e-communication, enrichie par un forum de discussion et une « foire aux questions ». Un lien vers le site Internet de votre

prestataire de titres pourra compléter votre intranet. Prévoyez enfin la création ainsi que la diffusion d'une lettre d'information électronique en interne sur l'actualité et les nouveautés du CESU et des services qui y sont attachés.

Exemple d'espace dédié au CESU



Votre entreprise met en place le CESU Sodexo

Les services auxquels donne droit le CESU Sodexo

MAISON	ENFANCE	PERSONNES AGÉES, HANDICAPÉES, MALADES
Ménage	Sortie d'école	Aide aux gestes quotidiens**
Repassage	Baby-sitting	Garde de jour**
Lavage de vitres	Aide aux devoirs	Garde de nuit**
Collecte et livraison de linge repassé	Garde régulière	Soins esthétiques**
Autres travaux ménagers	Garde occasionnelle	Retour d'hospitalisation**
Petits travaux de jardinage	Sortie de maternité	Assistance au handicap**
Petits travaux de bricolage	Assistance maternelle	Préparation des repas à domicile*
Dépannage informatique et Internet à domicile	Crèches	Livraison des courses*
Formation à l'informatique	Halles-garderies	Livraison des repas*
Assistance administrative	Garderies périscolaires	Accompagnement à l'extérieur du domicile*
Gardiennage et surveillance temporaire	Jardin d'enfants	Conduite de véhicule personnel*
	Soutien scolaire	Transport de personnes*
	Cours particuliers	Soins et promenade d'animaux domestiques

* : A la condition que cette prestation soit comprise dans une offre de services incluant un ensemble d'activités effectuées à domicile.

** : A l'exception d'actes de soins relevant d'actes médicaux.

Quel type d'intervenant choisir ?

- **Le prestataire** est l'entreprise ou l'association de services à domicile qui emploie la personne réalisant la prestation. A sa charge de déclarer et payer les charges patronales de l'intervenant.
- **Le mandataire** est un intermédiaire entre vous et votre intervenant. Son rôle est uniquement de faciliter la recherche d'intervenant. Vous êtes donc l'employeur et devez déclarer et payer les charges patronales à l'URSSAF. Le mandataire peut parfois vous aider à établir la déclaration.
- **L'intervenant direct** est employé par vous. Il doit s'affilier au CR CESU (organisme d'agrément et de remboursement des CESU) pour son remboursement des titres. Vous devez aussi obligatoirement le déclarer auprès de l'URSSAF, afin de régler par trimestre les charges patronales*.

* Si vous rémunérez directement votre intervenant, vous avez le statut de particulier employeur. A ce titre, vous devez respecter des obligations sociales :

- Effectuer la déclaration des salaires et le paiement des cotisations correspondantes auprès de l'URSSAF : Vous trouverez les informations nécessaires et les formulaires de déclaration sur le [site de l'URSSAF](#)
- Affilier votre intervenant auprès du Centre de Remboursement des CESU en complétant le [formulaire d'affiliation](#) et en le renvoyant au CR CESU. Votre intervenant disposera de son numéro d'affiliation sous 15 jours environ, il devra le conserver précieusement.

Contact

Rechercher un intervenant



GO >>

Liens utiles



Pour tous renseignements

N° Indigo 0825 801 806

CAS CONCRET D'ENTREPRISE

Dans cet exemple, nous analyserons le cas fictif d'une société de télécommunications.

Présentation

Effectifs : six cents salariés répartis dans dix sites, dont trois cents au siège parisien et neuf agences régionales.

Spécificité : une forte proportion de cadres (75 %) et d'hommes (70 %).

Problématique

La direction du personnel a tout d'abord vu dans le CESU la possibilité d'enrichir l'offre de rémunération globale par la promotion d'avantages sociaux modernes et adaptés aux nouveaux besoins exprimés par les salariés. De plus, cet outil permet de maintenir un équilibre entre vie professionnelle et vie personnelle, mais également de développer la mixité au sein de l'entreprise. Enfin, ce nouveau dispositif est entièrement financé et géré par l'entreprise et peut concerner toutes les formes de services à la personne.

Démarche

Tout autant que le tarif, le principal critère de choix a été la capacité de l'opérateur de CESU à adapter son offre à l'entreprise et à accompagner cette dernière dans l'information des collaborateurs des différents sites (le siège et les neuf agences régionales) sur le dispositif et la campagne de communication interne. Pour cela, des affiches estampillées du logo de l'entreprise, en plus de celui de l'émetteur de titres, ont été créées puis produites. En outre, des outils d'aide à la décision, dont notamment une newsletter envoyée par e-mail et un guide adressé aux salariés avec un message rédigé par l'entreprise, ont été conçus. Pour sa part, la direction des ressources humaines a élaboré un plan de communication organisé en trois étapes majeures.

En février, avant le lancement du CESU dans l'entreprise, la DRH a communiqué auprès des salariés en apposant des affiches dans les locaux de tous les sites, en envoyant un e-mail d'information à l'attention de tous les salariés avec une présentation du dispositif, un planning prévisionnel et un sondage sur l'intérêt de chacun à y souscrire, enfin en mettant en ligne un espace CESU sur l'intranet de l'entreprise.

Puis en mars-avril a eu lieu le lancement officiel des commandes de CESU, marqué par la création et la diffusion d'un pack de bienvenue pour chaque bénéficiaire ainsi que l'organisation de réunions d'information animées par des représentants de la DRH, accompagnés par des représentants de l'émetteur retenu.

Enfin, un fil conducteur a permis d'animer la démarche et d'accompagner les bénéficiaires sur l'intranet. Ainsi, ces derniers ont pu poser des questions en utilisant une adresse mail spécifique ou en composant un numéro de téléphone dédié au CESU.

Bilan

Le taux de souscription au CESU a été exceptionnel : près de 85 % ! La participation totale de l'entreprise, la liberté offerte aux salariés quant à l'utilisation de leurs CESU et l'implication de l'équipe des ressources humaines en matière de communication interne ont représenté les trois facteurs clés de réussite du projet. De très nombreuses questions ont été remontées par e-mail, entraînant la création d'une newsletter interne dédiée au CESU pour centraliser les questions des uns, les « bons tuyaux » des autres sur les entreprises de services à la personne à contacter, les services à utiliser, etc.

Présenter simplement et efficacement le CESU

Fiche 7

OBJECTIFS

Trois objectifs se détachent :

- décrire le CESU en mettant en avant les avantages pour les utilisateurs ;
- donner envie à vos salariés de souscrire au CESU ;
- les accompagner dans leur connaissance des réseaux de prestataires pouvant offrir les services couverts par ce dispositif.

DE QUOI S'AGIT-IL ?

Notre environnement se caractérise par davantage de complexité et une accélération du rythme de vie et de travail depuis une vingtaine d'années. La pénibilité physique du travail est remplacée progressivement par le développement du stress chez les salariés. Si le plan de communication interne vise à donner envie à ces derniers d'adhérer au dispositif et de répondre à leurs besoins personnels, les principaux messages sur le CESU ne doivent pas être oubliés afin d'apporter une réponse à la recherche d'équilibre entre vie personnelle et vie professionnelle... Autrement dit, nous vous proposons ici de déterminer comment associer le fond à la forme !

QUALIFICATION : LES QUESTIONS CLÉS

Elles sont au nombre de trois :

- quels sont les bénéfices concrets du CESU sur lesquels il est pertinent de communiquer en priorité ?
- quels sont les conseils à donner sur le choix du prestataire, l'accompagnement au quotidien du salarié, etc. ?
- comment rester réaliste dans ses messages et ne pas promettre des résultats utopiques ?

ARGUMENTS

Bien que le CESU constitue un instrument de paiement socialement et fiscalement attractif, il convient de rester pragmatique quant aux engagements que vous prendrez auprès de vos collaborateurs.

Rappeler les avantages sociaux et fiscaux du CESU

Sur le modèle du titre-restaurant, les CESU apportent un véritable supplément de pouvoir d'achat qu'il faut réellement valoriser. Dans votre communication, il est ainsi indispensable de toujours veiller à rappeler en quelques mots les avantages majeurs du CESU.

Améliorer le bien-être

Les salariés accèdent en toute flexibilité à de nombreux services à la personne au choix, tels que la garde d'enfants, l'entretien de la maison, le soutien scolaire, le dépannage informatique, etc., en bénéficiant de la possibilité de faire appel à l'intervenant de leur choix.

En outre, le CESU simplifie considérablement les démarches de déclaration des salariés.

