

Tendances 2014

du secteur nettoyage industriel et commercial



Préface

par **Philippe GALERA** - PDG de CPE

« En 10 ans, les objectifs d'une entreprise de nettoyage industriel et commercial ont muté. Jusqu'à dans les années 2000, les objectifs en point de mire s'établissaient comme suit : prospecter, négocier et convaincre de nouveaux clients, garantir un service de qualité en conformité avec la stratégie de l'entreprise, utiliser les outils basiques, élaborer des propositions commerciales plus ou moins types, veiller à la satisfaction des clients et véhiculer unilatéralement les valeurs et l'image de l'entreprise.

Pris dans une démarche globale, c'était sans compter la demande accrue de personnalisation, de facilité de travail et de process applicables selon la typologie des clients. Désormais, la tendance impose d'adapter et croiser les configurations locales (surface, géographie, implantation...), d'intégrer les propres exigences de progrès des structures en demande (travaux réguliers, travaux ponctuels) , de manager et professionnaliser des équipes plurielles, de sourcer les technologies modernes d'amélioration de l'environnement de travail (méthodes, normes, produits...).

Les attendus du client deviennent régulièrement la variable d'ajustement des prestations d'une entreprise d'hygiène et propreté industrielle. Ces nouveaux besoins permettent d'identifier de nouvelles méthodes de travail ou de créer des partenariats avec des entreprises de secteur connexe, souvent lié au développement durable.

Par l'expérience et la différenciation des cas clients, l'offre se module en permanence. Elle est le fruit de l'observation du terrain, des exigences client, des innovations réalisées sur les produits et matériels, et du personnel à former.

Ces tendances garantissent la qualité des prestations et optimisent les temps de réalisation. Elles réinventent une gestuelle métier. Formalisées, elles favorisent leur compréhension et leur apprentissage par nos personnels.

Ces modes opératoires spécifiques élaborés conduisent à harmoniser, simplifier et personnaliser les processus qualité de la prestation propreté avec chaque client.

Le nettoyage tend vers encore plus de personnalisation et d'adaptation aux enjeux conjoints liés au développement durable».

Sommaire

A- TENDANCES COTE PRESTATAIRE	p 4
1/ Du minium requis...	
Qualité, service et partenariat	
Réactivité	
Communication active	
Respect de la sécurité	p 5
Respect du développement durable	
Formation et motivation du personnel œuvrant	p 6
Qualité du matériel	
Formation, motivation et qualité de l'encadrement	p 7
Capacité à traiter la dimension "groupe"	
Capacité à intégrer les spécificités de petits et de grands sites	
Rapport qualité / prix	p 8
2/ ...Aux plus qui font la différence	p 9
Une méthodologie amont / aval	
Une harmonisation des process et facturation unique	
Une gestion commerciale transparente et arrangeante	
Un suivi et un envoi des données en temps réel	
Un personnel plus formé que la moyenne	p 10
Le recours aux nouvelles technologies	p 11
L'intégration pragmatique du développement durable	p 12
La prise en compte effective de la Responsabilité Sociétale (RSE)	p 14
Les services associés	p 15
B- TENDANCES COTE CLIENTS	p 16
1/ La gestion multi sites : l'exemple de Randstad Vediorbis	
2/ Le travail en journée : l'exemple de Harmonie Mutuelle	p 17
3/ La prestation propreté en milieu ouvert : l'exemple de Nouvelles Frontières	p 18
4/ La mutualisation des espaces : l'exemple de Nocibé, Promod, Camaïeu	p 19
5/ La dématérialisation fiscale des factures	p 20
6/ La collecte sélective des écrits blancs	p 21
Conclusion	p 23
Sources	p 24
A propos	p 25

A- TENDANCES COTE PRESTATAIRE

1/ Du minimum requis...

Aujourd'hui le prestataire nettoyage se doit de proposer un ensemble de services incontournables afin de rendre son offre pertinente, rassurante et adaptée.

➤ **Qualité, service et partenariat**

Les clients souhaitent un suivi régulier de la qualité des prestations. Fini le temps de l'à-peu-près. La tendance est à la formalisation des process. On fait ce qu'on dit en quelque sorte. Cela passe par des actions standardisées comme le contrôle formel et régulier des agents, l'évaluation régulière et contradictoire entre deux services, le traitement immédiat et systématique des non-conformités...La notion de service va même jusqu'au concept de multiservices où, à la simple prestation nettoyage, l'on adosse des services complémentaires utiles et personnalisés au client. Exemples : entretien des espaces verts, petites réparations, maintenances diverses...Enfin, il n'est plus rare de constater l'émergence d'un nouveau lien entre le client et son prestataire. Le prestataire nettoyage étant tenu de considérer et d'intégrer son client comme "partie prenante" de sa démarche qualité et développement durable et donc par conséquent, être tenu de communiquer sur lui et avec lui dans le cadre d'un process de réciprocité et d'une reconnaissance d'égal à égal.

➤ **Réactivité**

Dans un monde où toutes les décisions sont prises à la vitesse de l'éclair, une réactivité réelle et opérationnelle s'impose dans la relation client. D'où priorité donnée à des agences de nettoyage implantées dans un proche périmètre des sites à entretenir, proposant la mise en œuvre de la prestation dans les 24H, déléguant une équipe de terrain formée et attentive à tous les besoins. Y compris, par exemple, celui de faire remonter les dysfonctionnements chez le client ou d'assurer le rôle d'interface directement avec le client.