Bénéficier d'importantes réductions d'impôts

La participation des salariés entre dans l'assiette de la réduction d'impôts relative aux emplois familiaux. Cela représente une réduction d'impôts égale à 50 % des sommes dépensées, dans la limite de 12 000 euros par an et par foyer fiscal (+ 1 500 euros par enfant à charge, dans la limite de 15 000 euros de dépenses).

Augmenter son pouvoir d'achat

La participation de l'entreprise permet aux salariés d'obtenir des CESU à moindre coût. En outre, le financement de l'entreprise est exonéré de cotisations sociales salariales et de CSG et CRDS. Il n'est pas non plus soumis à l'impôt sur le revenu, dans la limite de 1 830 euros par an et par salarié.

En pratique

Un couple emploie une société spécialisée pour son ménage et son repassage à raison de quatre heures par semaine, sur la base de 15 euros de l'heure. Dans ce cadre, il lui a versé 2 700 euros en 2006 et a pu déduire 1 350 euros de son impôt sur le revenu, soit un coût annuel ramené à 1 350 euros.

En 2007, grâce au CESU cofinancé par l'entreprise de l'épouse à hauteur de 600 euros et sur la base du même budget qu'en 2006, le couple n'aura réellement dépensé que 2 100 euros (soit 2 700 – 600 euros). Après la réduction d'impôt, le coût annuel se sera donc chiffré à 1 050 euros. Au final, une heure de ménage payée 15 euros leur aura réellement coûté 5,83 euros !

Détailler les cas pratiques d'utilisation du CESU

Que faire lors de la réception de ses premiers CESU par rapport à sa crèche ou pour régler le salaire de son employé à domicile ? Vous devez préparer des réponses simples aux questions que vont se poser vos salariés et leur fournir une notice pratique décrivant les étapes à suivre pour utiliser le CESU au quotidien. Pour vous aider, reportez-vous à la fiche pratique « Répondre aux principales questions sur le CESU préfinancé » (voir p. 107).

Conseiller le bon prestataire de services à la personne

Associer le CESU et les services à la personne vous semble sans doute désormais une évidence. Toutefois, vous vous demandez encore si vos salariés sauront trouver le bon prestataire pour répondre à leurs besoins. Pour lever ces doutes et orienter au mieux les bénéficiaires de CESU, validez avec votre fournisseur de titres CESU la disponibilité des informations relatives aux prestataires éventuels, la qualification pour réaliser les prestations effectivement proposées, les lieux d'intervention, les prix pratiqués, leur fiabilité, etc. Demandez-lui également s'il dispose d'avantages privilégiés ou exclusifs. Par exemple, Sodexho Chèques et Cartes de Services a développé un outil informatique en ligne permettant aux utilisateurs de ses CESU de rechercher les prestataires de services les plus adaptés à leurs attentes : par zone d'intervention, par métier, par prix pratiqués, par horaires d'ouverture...

Exemple de recherche de prestataires sur Internet

À retenir

Pour vous aider, l'ANSP présente également un répertoire des organismes agréés sur son site Internet (voir p. 127).

Accompagner au quotidien l'utilisateur de titres

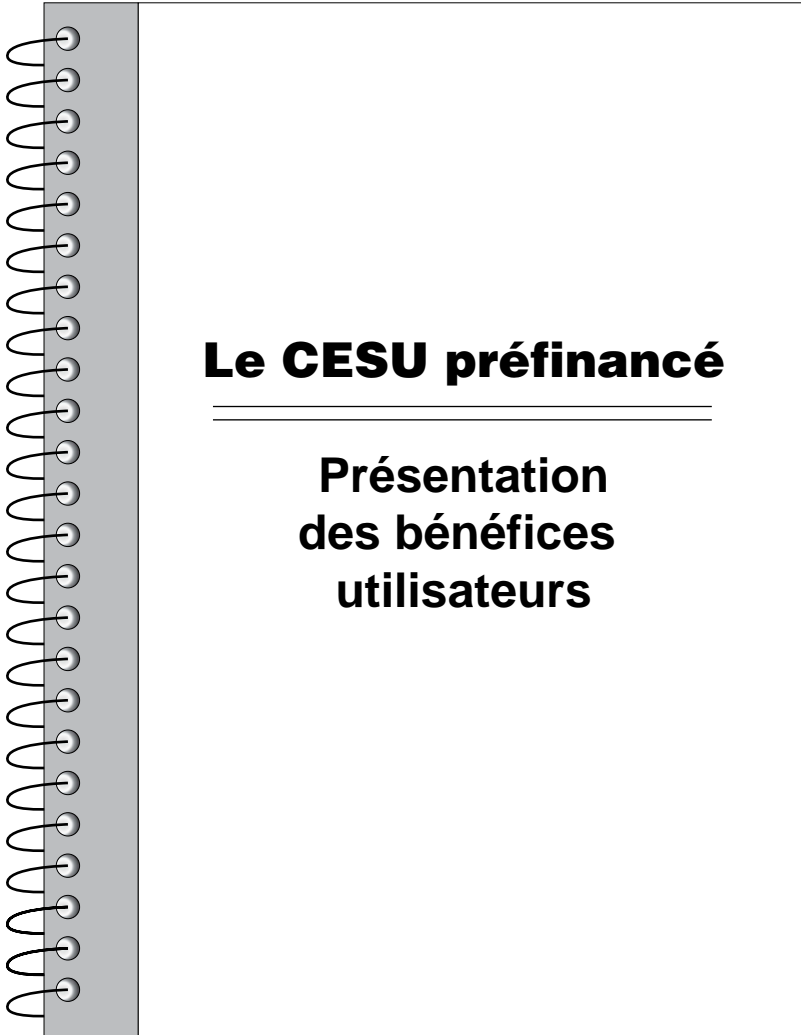
Lors du déploiement du CESU dans votre entreprise, assurez-vous que les utilisateurs bénéficieront d'un accueil personnalisé téléphonique et/ou par Internet pour les aider dans :

- la recherche d'un prestataire ;
- la recherche d'une structure ou d'un intervenant agréé ;
- l'affiliation d'une personne en emploi direct ;
- les démarches administratives ;
- l'information juridique et fiscale liée au CESU.

CAS CONCRET D'ENTREPRISE

Dans cet exemple, nous vous proposons un support qui peut être remis aux salariés d'une entreprise dans le but de leur présenter la synthèse des atouts du CESU. Cette présentation devra bien évidemment être complétée d'une documentation plus détaillée et opérationnelle.

Présenter le CESU à des collaborateurs



Qu'est-ce que le CESU préfinancé ?

- C'est un titre spécial de paiement qui donne accès à ses bénéficiaires à de nombreux services à la personne, le tout à moindre coût.
- Votre entreprise prend en charge le financement de **1 à 100 %** et vous accompagne dans l'utilisation de vos titres.

Valeur à personnaliser selon votre choix

Intérêts pour les utilisateurs

- Un titre simplifié de paiement et de gestion administrative des services à la personne.
- Un accès facilité à une offre étendue de services.
- Un complément de revenu exceptionnel :
 - Exonération des charges sociales salariales et de CSG-CRDS.
 - Non soumis à l'impôt sur le revenu.
50 % de réduction d'impôts sur le revenu* ou de crédit d'impôt pour les ménages non imposés (sous conditions).
 - TVA réduite à 5,5 % pour les prestations fournies par les entreprises et associations agréées.

... et ainsi une amélioration de votre qualité de vie au quotidien !

* sur les sommes financées par le bénéficiaire non prises en charge par l'entreprise.

Services payables grâce au CESU (1/3)

■ Les services à la famille

- **Garde d'enfants** à domicile et hors du domicile (crèche, jardin d'enfants, halte-garderie, garderie périscolaire, assistante maternelle agréée) et accompagnement des enfants dans leurs déplacements*.

● À domicile

- ✓ Soutien scolaire ou cours particuliers.
- ✓ Assistance informatique et Internet.
- ✓ Assistance administrative.

* À la condition que cette prestation soit comprise dans un ensemble d'activités effectuées à domicile.

Services payables grâce au CESU (2/3)

■ Les services associés à la vie quotidienne

● Ménage

- Entretien de la maison et travaux ménagers.
- Collecte et livraison de linge repassé*.

● Entretien de la maison

- Petits travaux de jardinage.
- Petit bricolage.
- Maintenance, entretien et vigilance temporaire des résidences principale et secondaire.

● Alimentation

- Préparation de repas à domicile.
- Livraison de repas ou de courses*.

* À la condition que cette prestation soit comprise dans un ensemble d'activités effectuées à domicile.

Services payables grâce au CESU (3/3)

■ Les services aux personnes fragilisées

● À leur domicile

- Assistance aux personnes âgées ou autres personnes qui ont besoin d'une aide personnelle à leur domicile (sauf soins).
- Assistance aux personnes handicapées (dont interprètes en langue des signes...).
- Garde-malade (sauf soins).

● Dans leurs déplacements

- Aide à la mobilité et au transport*.
- Accompagnement dans les promenades et les actes de la vie courante*.

● Pour les personnes dépendantes

- Conduite du véhicule personnel.
- Soins esthétiques à domicile.
- Soins et promenades d'animaux domestiques (sauf soins vétérinaires et toilettage).

* À la condition que cette prestation soit comprise dans un ensemble d'activités effectuées à domicile.

Le CESU : pour payer qui ?

- Les organismes agréés de services à la personne, associations et entreprises, prestataires et mandataires.
- Les salariés à domicile, dans le cadre de l'emploi direct.
- La garde d'enfants hors du domicile assurée par une assistante maternelle agréée, les crèches, haltes-garderies, jardins d'enfants et garderies périscolaires.

Avantage financier du CESU

Salaire ou prime	CESU	Synthèse
1000 € Somme brute versée au salarié bénéficiaire	1000 € Somme brute versée au salarié bénéficiaire	332 € Pouvoir d'achat supplé- mentaire du salarié
780 € Salaire Net avant Impôt	Exonération de charges fiscales et sociales	
668 € Pouvoir d'achat du salarié après Impôt	1000 € Pouvoir d'achat du salarié	

Les outils d'accompagnement dans vos démarches

- Sélection d'un intervenant
 - Espace bénéficiaire du site Internet.
 - Centre d'appel : **0825 XXX XXX**.
- Gestion administrative de la relation de travail et paiement des services à domicile
 - Guide du bénéficiaire.
 - Espace bénéficiaire du site Internet.
 - Centre d'appel.
- Suivi de la relation (suivi administratif, gestion de l'imprévu et du besoin exceptionnel...)
 - Site Internet.
 - Centre d'appel.

**À personnaliser
avec votre émetteur de CESU**

Analyser le bilan du CESU dans l'entreprise

Fiche 8

OBJECTIFS

Il s'agit de mesurer l'efficacité du CESU dans l'entreprise et d'identifier parmi votre personnel la cible la plus intéressée par l'opération et de capitaliser sur les retours d'expérience.

DE QUOI S'AGIT-IL ?

Les entreprises jouent un rôle majeur dans la diffusion de CESU. Néanmoins, l'unanimité pour décider de lancer un tel projet n'est jamais totalement acquise et certains entretiennent des doutes sur l'efficacité économique de ce type de dispositif. Pourtant, les entreprises qui offrent de véritables services à leurs salariés sur leur lieu de travail étant peu nombreuses, le CESU apparaît comme un levier d'action à court terme... à condition d'en mesurer les bénéfices.

Par ailleurs, un programme CESU qui fonctionne se matérialise avant tout par une souscription et une utilisation massives des titres par les salariés. Cela traduit l'adéquation ou non avec les attentes des collaborateurs, la réussite de la communication menée et la simplicité d'usage des titres.

Enfin, le CESU doit s'envisager dans la durée, au moins sur deux ans, afin de disposer d'un retour d'expérience significatif. En parallèle, il est nécessaire de faire un point précis tous les six mois sur le dispositif pour décider d'éventuels ajustements et ainsi répondre à la question suivante : les utilisateurs de CESU sont-ils satisfaits ?

QUALIFICATION : LES QUESTIONS CLÉS

En voici cinq :

- quels ont été les forces et les relais du dispositif en interne et en externe ?
- vos collaborateurs vous ont-ils fait part de motifs d'insatisfaction ?
- quelle est la valeur moyenne d'une commande de CESU ?
- quels ont été les services à la personne les plus utilisés avec le CESU ?
- avez-vous constaté un lien entre le lancement du CESU et une baisse de l'absentéisme dans l'entreprise (fréquence, durée) ?

ARGUMENTS

Le CESU constitue un élément de la stratégie RH de l'entreprise qui peut non seulement s'avérer différenciant en interne, mais aussi en externe puisqu'il confère une relation de proximité entre le salarié et sa direction et permet en outre un contact personnalisé et une véritable écoute des besoins du personnel.

Sur ces bases et avant de poursuivre et d'étendre la diffusion du CESU, il convient de prendre assez de recul et de faire preuve d'objectivité pour évaluer la pertinence du dispositif. Cette analyse peut générer des adaptations, mais aussi, dans certains cas, une remise en cause de la suite du projet. Il est nécessaire d'en avoir conscience au moment de cette phase de bilan.

Mesurer les impacts d'un dispositif

Mesurer les résultats du développement d'un programme de CESU en matière de changement dans l'entreprise n'est pas chose évidente. Cependant, si la société a mis en place un baromètre social, il est possible d'analyser l'avant et l'après CESU, au bout d'un ou de deux ans. Les indicateurs à suivre pour valider la contribution du CESU à leurs évolutions sont le taux d'absentéisme et le nombre de jours concernés, le turnover, enfin le nombre de candidatures par poste dans les campagnes de recrutement ou encore le climat social.

Quantifier l'utilisation

À l'issue de la première vague de souscription de CESU dans l'entreprise, et avant d'envisager un budget à moyen ou à long terme, il est nécessaire d'évaluer les apports du dispositif et de dresser un bilan régulier d'activité en se basant sur les indicateurs suivants :

- le taux d'utilisation (ratio entre le nombre d'utilisateurs de CESU et le nombre total de collaborateurs) ;
- le montant total des CESU souscrits.

Ces indicateurs pourront être complétés par des enquêtes internes sur le type de services payés et utilisés par les bénéficiaires de CESU et leur évolution prévisionnelle dans le temps, ainsi que sur le retour qualitatif des utilisateurs quant à la simplicité d'utilisation des titres, la facilité pour trouver un prestataire acceptant les CESU, enfin l'adaptation entre le montant souscrit en CESU et les factures à payer.

Afin de contribuer à la transparence de la politique RH et de favoriser le développement du programme, ce bilan d'activité peut être mis en ligne sur l'intranet de l'entreprise et être ainsi consulté par le personnel.

Évaluer la satisfaction des utilisateurs

En complément du bilan d'activité, quelle que soit la taille de l'entreprise, il s'avère utile de sonder les utilisateurs de CESU. Cette étude de satisfaction constituera une formidable source d'information et d'orientation des prochaines étapes du dispositif en mesurant l'efficacité constatée, mais aussi en validant les axes d'évolution attendus. Elle va mettre en regard la satisfaction des salariés avec le CESU dans une démarche d'amélioration continue de la qualité.

Afin d'en tirer les meilleurs bénéfices, il convient de définir précisément les objectifs visés par l'enquête et d'identifier soigneusement les thèmes pouvant porter sur des points plus ou moins subjectifs : simplicité ou non de l'utilisation du CESU, facilité pour trouver un prestataire, besoin d'amélioration du support... Pour chaque question, une échelle de valeurs peut être proposée (de « pas du tout satisfait » à « très satisfait »), en y ajoutant un champ de commentaires libre.

L'interprétation des résultats de l'étude s'avère aussi pertinente que le choix et la formulation du questionnaire. Elle doit être compréhensible et adaptée à la cible des destinataires : comité de direction, direction des ressources humaines, managers et l'ensemble du personnel.

Enfin, notez que la diffusion des résultats de ce sondage, la comparaison et les évolutions notables par rapport aux précédentes enquêtes ainsi que le plan d'action envisagé dans le cadre du bilan d'activité évoqué précédemment seront fortement appréciés. Il s'agit là d'un moyen efficace et transparent de remercier les participants au sondage et de... les inciter à participer à la prochaine enquête interne, quel qu'en soit le sujet.

CAS CONCRET D'ENTREPRISE

Dans cet exemple, nous analyserons un questionnaire type de satisfaction et d'amélioration du programme de CESU dont vous pourrez vous inspirer.

1. Quel est le montant de CESU auquel vous avez souscrit (en euros) ?

.....

2. Jugez-vous ce montant satisfaisant ?

Oui Non

Si non, expliquez pourquoi :

.....

3. Quel est le nombre de services à la personne auquel vous avez fait appel ?

- Aucun
 Un
 Deux
 Plus de deux

4. Quel type de services payez-vous avec votre CESU (plusieurs réponses possibles) ?

- Aide ménagère
 Cours à domicile
 Garde d'enfant
 Assistance de personnes âgées
 Petits travaux dans la maison
 Autres (précisez) :

5. Quels sont vos prestataires de services ?

Prestataire 1 :

Prestataire 2 :

Autres :

6. Quel est votre degré de satisfaction du CESU ?

- Très satisfait
 Satisfait
 Pas du tout satisfait

Précisez :

.....