➤ **Communication active**

Une bonne relation client passe par une communication permanente entre les services et l'équipe de nettoyage. Cela passe aujourd'hui par des supports écrits comme des guides papier ou de plus en plus par un extranet dédié et fonctionnant "en temps réel".

Dans le cadre de la relation encadrement / agent de service, la communication est verbalisée au travers par exemple d'un Manuel d'Organisation de la Propreté sur site, cette forme de communication pratique compartimentée, distribuée et rationalise le travail des agents par fiches pédagogiques.

Exemples :

La **fiche de service** reprend la totalité du cahier des charges du site et assure la conformité des prestations.

Les **fiches méthodes** présentent la manière de travailler et assurent au client la qualité des prestations.

La **fiche de correspondance** permet une communication permanente entre le client et les agents. Elle comprend l'état d'avancement des travaux, les besoins éventuels spécifiques, toutes informations pertinentes pour la bonne réalisation des prestations.

Les **fiches de validation** sont annotées à chaque prestation par les agents. Elles attestent de la bonne réalisation des prestations. Elles assurent une traçabilité des interventions.

Dans le cadre de la relation encadrement / client, l'email n'est pas suffisant. La communication est simplifiée et dématérialisée sur une plateforme sécurisée. La communication prestataire / client ainsi connectée encourage les échanges rapides et l'interactivité entre l'entreprise et son prestataire nettoyage. Elle permet le stockage des données, le transfert de documents lourds et multiples et fait gagner du temps à tous les échelons décisionnels.

➤ **Respect de la sécurité**

Selon les configurations des secteurs d'activité (hôpitaux, salles blanches, établissements bancaires, sites industriels réglementés...), le respect de la sécurité conformément aux spécificités des sites est un impératif à prendre en compte. Pour palier les situations délicates, il est recommandé d'établir de façon systématique un Plan de Prévention et de s'assurer d'une formation et d'une sensibilisation permanente du personnel aux EPI et au règlement intérieur du client. C'est un des enjeux forts exprimés par des clients, eux-mêmes soumis à des contraintes imposées par les assurances ou le durcissement des certifications. Par ailleurs, de nouveaux métiers apparaissent comme par exemple l'évolution des métiers HQE vers HQSE : Hygiène Qualité Sécurité Environnement. Un responsable à ce poste garantit la prévention des risques industriels, permet de faire respecter les conditions d'hygiène et de travail; d'assurer la mise en place de la sécurité (des salariés et des installations), d'effectuer les audits des process liés aux certifications et réglementations et de sensibiliser l'ensemble des collaborateurs à ces sujets.

➤ **Respect du développement durable**

S'il est acquis que l'engagement développement durable soit désormais incontournable dans les prestations de nettoyage, il est parfois encore plus pertinent de définir précisément les méthodes permettant de prendre en compte le respect des personnes, de l'environnement, des ressources naturelles et plus généralement des relations avec le client. Pour ce faire, l'entreprise de nettoyage dispose d'une batterie d'indicateurs (pourcentage, taux...) qu'elle peut moduler en fonction des particularités de son client.

Ses actions en matière de développement durable gagneront en visibilité si elles se traduisent par des supports dédiés comme par exemple :

- la rédaction d'une charte de développement durable basée sur des mesures concrètes,
- l'achat de fournitures dites "responsables" voire "éco-responsables",
- l'achat de matériels écologiques ou de produits d'entretien respectant les écolabels et les normes environnementales,
- le respect des normes sur l'environnement tant au sein de son entreprise que sur le site client...

L'entreprise de nettoyage pouvant également de cette manière être force de propositions sur les volets économique, social ou environnemental auprès de ses clients.

👉 Formation et motivation du personnel œuvrant

De l'intégration, en passant par la formation continue jusqu'au suivi qualité, l'optimisation des compétences est primordiale dans le secteur de la propreté. Les entreprises de nettoyage industriel et commercial accueillent massivement des personnes peu ou pas qualifiées. Leur permettre d'entrer dans un processus de formation professionnelle débouchant sur un diplôme (du CAP au mastère) ou une qualification (CQP de branche ou CCP du ministère du Travail) les valorisent. L'objectif est de développer ces certifications pour former le plus grand nombre de personnes et leur donner une qualification. En les encourageant à se former, à prendre part à l'amélioration du service client, à suivre des formations qualifiantes, elles contribuent à donner de leur métier une image gratifiante. Une entreprise qui soigne son personnel participe à sa performance. Elle lutte pour l'égalité des chances, contre les discriminations, pour l'amélioration des conditions de travail et le développement des compétences des salariés. Elle accuse moins d'absentéismes...Exemples de formation : prévention des TMS, formalisation d'un document unique, incitation à suivre des formations diplômantes (communication, ...).

👉 Qualité du matériel

Produits, vêtements, matériels...Aucun achat n'est anodin. Désormais, l'entreprise responsable privilégie des produits éco-labélisés, biodégradables, ne contenant aucune substance dangereuse. La nouvelle politique produits vise à diminuer la quantité des rejets, respecter les dosages préconisés, éviter le gaspillage. Le stockage lui-même est contrôlé : les produits sont entreposés dans un local dédié, leur étiquetage est clair, leur dispatching dans les zones se fait de façon plus cohérente. Enfin, le remplacement des produits suit une logique de gestion des stocks au plus juste (commande systématique ou occasionnelle selon la typologie de produits).

S'agissant des vêtements, la tendance est à la personnalisation. Outre les EPI obligatoires, les personnels œuvrant sur site client peuvent afficher les couleurs de l'entreprise client ; une manière d'intégrer complètement leur environnement de travail.