7. Quel est votre degré de satisfaction de l'accompagnement de l'entreprise ?

- Très satisfait
 Satisfait
 Pas du tout satisfait

Précisez :

.....

8. Quel est votre degré de satisfaction des services à la personne utilisés ?

- Très satisfait
 Satisfait
 Pas du tout satisfait

Précisez :

.....

9. Quelles sont les contraintes que vous avez rencontrées ?

Pour le CESU :

Pour l'accompagnement de l'entreprise :

Pour les services à la personne :

10. Quelles évolutions aimeriez-vous apporter ?

Au CESU :

À l'accompagnement de l'entreprise :

Aux services à la personne :

Merci de votre participation.
Retrouvez les résultats de l'étude sur l'intranet dès le JJ/MM !

FICHES PRATIQUES

*« Ce ne sont pas les heures qui sont précieuses,
ce sont les minutes. »*

George Bernard Shaw ■

Dans cette dernière partie, vous trouverez cinq fiches pratiques destinées à répondre à toutes les questions opérationnelles que vous vous posez sur le CESU et à vous permettre d'aller plus loin dans votre compréhension de ce titre de services.

- 1 - Connaître le b.a.-ba du CESU
- 2 - Utiliser le CESU au quotidien (formalités administratives)
- 3 - Répondre aux principales questions sur le CESU préfinancé
- 4 - Aller plus loin avec le CESU : les bons contacts
- 5 - Tester ses connaissances

DESCRIPTION TECHNIQUE DU CESU



- 1 - Cette zone comporte le logo de l'ANSP, placé en haut et à droite du titre.
- 2 - La mention « Chèque Emploi Service Universel » figure le plus souvent dans la partie supérieure du titre.
- 3 - La zone de personnalisation du titre arbore un fond de couleur claire (selon le choix de l'émetteur), le logo de l'émetteur, le millésime d'émission, la valeur faciale du titre (en chiffres et en lettres) et la personnalisation des coordonnées (celles du financeur, du bénéficiaire et le cas échéant la ou les catégories de services pour le règlement desquelles le titre peut être utilisé).
- 4 – Il s'agit des zones imposées de traçabilité et de sécurisation des titres.

COMPTABILITÉ ET PAIE

Pour bien illustrer cette partie, les données suivantes ont été considérées dans l'exemple suivant :

- une valeur faciale du CESU de 20 euros ;
- des frais de services de l'émetteur de 0,50 euro par CESU ;
- une participation de l'employeur de 50 % ;
- heures normales effectuées : 151,67 heures (sur la base de 35 heures par semaine) ;
- un salaire de base de 1 220 euros.

Exemple d'écritures comptables

En euros	Débit	Crédit
Règlement commande fournisseur		
40 Fournisseur CESU	20,50	
512 Banque		20,50
Réception des CESU + facture		
437 CESU à utiliser	20,00	
647 Autres charges sociales	0,50	
40 Fournisseur CESU		20,50

En €	Débit	Crédit
Retenue sur salaire		
647 Autres charges sociales. Participation employeur	10,00	
421 Rémunération due	10,00	
512 CESU à utiliser		20,00
Remboursement par « banque »		
647 Autres charges sociales. Participation employeur	10,00	
512 Banque	10,00	
437 CESU à utiliser		20,00

La participation des salariés peut être soit retenue sur le salaire, soit reversée par chèque à l'employeur.

Exemple de bulletin de salaire

Libellé	Nombre ou base	Taux	Montant (€)
Salaire de base			1 220,00
SS maladie + veuvage	1 220,00	0,85 %	- 10,37
SS vieillesse	1 220,00	6,55 %	- 79,91
Assedic	1 220,00	3,01 %	- 36,72
Retraite complémentaire	1 220,00	3,00 %	- 37,00
CSG déductible	1 160,00	5,10 %	- 59,16
Contribution de l'entreprise			996,84
CSG / CRDS	1 160,00	2,90 %	- 33,60
CESU (part salariale)			- 10,00
Net à payer			953,24

Taux en vigueur au 1^{er} janvier 2000

FORMALITÉS ADMINISTRATIVES DE DÉCLARATIONS À L'URSSAF

Pour les financeurs

Ceux-ci doivent établir un état récapitulatif des aides versées aux bénéficiaires et le leur remettre en début d'année suivante.

Pour les bénéficiaires

Ces derniers doivent affilier leurs intervenants en emploi direct, en renvoyant le dossier d'affiliation fourni par l'émetteur de CESU au CRCESU. Une fois affilié, l'intervenant pourra être payé en CESU et obtenir du CRCESU leur remboursement. Les bénéficiaires faisant appel à un intervenant en emploi direct doivent le déclarer à l'URSSAF en complétant les volets sociaux, délivrés séparément par le CNCESU.

ATTESTATION ANNUELLE RELATIVE À L'ABONDEMENT POUR LE BÉNÉFICIAIRE

Pour chaque année calendaire écoulée, l'entreprise se doit de remettre à chacun de ses bénéficiaires une attestation annuelle. Ce document est utile au bénéficiaire pour sa déclaration d'impôt sur le revenu. Un modèle de cette attestation est généralement fourni par l'émetteur.

Il s'agit enfin d'un moyen de contrôler que la somme totale abondée par l'employeur ne dépasse pas les 1 830 euros (le montant en vigueur susceptible de modification) par an et par salarié, plafond déterminé pour bénéficier des exonérations de charges.

Utiliser le CESU au quotidien (formalités administratives)

Fiche 2

Le CESU préfinancé s'avère facile et sûr d'utilisation pour les intervenants (salariés de particuliers employeurs, assistantes ou assistants maternels agréés), qui pourront les déposer sur leurs comptes bancaires ou postaux.

DANS LE CADRE DE L'EMPLOI D'UN SALARIÉ À DOMICILE

Une facilité et une sécurité pour les particuliers employeurs

Pour régler le salaire de son employé, le bénéficiaire pourra utiliser les CESU en complétant éventuellement par un autre moyen de paiement. Une dizaine de jours après la réception de ses CESU, il recevra une lettre du CNCESU (Centre National du Chèque Emploi Service Universel, réseau URSSAF), dont la mission est de collecter les cotisations sociales des salariés à domicile. Il devra alors autoriser le prélèvement sur son compte au CNCESU en lui renvoyant l'autorisation et la demande de prélèvement, accompagnées d'un RIB. Le CNCESU pourra ainsi prélever les cotisations sociales liées à ses déclarations directement sur son compte. Lorsque le CNCESU aura réceptionné le dossier, il attribuera au bénéficiaire de CESU un numéro de particulier employeur ainsi qu'un carnet de volets sociaux. Ceux-ci lui permettront d'effectuer ses déclarations sociales sur une base mensuelle.

Pour le particulier employeur, les démarches se trouvent ainsi réduites au minimum : le CNCESU effectue le calcul de l'ensemble des cotisations sociales dues pour l'emploi du salarié à domicile (parts patronale et salariale des cotisations d'assurances sociales, d'assurance-chômage et de retraite complémentaire), lui transmet une facture et prélève les cotisations sur son compte bancaire ou postal.

Fiches Pratiques

À retenir

Chaque année, le CNCESU transmet au particulier employeur une attestation fiscale pour qu'il puisse bénéficier de la réduction d'impôt sur le revenu.

Une facilité et une sécurité pour les salariés à domicile

Pour qu'un employé à domicile puisse se faire rembourser les CESU qui lui ont été remis, il est impératif que son employeur l'affilie au Centre de Remboursement des CESU (CRCESU), en remplissant le formulaire en double exemplaire joint aux carnets de CESU. Dans les quinze jours qui suivent, l'intervenant recevra du CRCESU une carte comportant son numéro d'affiliation national (NAN) ainsi qu'une dizaine de bordereaux de remboursement. Ce numéro est indispensable pour recevoir tout paiement en CESU par la suite. Il recevra également une attestation d'emploi valant bulletin de paie pour chaque volet social transmis par son ou ses employeurs au CNCESU.

Grâce au volet social, très facile à remplir, le bénéficiaire de CESU effectue toutes les formalités liées à la déclaration de son salarié : il tient lieu de déclaration à l'URSSAF et dispense de l'établissement d'un bulletin de paie, tâche effectuée par le CNCESU.

À retenir

Encore plus simple ! Il est possible d'établir le volet social sur Internet grâce au service en ligne Net emploi service (voir p. 127).