Les agents de nettoyage sont de mieux en mieux parés :

- Vêtements sécurisants et adaptés
- Chaussures de sécurité, pour tous les agents utilisant du matériel de plus de 5 kg
- Chasuble, blouse et gants
- Harnais, longes, stop chute et casque avec certificat de vérification, pour les agents affectés aux travaux en hauteur.

Enfin, aspirateurs, monobrosses, laveuses, nettoyeurs haute pression...tous les matériels sont de plus en plus technologiques. Or, la tendance va bien au delà de cet aspect. Désormais, il est tenu compte de l'ergonomie de l'appareil. De même, pour des raisons de coûts ou pour respecter une logique de "circuit court", il est parfois préférable de louer la machine.

➤ Formation, motivation et qualité de l'encadrement

Il est de mise qu'une personne qualifiée par poste soit désignée. L'interlocuteur unique est pratique. Il permet de répondre aux demandes, il personnifie la relation clients. Il est joignable plus facilement. L'équipe d'encadrement est elle aussi sensibilisée à la formation continue. Cette montée en compétences valorise l'employé et lui permet de gagner en polyvalence. Cela est particulièrement vrai dans les process de suivi qualité et de contrôle, dans la mise en place d'actions correctives où une méthodologie rigoureuse est attendue.

Les formations pour les cadres concernent en priorité les thèmes propres à leur fonction : organisation, qualité, méthodes et savoir faire, agencement du travail, sécurité, entretien du matériel. Mais la tendance actuelle montre qu'à leur demande, certains cadres sont friands de formations plus conceptuelles comme celles liées aux attitudes de service, à la communication (écrite, orale, web), à la négociation...

➤ Capacité à traiter la dimension "groupe"

Les responsables du groupe CPE constatent que les clients orientent leurs consultations vers des prestataires propriété pouvant leur offrir un maillage territorial national. Au sein du groupe CPE, ce constat a donc amené logiquement à une mise en commun de l'outil de production avec la mise à disposition de 110 agences locales et la centralisation de la gestion des contrats cadres.

L'organisation en agences et la couverture territoriale témoignent toute la pertinence qualitative, organisationnelle et, bien-sûr, compétitive du groupe.

Pour ce qui est de CPE, 25 partenaires régionaux évoluent dans un environnement réseau commun, s'appuyant sur un pacte d'échange de savoir-faire, de mise en commun des forces et d'harmonisation des process suivi qualité et politique tarifaire, quel que soit le secteur d'activité du donneur d'ordre.

➤ **Capacité à intégrer les spécificités de petits et de grands sites**

Qu'il faille assurer l'entretien d'une bibliothèque, d'un réseau d'agences de voyages, d'immeubles de bureaux de taille variable, d'un établissement de soin ou d'une usine agro-alimentaire, la force de l'entreprise de nettoyage est de dimensionner sa prestation propreté dans une logique de géométrie à l'affaire.

La détermination des besoins et les contraintes spécifiques se font pièces par pièces. S'adapter aux contraintes signifie prendre en compte les locaux exigus, difficile d'accès, en hauteur...et moduler adroitement l'homme et la technique.

La nécessaire obligation de gestion des coûts oblige à l'optimisation des déplacements et à penser son offre dans une logique "territoriale". Inutile d'envoyer deux agents sur deux sites situés à proximité l'un de l'autre.

Enfin, la qualité ne doit pas périr même dans le cadre d'un client multi sites. Plus la demande est précisée en amont, mieux sera effectué le travail.

Les cahiers des charges d'appels d'offre publics, par exemple, sont désormais très bien structurés de sorte qu'il est aisé de définir avec précision les zones à contrôler (accueil, bureaux, sanitaires...) et proposer les spécifications de nettoyage des éléments de ces zones (nettoyage classique, usuel, spécifique, lavage urgent, entretien technique, objets, consommables, impératif d'ultra-propreté...).

➤ **Rapport qualité / prix**

Dans un contexte de crise économique, où le réflexe (condamnables) du "moins disant" tente la majorité des donneurs d'ordre, l'entreprise de nettoyage doit défendre son rapport qualité prix optimisé.

Les marges du secteur propreté connaissent régulièrement des coupes sévères. Or, client et prestataire sont soumis aux mêmes impératifs.

Le prestataire nettoyage se doit de proposer des solutions de gestion intelligentes et efficaces comme par exemple : l'établissement de devis informatisés calculés au plus juste, l'analyse des sites pour la recherche de gains de productivité, la formation et la motivation des équipes pour la réduction des coûts d'entretien des locaux...

Le prix seul n'a alors plus la même signification s'il est mis en perspective avec d'autres facteurs comme la qualité, le respect des normes, la formation des agents...

2/ ...aux plus qui font la différence

Une entreprise de nettoyage moderne est celle qui est capable de proposer des prestations additionnelles, complémentaires et bienvenues par rapport à la demande initiale. Or, cette "logique de pack" n'est possible que dans le cadre d'une entreprise suffisamment grande et souple pour couvrir toutes les zones d'activité des plus grandes régions françaises et suffisamment bien implantée localement pour être immédiatement identifiée et contactée. Une implantation qui impose une organisation et un maillage novateur et qui se traduit par :

↳ Une méthodologie amont / aval

Les sites client sont visités par les équipes qui remontent au service commercial le temps de travail estimé et les particularités techniques des chantiers.

Ces données sont la base de cotations qui, une fois établies, sont de nouveau transmises aux équipes en local pour validation.