Exemple de volet social

VOLET SOCIAL		Veuillez écrire en majuscules avec un stylo noir	
MR OUVRIER BERTHIER PASCAL		EUR 01010101010101010101010101010101	
PERSONNE EMPLOYÉE			
M.	Mme.	Mlle.	Nom de naissance
			Prénom
Nom d'époux(e)			N° de Sécurité sociale
A défaut du numéro de Sécurité sociale :			
Ne(e) le	JJ	MM	AAAA
à Ville		Dpt.	Pays
ADRESSE DE LA PERSONNE EMPLOYÉE A remplir uniquement si vous le déclarez pour la première fois			
Adresse :		Code Postal	Ville :
TRAVAIL EFFECTUÉ ET RÉMUNÉRATION			
Heures effectuées		Salaires horaires nets	Total net payé
Période du JJ au JJ		Mois MM	Année AAAA
Les montants indiqués incluent 10% pour les congés payés			
EUR 01010101010101010101010101010101		V5345	
L		SIGNATURE DE L'EMPLOYEUR	

SPECIMEN, ne pas utiliser

DANS LE CADRE DU RECOURS À UN PRESTATAIRE

Pour régler ses factures, le bénéficiaire enverra ses CESU à son prestataire en complétant éventuellement par un autre moyen de paiement. Une dizaine de jours après la réception de ses CESU, il recevra une lettre du CNCESU. En choisissant de faire appel à une association ou à une entreprise, il n'a aucune déclaration de cotisations sociales à effectuer. C'est son prestataire qui s'en chargera. Il convient toutefois de conserver la lettre du CNCESU, qui lui permettra d'entamer les démarches nécessaires au cas où il déciderait d'employer directement une personne à domicile.

Répondre aux principales questions sur le CESU préfinancé

Fiche 3

QUI PEUT-ON PAYER EN CESU ? QUELS PRESTATAIRES ET COMMENT CHOISIR ?

Le CESU est accepté aujourd'hui par des milliers de structures (associations ou entreprises bénéficiant d'un agrément et affiliées auprès du CRCESU) ou de personnes physiques affiliées au préalable par des particuliers employeurs auprès du CRCESU. Il existe trois catégories d'opérateurs de services à domicile : le prestataire, le mandataire et l'intervenant direct.

Le prestataire désigne l'entreprise ou l'association de services à domicile qui emploie la personne réalisant la prestation. Il aura la responsabilité de déclarer et de payer les charges patronales de l'intervenant.

Quant au mandataire, il occupe la fonction d'intermédiaire entre le bénéficiaire de CESU et son intervenant. Son rôle consiste uniquement à faciliter la recherche d'intervenant. Le bénéficiaire de CESU est donc l'employeur et doit à ce titre déclarer et payer les charges patronales à l'URSSAF. Le mandataire peut parfois l'aider à établir la déclaration ou le faire pour lui.

Enfin l'intervenant direct est employé par le bénéficiaire de CESU, qui doit l'affilier au CRCESU (organisme d'agrément et de remboursement des CESU) pour son remboursement des titres et obligatoirement le déclarer.

Le CESU permet enfin de payer la garde d'enfants hors du domicile, assurée par les assistant(e)s maternel(le)s agréé(e)s ou les établissements (crèches, haltes-garderies, jardins d'enfants, garderies périscolaires), lorsque ces personnes/structures sont affiliées au CRCESU.

DURÉE DE VALIDITÉ DES CESU ET RECOURS POSSIBLES

Comme les autres titres de paiement millésimés, les CESU ont une validité limitée. Par exemple, il est possible d'utiliser les titres millésimés 2008 jusqu'au 31 janvier 2009.

QUELLE EST LA COUVERTURE GÉOGRAPHIQUE DU CESU ?

Le CESU est utilisable et remboursable en France Métropolitaine et dans les DOM. Toutefois, en ce qui concerne le recouvrement des charges sociales, l'utilisation du titre CESU dans les départements d'outre-mer s'accompagne du dispositif déclaratif Titre de Travail Simplifié (TTS) dans le cadre de l'emploi direct. Les particuliers employeurs des DOM qui bénéficient de titres CESU continuent à utiliser le volet social de leurs chèquiers TTS pour déclarer la rémunération de leurs salariés.

PEUT-ON IMPOSER DE PAYER EN CESU ?

Il n'est en aucun cas possible d'imposer à son prestataire de services d'être payé en CESU. Il convient donc de s'assurer de son accord pour recevoir des CESU avant qu'il effectue la prestation. Dans le cas contraire, il faudra le payer par un autre moyen.

POURQUOI DÉCLARER SON EMPLOYÉ À DOMICILE ?

La déclaration de l'emploi d'un salarié est obligatoire. Elle permet ainsi à ce dernier de bénéficier de toutes les protections : maladie, retraite, accident du travail, chômage...

PEUT-ON PAYER PLUSIEURS INTERVENANTS EN CESU ?

Cela est autorisé et ce quels que soient le mode d'intervention (prestataire, mandataire ou emploi direct) et son activité, tant que cette dernière répond aux conditions requises. Cependant, il est indispensable de déclarer ses intervenants en emploi direct pour pouvoir les payer en CESU.

PEUT-ON RÉMUNÉRER UN MEMBRE DE SA FAMILLE AVEC DES CESU ?

Cela est possible sauf s'il s'agit de son conjoint (par le mariage ou le PACS). Il convient bien entendu de le déclarer au préalable (emploi direct). Mais

attention ! Vous ne pourrez plus bénéficier de la réduction d'impôts si l'intervenant relève de votre foyer fiscal. Ce dernier devra renoncer quant à lui à ses droits en matière de sécurité sociale et d'Assédict.

EN ATTENTE D'UN COURRIER DE L'URSSAF, PEUT-ON UTILISER DES CESU POUR PAYER QUELQU'UN EN EMPLOI DIRECT ?

C'est autorisé, à la condition impérative de reporter sur les volets sociaux, dès leur réception de la part de l'URSSAF, l'ensemble des sommes versées pour cette période.

Aller plus loin avec le CESH : les bons contacts

Fiche 4

Le développement des services à la personne intéresse de nombreuses sociétés, des prescripteurs aux prestataires d'offres, sans oublier les utilisateurs, les entreprises, ainsi que les émetteurs de titres de CESH. Tous les spécialistes s'accordent à reconnaître que l'évolution du mode de vie actuel devrait s'accompagner d'un fort développement du marché du CESH dans les années à venir. Encore faut-il que le décideur d'entreprise sache qui contacter.

LES ÉMETTEURS DE CESH PRÉFINANCÉS

Depuis 2006, les entreprises ou tout autre organisme cofinancier peuvent se procurer des CESH auprès de six émetteurs habilités par l'ANSP :

- Accor Services France (groupe Accor) ;
- Chèque Domicile (groupe Chèque Déjeuner) ;
- Domiserve (filiale des groupes Axa et Dexia Crédit Local) ;
- La Banque Postale (groupe La Poste) ;
- Natixis Intertitres (filiale de Natixis) ;
- Sodexho Chèques et Cartes de Services (groupe Sodexho Alliance).

Accor Services

Deuxième métier stratégique du groupe Accor, Accor Services vise à améliorer la performance des entreprises et des collectivités en favorisant le bien-être de leurs salariés et administrés.

Avec son produit phare Ticket Restaurant, Accor Services a développé une offre qui permet de concilier les impératifs d'une vie professionnelle et personnelle équilibrée et les objectifs de productivité. Accor Services conçoit, développe et gère des solutions qui permettent aux entreprises et aux collectivités de créer de nouvelles sources de motivation et de fidélisation pour leurs collaborateurs. Il rapproche ainsi les intérêts de chacun et renforce la dynamique de l'entreprise.

L'offre Accor Services France s'articule autour de trois dimensions clés des ressources humaines : faciliter la vie, améliorer la performance et développer le bien-être. Concernant la première, il s'agit de couvrir les besoins essentiels des salariés et des administrés et de permettre à l'entreprise ou à la collectivité d'assumer sa responsabilité sociale. Améliorer la performance suppose de fidéliser et motiver les collaborateurs, les réseaux de distribution et les clients afin d'atteindre les objectifs de développement et de rentabilité de l'entreprise. Enfin la troisième dimension se traduit par la contribution à l'équilibre personnel des collaborateurs et l'accroissement de la productivité au sein de l'entreprise.

Accor Services a conclu autour du CESU deux partenariats. Le premier a été signé avec le groupe Caisse d'Épargne, en lançant un CESU aux couleurs d'Accor Services et des Caisses d'Épargne. Quant au second, il a été passé avec EUROP ASSISTANCE en créant Bien-Être Assistance[®], une plate-forme de services et de conseils.

À retenir

Pour en savoir plus, tapez www.ticket-cesu.fr.

Chèque Domicile

Créé en 1964, dès l'utilisation du titre-restaurant, le groupe Chèque Déjeuner affiche une position forte sur la place des émetteurs de titres. Il a su se développer en créant successivement des filiales en France et à l'international, tout en respectant ses principes fondateurs de groupe humaniste, avec un statut de coopérative qui en fait l'originalité.

Né en 1996 de la mobilisation de l'Économie Sociale et filiale à part entière du groupe Chèque Déjeuner, Chèque Domicile a toujours eu pour objectif de développer des emplois de proximité. Et depuis 2006, Chèque Domicile émet son offre « Chèques Domicile CESU » et a concrétisé de nombreux partenariats dans le domaine de l'économie sociale avec le groupe Crédit Mutuel/CIC (coopérative de banques), Groupama/GAN (mutuelle d'assurances), le groupe Crédit Coopératif (banque coopérative) et CNP Assurances (société d'assurances à majorité publique). Tous commercialisent un CESU co-marqué Chèque Domicile/Partenaire auprès de leurs clients. En 2007, Chèque Domicile détenait la place de premier émetteur de CESU en France en part de marché.

À retenir

Pour en savoir plus, rendez-vous sur www.chequedomicile.fr.

Domiserve

Entièrement dédié aux services à la personne, Domiserve est né de la volonté affirmée d'accompagner l'évolution des besoins de la société vers plus d'équilibre et de qualité de vie au quotidien. Ainsi, c'est pour assurer l'excellence et s'inscrire avec succès dans la stratégie des pouvoirs publics en matière de services à la personne et de distribution des aides sociales, qu'Axa Assistance et Dexia Crédit Local ont décidé de mettre en commun leur savoir-faire dans l'assistance des entreprises au quotidien et le financement des collectivités locales.

Avec son offre de CESU préfinancés intitulée « Le CESU Domiserve, la vie plus simple au quotidien », Domiserve propose un accompagnement sur mesure dans la mise en place de ses CESU ainsi que l'accès à un large réseau de prestataires agréés par ses soins en matière de services à la personne. Avec son offre globale, Domiserve met la personne au cœur de ses préoccupations. Il s'agit donc à la fois d'un émetteur de CESU et d'une enseigne nationale de services à la personne.

À retenir

Pour plus d'informations, visitez le site www.cesu-domiserve.com.

La Banque Postale

Créée sous la forme d'une société anonyme à directoire et conseil de surveillance ayant le statut de banque et filiale à 100 % de La Poste, la Banque Postale recourt au personnel de La Poste, au réseau des bureaux de poste pour son activité commerciale et aux centres financiers pour la production, dans le cadre de conventions de service.

Héritière des services financiers de La Poste, cette entité veut incarner un modèle original de banque de détail à la fois « banque comme les autres », professionnelle, efficace et rentable, mais également « banque pas comme les autres », animée par les valeurs postales de proximité et de services au plus grand nombre.

Depuis le printemps 2006, la Banque Postale émet et commercialise le CESU. Grâce à ce dernier, elle se donne les moyens de renforcer son offre de services pour être au plus près de ses clients entreprises.

Notez enfin que l'offre Titre CESU de la Banque Postale est distribuée d'une part auprès des entreprises clientes par les Conseillers Spécialisés Entreprises

et par les Conseillers Grands Comptes spécifiquement formés au Titre CESU et d'autre part auprès des prospects qui se présentent à un bureau de poste. Ils y reçoivent un premier niveau d'information avant d'être orientés vers le service clientèle professionnelle et entreprise de la Banque Postale.

À retenir

Afin de tout savoir sur le Titre CESU La Banque Postale, vous pouvez consulter le site Internet www.labanquepostale.fr.

Natixis Intertitres

Filiale de Natixis, la banque de financement, d'investissement, de gestion d'actifs et de services commune des groupes Caisse d'Épargne et Banque Populaire, Natixis Intertitres distribue et émet depuis 1983 auprès des professionnels (artisans, commerçants, etc.), entreprises, collectivités et associations une gamme complète de solutions exonérées de charges sociales et fiscales.

Émetteur agréé par les pouvoirs publics pour la diffusion du titre CESU préfinancé, Natixis Intertitres met au service de ses prospects et clients toute son expertise et son savoir-faire pour répondre au mieux à leurs besoins.

À retenir

Pour en savoir plus, n'hésitez pas à consulter le site www.intertitres.natixis.fr.

Sodexo Chèques et Cartes de Services

Sodexo Chèques et Cartes de Services, filiale française de Sodexo Pass International, une filiale à 100 % du groupe Sodexo Alliance, propose aux entreprises, comités d'entreprise et collectivités une gamme complète de solutions RH et sociales exonérées de charges (Chèque Restaurant, Chèque Cadeau et CESU Sodexo). Il offre également aux pouvoirs publics des outils innovants pour optimiser leur gestion des différentes aides sociales (Chèque Multiservices) et améliorer la qualité de vie de leurs administrés (Services Sur Mesure).

Sodexo Chèques et Cartes de Services est ainsi l'un des acteurs majeurs sur le marché des titres de services. Sa vocation consiste à améliorer la qualité de vie au quotidien des bénéficiaires de chèques et à optimiser la gestion des aides.

Le CESU Sodexho



C'est donc tout naturellement que cette entité a été agréée par l'ANSP pour la diffusion du CESU sous sa forme préfinancée dès le 1^{er} janvier 2006. Sensibilisé et impliqué depuis de nombreuses années dans les services à la personne, le groupe Sodexho s'inscrit en effet totalement dans les orientations de la loi de cohésion sociale. Ainsi, un département spécialement dédié au CESU a été créé et des moyens importants sont alloués à la promotion et au développement de ce nouveau service.

À retenir

Pour en savoir plus, visitez le site www.sodexho.fr.

LES AUTRES GRANDS ACTEURS

L'Agence Nationale des Services à la Personne (ANSP)

Cet établissement public administratif, créé par le décret du 14 octobre 2005, en application de la loi du 26 juillet 2005, est chargé de promouvoir le développement et la qualité du secteur des services à la personne.

Son objectif consiste à aider l'ensemble des acteurs du secteur à identifier un acteur unique et à faire en sorte que l'action administrative se fasse en toute

synergie, grâce à l'efficacité et à la simplicité des procédures mises en œuvre en faveur du développement des services à la personne.

L'article D 129-16 du Code du travail (décret n° 2005-1281 du 14 octobre 2005 relatif à l'ANSP) énonce précisément ses missions, au nombre de six.

Favoriser l'émergence des nouveaux services à la personne

L'Agence soutient la structuration et le développement de l'offre de services à la personne. Elle favorise l'innovation. Elle encourage et accompagne la création d'emplois et veille à la professionnalisation des postes déjà créés. Elle favorise également l'émergence de nouveaux acteurs et soutient leur installation. Elle dispose à cette fin de moyens financiers d'intervention destinés notamment à appuyer la constitution de grandes enseignes nationales. D'ores et déjà, plusieurs enseignes, regroupant des acteurs économiques, associatifs et entrepreneuriaux majeurs dans le secteur des services à la personne, sont en voie de développement.

Favoriser la promotion et la qualité des services rendus aux personnes

Les programmes d'évaluation de la qualité des services délivrés seront mis en œuvre avec les organismes et les institutions administratives concernées, les organismes de certification et le Conseil national de l'évaluation sociale et médico-sociale.

La qualité est au cœur du projet de développement des services à la personne. Les services à la personne ne satisferont la demande et ne s'inscriront durablement dans les habitudes des usagers et des clients que si la qualité des prestations de service est assurée. L'enjeu est aussi de réduire le travail dissimulé et de redresser une image qui renvoie trop souvent encore au travail précaire et déqualifié. Pour les services intervenant auprès des personnes fragiles (enfants de moins de 3 ans, personnes âgées de 60 ans et plus, handicapées ou dépendantes) qui devront obtenir l'agrément « qualité » des services de l'État, l'exigence de qualité sera, en application de la loi (article L 129-17 du Code du travail), équivalente à celle mise en œuvre dans les services de l'action sociale (loi du 2 janvier 2002 relative à l'action sociale et médico-sociale), auprès des mêmes publics.