Le client dispose ainsi d'une offre alliant faisabilité et compétitivité avec le service d'un contact unique pour traiter l'ensemble de ses demandes.

↳ Harmonisation des process et facturation unique

Le principe d'une offre tarifaire homogène et harmonisée sur tout le périmètre contractuel allie compétitivité et faisabilité, tant pour le prestataire que pour le client.

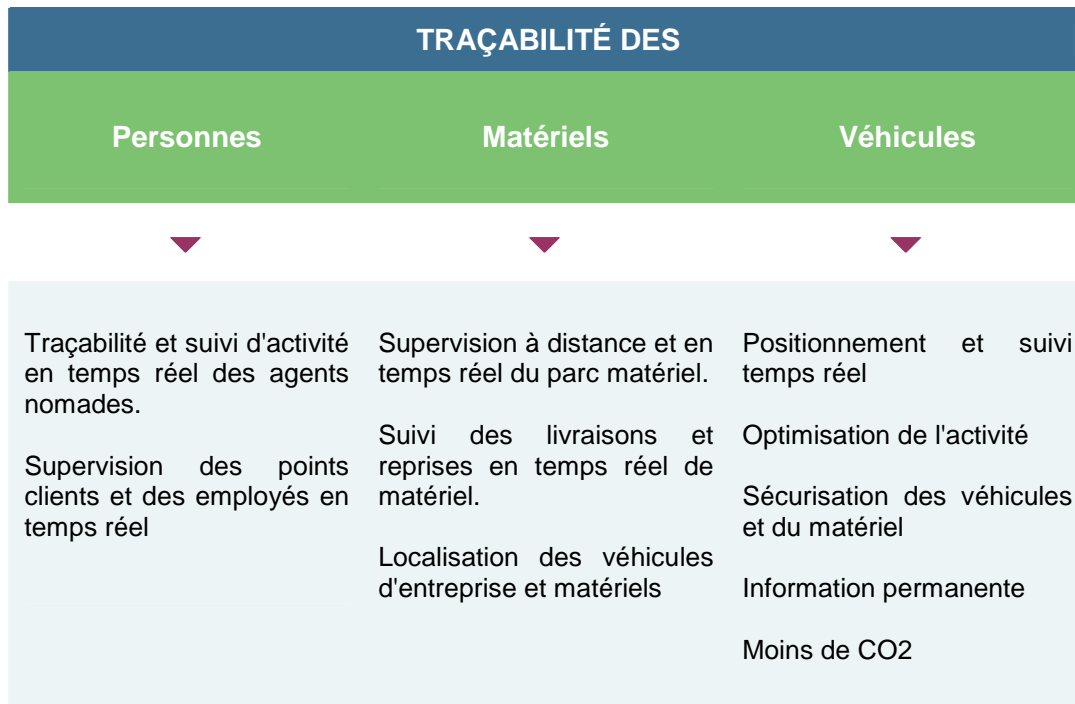
Dans le même temps, l'entreprise de nettoyage doit s'assurer que ses offres tarifaires et techniques seront réalisables, personnalisées et pertinentes sur le terrain.

↳ Une gestion commerciale transparente et arrangeante

Dans un secteur d'activité marqué souvent par l'absentéisme, la gestion d'agendas s'avère un vrai casse-tête. Afin d'atténuer au maximum ces désagréments, une politique ressources humaines renforcée s'impose. Par anticipation, elle doit être la plus claire possible sur les absences de prestations non remplacées et les éventuelles compensations prévues. Par exemple, un avoir automatique dégagé sur le mois de facturation impacté si le remplacement de l'agent volant ne peut se faire dans la journée...

↳ Un suivi et un envoi des données en temps réel

On ne pourra plus dire "je ne peux pas tout vérifier"... Désormais, la technologie internet permet à toute entreprise de mettre en place des zones de surveillance de son personnel, de ses véhicules et de ses produits. Le système SAAS2B permet une vision transversale des besoins en temps réel et permet d'effectuer plusieurs contrôles simultanément.



Cette plateforme web est l'assurance pour la traçabilité de toutes les prestations pour un suivi qualité incontestable.

➤ Un personnel plus formé que la moyenne

L'évolution des métiers de la propreté s'est traduite par une montée en qualification et en compétences. De ce fait, la formation est devenue pour la majorité des entreprises un outil stratégique et un investissement à long terme pour plusieurs raisons :

- La formation est le fondement d'un travail de qualité : elle permet de garantir de meilleurs résultats sur les prestations fournies.
- Elle répond au souci d'exigence des clients et permet de s'adapter face à des demandes plus précises (formations spécifiques). Elle optimise aussi la connaissance sur les différentes évolutions de techniques de nettoyage, des outils...
- La formation est indispensable pour obtenir des agréments ou certifications (ex : ISO et MASE).
- Elle peut fidéliser les salariés et élargir leurs champs de compétences.
- Sur la sécurité, elle permet de protéger le personnel (santé au travail) et l'entreprise.

Le groupe CPE propose **150 heures de formation annuelle** pour chacun de ses agents.

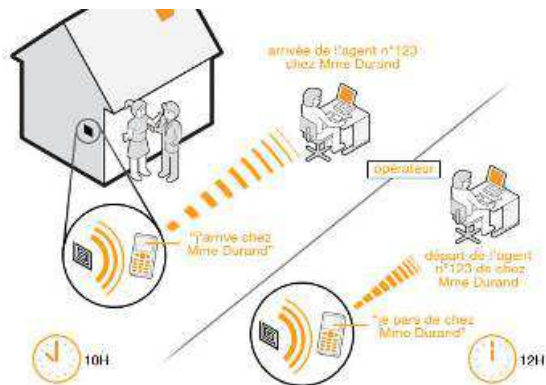
Objectifs : professionnalisation et fidélité du personnel et obligation de résultat atteinte chez tous les clients.

➤ Le recours aux nouvelles technologies

Deux technologies ont considérablement simplifié le travail des équipes tant du point de l'encadrement que des agents de service.

Le télépointage par GPRS :

Pour mettre en place une solution de suivi et de traçabilité en temps réel de l'activité de ses agents de nettoyage sur site, CPE a opté pour une solution en mode SaaS de pointage par téléphone mobile NFC (Near Field Communication).



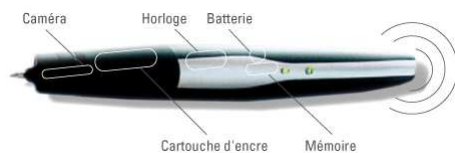
Chaque agent est équipé d'un téléphone mobile compatible NFC, enrichi d'une application spécialement conçue pour les besoins métier. Les clients sont identifiés par un badge NFC. Lors de son arrivée et de son départ, l'agent passe le badge à proximité du téléphone mobile. Les informations de début et de fin de tâche sont transmises à une plateforme qui génère des

alertes en cas d'anomalie de planning constatée.

Une solution qui offre de nombreux avantages :

- Suivre en temps réel les plannings
- Pouvoir être proactif auprès des clients en cas de défaillance d'un des agents
- Pouvoir utiliser des systèmes plus « grand public » et donc des terminaux moins onéreux pour effectuer les pointages.
- L'intérêt du NFC par rapport au Bluetooth ou aux RFID standards est sa très courte portée - quelques centimètres seulement - impliquant une démarche volontaire de l'utilisateur, sécurisant un peu plus le dispositif, qui utilise déjà la carte SIM comme élément d'identification et de sécurité.
- S'appuyer sur la standardisation de la technologie NFC

Le stylo numérique ANOTO pour les contrôles qualité :



Notre groupe équipe progressivement l'ensemble de ses responsables avec ce nouveau crayon scanner à lecture optique. Il garantit ainsi une gestion client proactive et moderne par une intégration immédiate des données, un

raccourcissement des étapes d'enregistrement et de traitement des données, tout en maintenant la valeur juridique du protocole d'échanges. Par exemple il permet de réaliser des enquêtes qualité de façon manuscrite et contresignée, puis de les tracer et de les enregistrer numériquement en temps réel sur serveur informatique.

➤ L'intégration pragmatique du développement durable

Dans un souci de clarté, de pragmatisme et de sensibilisation, il est souhaitable de créer des variables et indicateurs clés, faciles à calculer et à comprendre pour chaque typologie de client. Leur étude sur le long terme permet d'analyser les marges de progression.

Pour le volet social, par exemple :

PRIORITÉS	ACTIONS	INDICATEURS DE REFERENCE
Promotion des femmes aux niveaux maîtrise et encadrement	Tendre vers la parité dans les inscriptions dans les formations à la maîtrise et à l'encadrement et dans le recrutement aux postes d'encadrement	Taux de féminisation de la maîtrise et des cadres
Intégration des personnes handicapés	Développer le tutorat pour conforter l'emploi d'handicapés Former les TH pour le maintien et l'évolution dans l'emploi	Turn-over des TH % d'heures de formation des TH p/r aux heures totales
Recrutement, intégration et fidélisation des jeunes (moins de 26 ans)	Développer les Contrats de professionnalisation Développer les Contrats d'apprentissage Favoriser l'accueil de stagiaires en découverte des métiers	% de jeunes dans le personnel Nombre de stagiaires
Intégration des publics éloignés de l'emploi	Accueillir des jeunes issus des zones sensibles Évaluer le nombre de salariés nécessitant une formation aux écrits professionnels	% de personnes formées p/r à l'évaluation à l'embauche
Développer les compétences des salariés	Orienter les stagiaires vers un CQP ou CCP	% de personnel éligible disposant d'un CQP ou CCP
Prévention des accidents de la route	Signer une charte de prévention	% de salariés formés
Prévention des TMS	Former les agents de service aux bons gestes et postures Diagnostiquer l'ergonomie des matériels	% des agents de service

Pour le volet environnemental, par exemple

PRIORITÉS	ACTIONS	INDICATEURS DE REFERENCE
Emballages	Promouvoir les systèmes de dosages automatiques avec des produits concentrés, effet de diminution des déchets d'emballage	% de sites équipés p/r aux sites éligibles
	Sensibiliser et former au rinçage des emballages jusqu'à baisser les concentrations de façon à n'avoir plus que des DIB	% de personnes formées
	Utiliser le plus possible des produits concentrés (détergents et désinfectants en priorité)	% des litres de conserves achetés p/r au total des litres de produits
	Utiliser le plus possible des emballages recyclables	% des emballages recyclables p/r au total emballages
Sacs biodégradables	Proposer au client des sacs biodégradables, bio fragmentables	% des rachats de sacs bio p/r au total sacs
Tri des déchets clients	Promouvoir et réaliser le tri chez les clients	% de sites en tri sélectif avec accord client qui prolonge l'action
Agro produits "verts"	Acheter des produits éco-labellisés dans les catégories existantes	% des produits éco-labellisés sur le total acheté
Bonne utilisation des produits d'entretien, concentrations et dosages	Former à la bonne utilisation des produits, en particulier au dosage	% d'agents de service formés
Microfibres	Promouvoir systématiquement l'utilisation des microfibres (ce qui réduit les consommations de produits et d'eau)	% des microfibres achetées p/r au total support d'essuyage
Achat de consommables tertiaires client (PH, essuie-mains...)	Proposer des achats de produits responsables	% des produits responsables achetés p/r au total
Matériels performants (consommation et maniabilité) et recyclables	Acheter des matériels reconnus recyclables (laveuses et balayeuses)	% p/r au total des aspirateurs et centrales
	Étudier la possibilité de généraliser la location de matériels	
	Promouvoir l'utilisation généralisée des aspirateurs (et centrales) en filtration absolue	

ZOOM SUR

Vous avez dit "tendance verte ?"