Assurer un rôle d'observatoire statistique de l'évolution des services et de l'emploi dans le secteur

Le secteur des services à la personne est actuellement mal identifié et les sources d'informations statistiques sont insuffisantes. Un important travail d'amélioration doit être entrepris. Les travaux seront conduits avec les services

statistiques des ministères (INSEE, DARES¹ et la DREES²) et de la branche de recouvrement de la Sécurité sociale (ACOSS), avec les collectivités locales, les instituts de recherche et les universités.

Le comité scientifique qui sera créé en application de l'article D 129-24 du Code du travail apportera sa contribution à ces travaux.

Impulser la négociation collective

Le développement et l'évaluation des formations, la construction de parcours professionnels, l'amélioration des conditions de travail et de rémunération des professionnels des services à la personne constituent des exigences particulières du développement de ce secteur économique.

Elles nécessitent la mobilisation des partenaires sociaux, des acteurs du secteur des services à la personne, des collectivités locales et notamment des conseils régionaux, des OPCA et des acteurs de la formation. La diversification des diplômes et des titres et la validation des acquis de l'expérience (VAE) doivent être rigoureusement mises en œuvre. Il convient que les expériences novatrices et les initiatives en la matière soient portées à la connaissance de l'Agence, afin d'être capitalisées et le cas échéant étendues.

Assurer le développement du CESU

L'Agence a habilité les six premiers émetteurs de chèques emploi service universel préfinancés.

Assurer l'information sur les règles applicables au secteur des services à la personne

L'Agence adressera régulièrement aux administrations concernées une information actualisée relative aux règles applicables au secteur des services à la personne.

À retenir

Pour en savoir plus, visitez le site <http://www.servicesalapersonne.gouv.fr/> dont est extraite la présentation ci-dessus de l'ANSP.

1. Direction de l'Animation de la Recherche, des Études et des Statistiques.
2. Direction de la Recherche, des Études, de l'Évaluation et des Statistiques.

L'URSSAF

Le réseau des Urssaf assure un accueil et une information de proximité aux particuliers et aux entreprises sollicitant des informations sur le CESU. Il intervient en support des dispositifs mis en place au niveau national.

En parallèle, l'URSSAF de Saint-Étienne a été désignée, sous le nom de CNCESU (Centre National du Chèque Emploi Service Universel), pour assurer la gestion des déclarations et des paiements des cotisations et des contributions sociales des particuliers employeurs qui ont recours au CESU pour rémunérer leurs salariés.

À retenir

Pour plus de renseignements, consultez le site <http://www.cesu.urssaf.fr> ou composez le numéro Indigo 0 820 00 CESU ou le 0 820 00 23 78 (0,12 € TTC/min).

Retenez l'essentiel du CESU grâce à ce quiz ! Pour cela, entourez la ou les bonnes réponses.

1. **CESU signifie...**
 - a. Chèque Emploi Solidarité Universel
 - b. Chèque Emploi Service Utile
 - c. Chèque Emploi Service Universel

2. **Le CESU préfinancé est un produit qui a été lancé en...**
 - a. 1996
 - b. 2000
 - c. 2006
 - d. 2007

3. **Entourez les émetteurs habilités par l'ANSP à émettre des CESU préfinancés lors de leur lancement.**
 - a. Accor Services
 - b. Natixis Intertitres
 - c. BNP Paribas
 - d. Chèque Domicile
 - e. Sodexo Chèques et Cartes de Services
 - f. Domiserve
 - g. Crédit Agricole
 - h. La Banque Postale
 - i. ANCV (Agence Nationale du Chèque Vacances)

4. **Le CESU préfinancé est-il déposable en banque pour un intervenant à domicile ?**
 - a. Oui
 - b. Non

5. **Quelle est la limite d'exonération de charges pour un employeur ?**
 - a. 4,98 euros par jour et par salarié
 - b. 1 830 euros par an et par salarié
 - c. 1 830 euros par an et par entreprise

6. **Le CESU est adapté pour...**
 - a. fidéliser les salariés avec une solution associant vie professionnelle et bien-être personnel
 - b. offrir une solution de restauration lors du déjeuner
 - c. récompenser les collaborateurs les plus performants de l'entreprise
7. **Le CESU étant destiné aux services à la personne, la garde d'enfant dans une halte-garderie n'est pas payable par CESU préfinancé.**
 - a. VRAI
 - b. FAUX
8. **Le CESU préfinancé ne permet pas de payer d'employé à domicile contrairement au CESU bancaire.**
 - a. VRAI
 - b. FAUX
9. **Avec le CESU préfinancé, seule l'entreprise bénéficie d'avantages fiscaux.**
 - a. VRAI
 - b. FAUX
10. **Dans une entreprise qui propose des CESU, tous les collaborateurs sont obligés d'y souscrire.**
 - a. VRAI
 - b. FAUX

À présent, rendez-vous en p. 129 pour connaître votre score !

Lexique

Abondement : participation d'un organisme (comité d'entreprise, entreprise, CCAS¹, mutuelle, employeur public, département, etc.) au financement du CESU préfinancé.

Adhésion : adhésion du particulier auprès du CNCESU soit par le biais de l'émetteur s'il bénéficie de CESU préfinancés, soit par sa banque s'il utilise le CESU bancaire.

Affiliation au réseau des intervenants : pour être affiliée au réseau des intervenants, l'association ou l'entreprise prestataire ou mandataire remet au CRCESU son attestation d'agrément. L'intervenant salarié doit aussi s'affilier au réseau des intervenants *via* le particulier employeur pour pouvoir encaisser son CESU préfinancé.

Agence Nationale des Services à la Personne (ANSP) : établissement public administratif chargé de promouvoir et de développer le secteur des services à la personne.

Agrément qualité : autorisation donnée par l'État (préfet de département) aux structures souhaitant exercer leurs activités de services à la personne auprès des publics fragiles (enfants de moins de 3 ans, personnes âgées de 60 ans et plus et personnes handicapées). Cet agrément est obligatoire pour travailler auprès de ces publics et il ouvre droit aux avantages fiscaux prévus par la loi.

Agrément simple : faculté offerte aux organismes de services à la personne ouvrant droit aux avantages d'exonération de charges et à la réduction de l'impôt sur le revenu pour leurs clients. L'agrément simple n'est pas obligatoire et concerne certaines activités.

Autorisation : réglementation mise en place par le Code de l'action sociale et des familles. Les structures de services à la personne s'adressant aux publics fragiles (enfants de moins de 3 ans, personnes âgées de 60 ans et plus et handicapées) disposent d'un droit d'option entre le régime de l'autorisation et celui de l'agrément qualité.

Bénéficiaire : personne qui bénéficie de CESU préfinancés qu'elle utilise pour rémunérer des services à la personne.

1. Centre Communal d'Aide Sociale.

Bordereau de remise de CESU : bordereau de remise de CESU préfinancés en banque ou à la poste, identifié avec le nom, le prénom et le RIB de l'intervenant à domicile.

Carnet de CESU préfinancés : carnet comportant des CESU préfinancés.

Carnet de volets sociaux : document comportant des volets sociaux permettant de déclarer l'intervenant à domicile et accompagnant le carnet de CESU préfinancés.

Carnet de CESU : chéquier comportant des CESU bancaires et des volets sociaux.

CESU bancaire : chèque bancaire intégré dans un carnet de CESU pouvant être utilisé pour payer un salarié ou un organisme agréé de services à la personne. Il reprend les fonctionnalités du Chèque Emploi Service (CES).

CESU préfinancé : ce titre de service, d'une valeur définie, sert à rémunérer un salarié ou à acquitter le montant des prestations de services fournies par une entreprise ou une association agréée. Les titres sont attribués au bénéficiaire par un organisme qui participe à leur financement (employeur, organisme social, collectivité, etc.).

CNCESU : centre national basé à Saint-Étienne, chargé de collecter les volets sociaux, de prélever les charges sociales sur le compte des particuliers employeurs et d'envoyer une attestation fiscale annuelle.

Contrat de gré à gré : contrat de travail liant directement un employeur à son salarié.

CRCESU : centre de remboursement des CESU préfinancés auquel adhèrent les émetteurs.

Délégué territorial : interlocuteur de l'ANSP dans chaque département.

Émetteur : structure habilitée par l'État à fabriquer et à distribuer des CESU.

Emploi direct : le particulier employeur effectue les démarches de recrutement, établit le contrat de travail, effectue le paiement du salaire et envoie le volet social (déclaration et paiement des charges sociales) au CNCESU ou au Centre national de traitement Pajemploi (pour la garde d'enfants).

Enseignes nationales : entreprises ou associations qui proposent de structurer l'offre de services, de la distribuer au niveau local ou national, de développer la professionnalisation et de garantir des prestations de qualité. Leur rôle consiste à mettre en relation l'offre et la demande et à informer les utilisateurs.