Produits éco-labélisés



- Sans pictogramme de dangerosité
- Sans parfum, colorants, séquestrant (dangereux pour la santé)
- Bio dégradable
- Issus de chimie verte (visant à éliminer la synthèse de substance dangereuse)



Produits bio-efficaces

- Sans adjuvants, solvants, caustiques, ni acides
- Ph neutre
- L'action se poursuit une fois le nettoyage terminé
- Non irritants, non corrosifs, non inflammables, sans vapeurs nocives

➤ La prise en compte effective de la Responsabilité Sociétale (RSE)

Parmi les tendances 2014, inévitable est celle de pouvoir répondre à l'ensemble des obligations sociétales et environnementales demandées par les Responsables Sécurité Environnement. Concrètement. Gage de sérieux, l'entreprise de nettoyage industriel et commercial doit au minimum :

- renforcer l'engagement social
- favoriser l'égalité des chances
- améliorer les conditions de travail
- développer les compétences des salariés

Or, si chaque entreprise peut d'elle-même suivre ces objectifs, en revanche, la validation des points de progrès par un cabinet extérieur selon une grille définie est un investissement. Mais auquel il est judicieux de se soumettre car il permet :

- d'authentifier une démarche de progrès et donner la preuve de cet engagement (véritable acte différenciateur et valeur ajoutée)
- identifier, intégrer et communiquer avec ses parties prenantes (internes et externes)
- de définir l'aptitude à piloter l'organisation suivant un code de gouvernance
- d'anticiper et formaliser les relation et condition de travail : formation, emplois, santé, sécurité
- de favoriser et éclaircir la relation avec les consommateurs : information, protection de la santé, sensibilisation à la RSE et la norme ISO 26000

➤ Les services associés

Aujourd'hui le concept de multiservices est acquis. L'entreprise de nettoyage industriel et commercial s'expose à une concurrence atomisée.

Pour se démarquer, elle dispose d'un panel de solutions différenciantes.

S'agissant du groupe CPE, l'offre multiservices comprend les prestations suivantes :

- **Caristes** : pour aider au transport de charges effectué par du personnel formé et compétent
- **Maintenance immobilière** : concerne l'entretien d'immeubles et le nettoyage en copropriété, veiller au bon fonctionnement des lieux de vie
- **Gardiennage** : pour sécuriser un périmètre (parking, entrepôt, grandes surfaces...)
- **Manutention et logistique** : manipulation, portage, déplacement ou chargement de marchandises, de produits ou d'objets
- **Espaces verts** : entretien des massifs, désherbage et tonte de la pelouse, taille des haies et des arbres, création de plantations d'ornements, traitements phytosanitaires et arrosage...
- **Brancardier** : pour répondre à l'externalisation des établissements de soins et de santé

Si la prestation propreté classique représente 70 % de la demande, désormais le multiservices peut atteindre une part de marché comprise entre 5 et 10%.

B- TENDANCES COTE CLIENTS

L'industrie du nettoyage est en pleine mutation : nouvelles contraintes réglementaires, préoccupations environnementales grandissantes, durcissement des exigences en matière de sécurité, technologie opérationnelle, rationalisation des process. L'innovation technologique et l'environnement au sens large du terme (même une idée toute simple, de bon sens) constituent également des orientations essentielles et complémentaires.

A travers quelques cas clients du groupe CPE, nous allons voir en quoi.

1/ La gestion multi sites / multiservices : l'exemple de Randstad Vedioorbis



Deuxième acteur mondial en ressources humaines, le groupe Randstad France s'appuie sur cinquante ans d'expertise pour proposer une gamme complète de services : recrutement, travail temporaire, approche directe, conseil, formation et reclassement.

En France, le réseau national compte 700 agences.

Dans le cadre de sa recherche de prestataire "hygiène et nettoyage", Randstad Vedioorbis a choisi le groupe CPE en raison de son offre multi sites particulièrement bien adaptée à sa configuration.

Cette organisation du travail impose la gestion de nouvelles méthodes :

- Planifier plusieurs plages horaires de travail
- Réaliser plusieurs chantiers dans la journée
- Optimiser la circulation entre chaque chantier
- Économiser certains produits ou la location des matériels
- Proposer des outils de vérification interne permettant de déterminer les meilleurs résultats, les variables d'amélioration, d'effectuer des comparaisons, d'apprécier la qualité de la prestation

2/ Le travail en journée : l'exemple de Harmonie Mutuelle

Il est d'usage pour les sociétés ou les collectivités que la prestation d'entretien soit réalisée lorsque les locaux sont vides. Dès lors, comment agir pour favoriser le travail en journée ?



Harmonie Mutuelle a fait le choix de cette prestation en raison des nombreux avantages :

- Diminution de sa consommation énergétique
- Augmentation de la qualité des conditions de travail de l'agent de service
- Amélioration de la vie sociale
- Diminution de la précarité
- Confiance accrue entre nos collaborateurs et ses salariés
- Valorisation du travail
- Sécurité accrue

Harmonie Mutuelle est le fruit du rapprochement des mutuelles : Harmonie Mutualité, Mutuelle Existence, Prévadiès, Santévie et SPHERIA Val de France qui ont uni leurs forces pour donner naissance à la 1ère mutuelle santé de France.

Les agences sont réparties sur tout le territoire français. Midi Pyrénées (27), Rhône Alpes (25), Champagne Ardenne (10), Languedoc Roussillon (9), Provence Alpes Côte d'Azur (14), Basse Normandie (16), Poitou Charentes (5), Centre (35), Limousin (5), Bourgogne (16), Bretagne (31), Haute Normandie (21), Auvergne (11), Pays de Loire (59), Lorraine (16), Nord pas de Calais (1), Franche Comté (2) et Ile de France (12).

Objectif de CPE :

Augmenter de 5% par an le nombre des agents travaillant en journée

3/ La prestation propreté en milieu ouvert : l'exemple de Nouvelles Frontières

Il est d'usage pour les sociétés ou les collectivités que la prestation d'entretien soit réalisée sans gêner le travail des collaborateurs internes ou du grand public en cas de zones ouvertes..



Le réseau d'agences de voyage Nouvelles Frontières représente un milieu dit ouvert en ce sens qu'il accueille du public.

La mise en place de la prestation propreté doit venir d'une démarche concertée qui ait permis de répondre à la fois aux exigences de l'entreprise (est-ce que l'entretien sera fait selon la même qualité ? le même prix ?) et aux attentes des usagers qui ne doivent pas être gênés par cette présence tiers.

Dans ce cas il est apparu que l'activité de l'entreprise n'était pas incompatible à une prestation nettoyage. L'acceptabilité par les clients du réseau d'agence a été immédiate.

Pour l'agent de service, ce travail de jour lui permet un accroissement d'heures de travail, une amplitude de travail plus en adéquation avec sa vie personnelle, une valorisation de son poste et un contact plus enrichissant avec le grand public...

Pour l'entreprise bénéficiaire, cela réduit les coûts de gardiennage, de surveillance et diminue les coûts d'électricité. Cette collaboration s'inscrit dans une volonté d'échanges et d'intégration.

Pour le prestataire, cela évite l'absentéisme et permet d'éviter le turn-over et l'isolement des agents sur site.

4/ La mutualisation des espaces : l'exemple de Nocibé, Promod, Camaïeu



promod

CAMAÏEU

Les enseignes NOCIBÉ, PROMOD et CAMAÏEU présentent dans une rue commerçante d'un centre ville ont fait le choix de choisir un seul et même prestataire pour l'entretien des vitreries de leurs boutiques.

Une offre différenciante proposée par le groupe CPE qui a le mérite de :

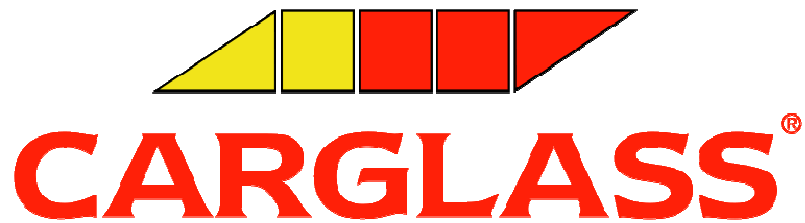
- Diminuer les coûts
- Raccourcir les temps de trajets des agents de nettoyage
- Diminuer les temps d'installation de l'agent
- D'optimiser et personnaliser une prestation en fonction de son implantation géographique

Cette mutualisation est particulièrement adaptée à toutes les boutiques présentant des vitrines voisines dans une rue passante, une place commerçante, ou se trouvant intégrées au sein d'un ensemble commercial, artisanal ou industriel.

Une initiative qui peut se déployer dans de nombreuses configurations commerciales ou artisanales :

- les centres commerciaux
- les zones d'activités
- les zones industrielles
- les zones piétonnes

5/ La dématérialisation fiscale des factures



La technologie et la pratique de la dématérialisation de facture semblent avoir démontré suffisamment de maturité pour séduire les entreprises.

A la pointe de la communication grand public, Carglass est le bon exemple d'entreprise qui sait se mettre à la page .

"Carglass® répare et remplace le pare-brise, les vitres, les vitres latérales et arrière des voitures. Carglass® répare et remplace partout en France"....

L'entreprise au slogan percutant a opté pour une dématérialisation de sa facturation fournisseur nettoyage.

Ce procédé offre de nombreux avantages :

- Processus de traitement améliorés
- Relations clients-fournisseurs renforcées
- Échanges sécurisés
- Gain de productivité
- Réduction des coûts de traitement des données
- Démarche citoyenne et responsable du zéro papier

6/ La collecte sélective des écrits blancs



L'entreprise CPE propose à certains autres clients de prendre en charge le recyclage des écrits blancs de façon écologique et économique grâce aux "cocottes".

Les cocottes permettent de gagner jusqu'à 90% de volume. Une tonne de papier recyclée permet la fabrication de 900 kg de produits neufs.

Ceci permet de :

- Respecter la loi du 13 juillet 1992, interdisant l'élimination des écrits blancs en décharges.
- Réduire les coûts :
 - de location de benne grâce à la réduction de volume
 - de traitement des déchets

Les cocottes sont collectées par les agents CPE qui les déposent dans un conteneur fermé à clé. Ils se chargent également du vidage des conteneurs.