Financeur (voir abondement) : structure (employeur privé ou public, comité d'entreprise, conseil général, organisme social, etc.) qui finance totalement ou partiellement le CESU au profit de bénéficiaires.

Habilitation des émetteurs : autorisation donnée par l'ANSP à des organismes pour émettre des CESU préfinancés.

NAN : Numéro d'Affiliation Nationale délivré par le CRCESU à tous les intervenants, qu'ils soient salariés, entreprises ou associations mandataires ou prestataires.

Organisme ou structure mandataire : la structure est mandatée par le particulier pour l'aider au recrutement du salarié et pour effectuer la gestion administrative. Le particulier désigne l'employeur et, à ce titre, ce dernier est responsable du paiement du salaire et des cotisations sociales.

Organisme ou structure prestataire : entreprise ou association qui fournit une prestation de service à un particulier et la facture à son « client » (salaire et charges). L'intervenant est salarié de l'entreprise prestataire.

Particulier employeur : particulier qui conclut un contrat de travail avec un salarié dans le cadre des services à la personne. Il peut bénéficier de CESU préfinancés avec lesquels il rémunère cet intervenant salarié.

Plate-forme de services à la personne : entité chargée de mettre en relation l'offre de services (organismes prestataires et mandataires de services à la personne et intervenants à domicile) et la demande de services (particuliers).

Réseau des intervenants : l'ANSP constitue un réseau des entreprises et des associations agréées, alimenté par chaque émetteur au sein du répertoire national des organismes agréés de services à la personne.

Salarié : selon les cas, il désigne le particulier bénéficiaire de CESU préfinancés par son employeur ou l'intervenant à domicile employé par le particulier employeur ou par l'entreprise prestataire.

Services à la personne : les services à la personne sont définis aux articles L 129-1 et D 129-35 du Code du travail. Ils participent au bien-être des citoyens.

Structure de services à la personne : association ou entreprise, prestataire ou mandataire de services à la personne.

Valeur faciale du CESU préfinancé : montant indiqué sur le CESU préfinancé.

Bibliographie

OUVRAGES

Angel, P., Amar, P., Gava, M.-J., Vaudolon, B., *Développer le bien-être au travail*, Dunod, 2005.

Benchemam, F., Galindo, G., *Gestion des Ressources Humaines*, Gualino, 2006.

Lethielleux, L., *L'Essentiel de la Gestion des Ressources Humaines*, Gualino, 2006.

Mermet, G., *Francoscopie 2007*, Larousse, 2006.

Taché, P., *Relancer la mobilité interne*, Éditions d'Organisation, 2007.

AUTRES PUBLICATIONS

Documentation commerciale sur le CESU des sociétés Accor Services, Chèque Domicile, Domiserve, La Banque Postale, Natixis Intertitres, Sodexho Chèques et Cartes de Services.

Horizons Bancaires, revue éditée par Crédit Agricole SA, numéro 330 de septembre 2006 sur « Les services à la personne ».

Dossier de presse de janvier 2007 de la société Maison & Services, téléchargeable sur le site Internet www.maison-et-services.com.

Tous les éléments sur les services à la personne diffusés par l'ANSP.

Sites utiles

SITES INSTITUTIONNELS

Plan de cohésion sociale : www.cohesionsociale.gouv.fr

Net emploi service : www.cesu.urssaf.fr

Pour en savoir plus sur la loi et les décrets : www.legifrance.gouv.fr

SITES DES ÉMETTEURS DE TITRES CESU

Sodexo Chèques et Cartes de Services : www.sodexo.fr

Natixis Intertitres : www.intertitres.natixis.fr

La Banque Postale : www.labanquepostale.fr

Domiserve : www.cesu-domiserve.com

Chèque Domicile : www.chequedomicile.fr

Accor Services : www.ticket-cesu.fr

AUTRES SITES UTILES

ANSP : www.servicesalapersonne.gouv.fr

Pajemploi : www.pajemploi.urssaf.fr

Quiz : les bonnes réponses

1. **CESU signifie...**
 - c. Chèque Emploi Service Universel
2. **Le CESU préfinancé a été lancé en...**
 - c. 2006
3. **Entourez les émetteurs habilités par l'ANSP à émettre des CESU préfinancés lors de leur lancement.**
 - a. Accor Services
 - b. Natixis Intertitres
 - d. Chèque Domicile
 - e. Sodexho Chèques et Cartes de Services
 - f. Domiserve
 - h. La Banque Postale
4. **Le CESU préfinancé est-il déposable en banque pour un intervenant à domicile ?**
 - a. Oui
5. **Quelle est la limite d'exonération de charges pour un employeur ?**
 - b. 1 830 euros par an et par salarié.
6. **Le CESU est adapté pour...**
 - a. fidéliser les salariés avec une solution associant vie professionnelle et bien-être personnel.
7. **Le CESU étant destiné aux services à la personne, la garde d'enfant dans une halte-garderie n'est pas payable en CESU préfinancé.**
 - b. FAUX
8. **Le CESU préfinancé ne permet pas de payer d'employé à domicile contrairement au CESU bancaire.**
 - b. FAUX
9. **Avec le CESU préfinancé, seule l'entreprise bénéficie d'avantages fiscaux.**
 - b. FAUX
10. **Dans une entreprise qui propose des CESU, tous les collaborateurs sont obligés d'y souscrire.**
 - b. FAUX

Votre résultat : /10.

Index

35 heures 50

A

Accor Services 111

ACOSS 12

activités

à domicile 15

hors du domicile 16

ANCV 12

ANSP 15, 20, 99, 111, 115

assistance

aux personnes âgées 3

informatique 38

attestation annuelle 101

avantage social 78

B

baromètre social 92

bénéficiaire 44, 101

bien-être 78

C

cahier des charges 43

centre de relation client 45

CES 19

CESU 4, 13, 19

accompagnement 41, 45, 80

acteurs 28

bancaire 19, 21

bilan 91

couverture géographique 108

enjeux 40

fonctionnement 37

gestion au quotidien 66

livraison 44

marché 25, 28

montant 42

perception 27

préfinancé 20

présentation 77

utilisation 79

validité 107

chèque cadeau 12

Chèque Domicile 112

chèque vacances 12

CNCESU 103, 105, 117

cofinancement 38

communication

campagne de 70

de proximité 72

en ligne 72

interne 69

comptabilité 99

congés payés 50

contacts 111

cotisations sociales 57

CRCESU 104

crédit d'impôt 58

critères d'attribution 42

CRT 11

culture d'entreprise 42

D

Domiserve 113

E

éligibilité 38

émetteur 43, 45, 111

employé à domicile 108

enquêtes 92

équilibre de vie 50
 estimation budgétaire 59
 extranet client 45

F

famille 15, 17, 108
 fidélisation 4, 49, 57
 financeur 101
 formalités administratives 103
 freins 29, 40

G

garde d'enfant 38
 grandes entreprises 31

H

handicapés 2, 16

I

indicateurs 92
 information individualisée 70
 intervenant direct 107

L

La Banque Postale 113
 levier de négociation 57

M

management 51
 mandataire 107
 marche à suivre 41
 marketing social 49
 matérialisation 44
 ménage 3
 milieu associatif 22
 motivation 50

N

NAN 104
 NAO 31
 Natixis Intertitres 114

P

package de rémunération 31, 56
 paie 99
 partenariat 41
 participation de l'entreprise 42
 particulier employeur 103
 personnalisation 44, 99
 personnes âgées 2, 16
 petits travaux 4
 phase d'étude 42
 plan
 Borloo 3
 de communication 45
 plate-forme nationale de services 22
 PME 12, 32
 PMI 12
 politique
 RH 51
 salariale 31
 pouvoir d'achat 78
 prestataire 105, 107
 de services à la personne 79
 proximité 51

Q

questionnaire 64, 94

R

recrutement 49, 52
 réductions d'impôts 78
 rémunération 55
 réunions d'information 72

S

salarié à domicile 103, 104
salarié-client 51, 63
satisfaction 93
services
 à domicile 2
 à la personne 1, 15, 20
SMIG 50
Sodexho Chèques et Cartes de Services 26, 79, 114
sondage 25, 64
soutien scolaire 3, 38

T

taux d'activité féminin 2
temps de travail 50
TES 19
titre-restaurant 7, 13, 39, 78

TPE 12, 32
turnover 51

U

universalité 38
URSSAF 101, 109, 118
utilisateurs 38

V

valeur faciale 42
vie
 familiale 40
 personnelle 77
 professionnelle 40, 77
 quotidienne 16, 18
volet social 104