Pour la destruction des documents « sensibles », les entreprises peuvent également avoir recours aux lacérateurs.

Le personnel s'engage à respecter la plus stricte confidentialité des documents par la signature d'une clause de confidentialité.

Objectif

Augmenter de 20% le nombre de site sur lesquels les agents trient les écrits blancs.

Le panel de clients pour qui la prestation nettoyage doit sans cesse s'adapter

- **Grands bureaux tertiaires**
- **Banques et assurances**
- **PME-PMI**
- **Sites industriels :**
 - Agroalimentaire
 - Automobile
 - Biens courants
 - Nucléaire, défense
- **Petites, moyennes et grandes surfaces commerciales**
- **Commerces :**
 - Magasins franchisés en réseaux
 - Commerces de proximité
- **Parties communes d'immeubles**
- **Hôtels** (indépendants ou appartenant à une chaîne), **cafés, restaurants** (restauration collective, sociale, commerciale...)
- **Établissements de loisirs** (cinémas, gymnases, théâtres et salles de spectacle, piscines)
- **Administrations et établissements de service public** (mairies, EPCI)
- **Établissements culturels** (musées, salles d'exposition, bibliothèques...)
- **Établissements de santé** (hôpitaux, cliniques, maisons de retraite...)
- **Transports** (gares, aéroports, loueur de véhicules)
- **Établissements scolaires et universitaires**
- **Autres établissements publics :**
 - Sites militaires et de défense
 - Commissariats, gendarmeries et casernes de pompiers
 - Bâtiments pénitentiaires

Conclusion

En 2009, l'observatoire Emploi-Formation de la communauté de communes de Brest dressait le bilan du secteur des entreprises de propreté par ses mentions :

- Un secteur en croissance forte et continue
- Une évolution des exigences des clients
- Une professionnalisation du secteur en cours et une forte mutation des métiers
- Une bipolarité du secteur : groupes / secteur artisanal
- Des activités et des emplois situés près des donneurs d'ordre
- 70 à 80% des marchés des entreprises concernent la propreté en milieu classique
- Les salariés de la propreté sont majoritairement des femmes, peu qualifiées
- Un secteur d'emplois stables, à temps partiel

En 2013, il faut prendre en considération d'autres facteurs et compléter l'analyse.

Le nettoyage industriel et commercial est un secteur définitivement ouvert sur l'Europe avec des échanges de personnels, de savoir faire sur les bonnes pratiques, un accompagnement des clients en délocalisation.

Il reste plus que jamais un secteur évolutif pour ses salariés puisqu'il les encourage vers des métiers complémentaires ou dans le multiservices (bâtiment, restauration, logistique, santé...).

Le nettoyage industriel et commercial reste encore un secteur en forte croissance grâce notamment au développement durable et aux choix politiques incitatifs liés aux Grenelles successifs.

Sources

- Les chiffres clés de la propreté - Fédération de la Propreté
www.proprete-services-associes.com
- Cahier des charges type "prestation de nettoyage" proposé par l'ARSEG
- Les entreprises de nettoyage élargissent leur champ d'action - article de la revue Enjeux Ile de France éditée par le Centre régional d'observation du commerce de l'industrie et des services
- Marchés du nettoyage industriel et de la propreté - XERFI Études France - 2009
- Marché des Services Externalisés et Internalisés de Propreté et de Services Associés en France 2013
Nouvelles tendances et prévisions - Mars 2013 - MSI Reports
- Fiche de présentation "Entreprise de nettoyage" sur le site Je suis entrepreneur

A propos de CPE

Créée en 1999, Concept Propreté Environnement fédère par l'actionnariat et une charte d'engagement qualité, les 25 plus grosses entreprises indépendantes de la profession du nettoyage en France. Le groupe intervient principalement dans tous les domaines de la propreté, du nettoyage et de l'hygiène que ce soit :

- Dans le secteur tertiaire (locaux administratifs)*
- Dans l'industrie (entrepôts, ateliers...)*
- Dans les milieux hospitalier et alimentaire (ultra propreté)*

Présent au niveau national avec plus de 110 agences, notre réseau (le plus important de France en nombre d'implantations) apporte à nos clients la clé de la réussite de notre mission à savoir :

- Réactivité en cas de problème.*
- Proximité pour les évaluations qualitatives et le contrôle de nos agents.*
- Un interlocuteur dédié connu par nos agences et disponible pour traiter vos demandes.*

Concept Propreté Environnement a choisit de placer le développement durable au cœur de sa stratégie. Cette orientation économique sociale et environnementale concerne tant l'engagement interne du groupement que son fonctionnement externe avec l'obtention :

- d'une évaluation attestant le suivi effectif des recommandations émises par la norme ISO 26000 (environnementale et sociétale)*
- du label Qualipropre*
- de l'Ecolabel Européen*
- d'un partenariat avec Ecolab*

Enfin, le groupe CPE en tant que membre associé ARSEG intervient dans les groupes de travail nécessaires aux thématiques d'évolution de l'environnement au travail.

A propos de l'ARSEG

L'ARSEG, Association des directeurs de l'environnement de travail, est depuis plus de 35 ans, l'unique instance représentative des professionnels de l'environnement de travail en France.

Au 31 décembre 2011, l'ARSEG regroupe plus de 2 000 membres, directeurs des services généraux et de l'environnement de travail et prestataires.

L'ARSEG est constituée d'un réseau d'entreprises de tous secteurs, privées comme publiques, sièges ou filiales de multinationales mais aussi PME/PMI.