



LES MENUS SERVICES

REVUE DE PRESSE - JANVIER 2022



SOMMAIRE

Ouvertures d'agence

Franchise-Magazine.com (11 janvier 2022)	Home Privilèges duplique en 4 franchise son concept de ménage et repassage à domicile	4
L'Officiel de la franchise.fr (19 janvier 2022)	Service à la personne : la franchise Home Privilèges veut depoussiérer le marché	6
Flash infos économie (21 janvier 2022)	Services : Home Privilèges s'implante à Lyon	9
Franchise Magazine (24 janvier 2022)	Des Franchiseurs témoignent	10
Franchise Magazine (24 janvier 2022)	Leurs projets pour 2022	14
Toute la Franchise.com ((25 janvier 2022)	Home Privilèges ouvre sa première agence à Toulouse	15
Toute la Franchise.com ((25 janvier 2022)	Home Privilèges ouvre une nouvelle agence à Rueil-Malmaison	17



Ouverture d'agence

Home Privilèges duplique en franchise son concept de ménage et repassage à domicile

Positionné sur le segment premium, le réseau Home Privilèges, spécialiste du ménage et du repassage à domicile, entend se dupliquer en franchise et prévoit d'ouvrir 20 agences d'ici 2025.



Positionné depuis 2006 sur le segment des [services à la personne](#) haut de gamme, le réseau Home Privilèges propose des prestations de ménage et repassage à domicile « premium et sur-mesure », assurées par un personnel expérimenté. « Gouvernantes » et « majordomes » sont en effet recrutés « dans l'hôtellerie de luxe » et formés en interne à des process exclusifs.

« Nous proposons une offre inédite incluant des prestations haut de gamme. C'est la raison pour laquelle nous recherchons des candidats à la franchise dotés d'un sens du service irréprochable », précise dans un communiqué Hélène Moreau, responsable de la franchise Home Privilèges .

Développé en franchise, Home Privilèges compte 5 agences sous cette forme

[Développée en franchise](#) , Home Privilèges compte 5 agences sous cette forme à Bordeaux (ouverte en licence de marque dès 2018), Toulouse, Rueil-Malmaison, Lyon Est et Nantes (qui ont rejoint le réseau en 2021). L'enseigne prévoit d'en ouvrir 20 de plus en France d'ici 2025. Cette expansion se veut « réfléchie et maîtrisée » afin de maintenir « une qualité de service élevée » .

Pour mener à bien ses objectifs de développement, l'enseigne recherche en priorité des salariés en reconversion ou des chefs d'entreprise attirés par le secteur des services à la personne . Elle dispense à ses nouveaux franchisés quatre semaines de formation initiale dans son agence parisienne en propre : deux semaines de formation théorique et deux semaines de formation pratique sur le terrain.

Home Privilèges prévoit d'ouvrir 20 agences de plus en France d'ici 2025





Positionné comme prestataire, Home Privilèges se spécialise depuis sa création dans le recrutement et le placement d'employés de maison. De même, ses franchisés sont employeurs des intervenants à domicile (alors qu'en mode mandataire, le franchisé recrute un intervenant pour le compte du bénéficiaire, qui en sera l'employeur). L'enseigne s'assure ainsi que le client puisse compter sur l'intervention du même employé de maison pendant la durée de son contrat.

Home Privilèges a été fondé par [Corinne Duplat, directrice générale du réseau Les Menus Services](#). Spécialiste du portage de repas, ce dernier, développé en franchise depuis 2006, a fêté sa 100^{ème} agence en juillet 2021 et table sur une croissance d'environ 20 nouvelles unités par an. Les deux entités sont des filiales du groupe Jade Services.





Services à la personne : la franchise Home Privilèges veut dépoussiérer le marché

mercredi 19 janvier 2022, par [Camille Boulate](#)

Le groupe Jade Services, maison-mère de l'enseigne Les Menus Services, commence le développement en franchise de son réseau Home Privilèges. Axé sur les prestations haut de gamme de ménage et de repassage, Home Privilèges vise une clientèle CSP+ et compte bien asseoir sa notoriété dans les principales villes de France.

Le marché des [services à la personne](#) continue de séduire les franchisés mais aussi les enseignes. Le groupe Jade Services, maison-mère du réseau spécialisé dans le portage de repas à domicile, vient d'amorcer le développement en franchise d'une nouvelle marque. Baptisée Home Privilèges, cette nouvelle enseigne, dont la première agence tenue en succursale a vu le jour en 2006, se focalise sur les prestations haut de gamme de ménage et repassage.

*"On a souhaité dupliquer ce modèle qui fonctionne très bien en franchise, explique **Hélène Moreau, responsable de la franchise Home Privilèges**. L'idée étant de proposer des prestations premium et sur-mesure, dans un esprit Grand Hôtel."*

Le modèle économique de l'enseigne ne repose pas nécessairement sur une agence physique mais sur l'accompagnement et l'ultra-personnalisation des prestations. *"Le franchisé qui veut ouvrir une agence qui a pignon sur rue pourra le faire. Mais nous recommandons uniquement d'avoir des bureaux dans l'une des rues les plus prestigieuses du centre-ville pour recevoir les intervenants. Pour les clients, 95 % d'entre eux nous contactent par Internet. Pour le reste, tout se passe au domicile du client, de la première visite commerciale au suivi des prestations",* détaille Hélène Moreau.

Marché de niche

Si le secteur des services à la personne est déjà très concurrentiel avec un certain nombre d'acteurs spécialistes et multi-services, Home Privilèges évolue sur un marché de niche avec comme cœur de cible les clients CSP +. *“Nos clients gagnent bien leur vie. Le haut de gamme est une niche, où les clients veulent avant tout de la qualité dans la prestation. Et de la personnalisation. Nous avons des process spécifiques pour le pliage des serviettes ou des draps par exemple qui rappellent ceux des grands hôtels”*, insiste Hélène Moreau. Logiquement, le coût des prestations est plus élevé et oscille entre 26 euros et 40 euros de l'heure. Pour un panier moyen d'environ 6 heures par semaine. *“Pour que le travail soit bien fait, nous sommes sur des prestations de 3 heures”*, souligne Hélène Moreau. Pour devenir franchisé Home Privilèges, pas besoin d'être issu du secteur des services à la personne. La tête de réseau s'intéresse particulièrement aux personnes en reconversion.

“Nous aimons les ex-salariés qui ont déjà managé des équipes et qui ont une appétence pour les ressources humaines. Car c'est un métier où il faut toujours avoir un pied dans le recrutement”, **insiste la responsable de la franchise.**

Business model atypique

Outre les prestations assez classiques de ménage et repassage, la particularité de l'enseigne Home Privilèges reste de proposer des prestations de gouvernante ou de major d'homme. *“Là, par exemple, en fonction des besoins des clients, il s'agira de s'occuper de tout ce qui est machine à laver le linge ou la vaisselle, de faire des courses complémentaires si besoin, etc. Nous sommes dans l'ultra-personnalisation des prestations. Ce qui rassure les clients c'est aussi le fait d'avoir affaire qu'à une seule et même intervenante”*, développe Hélène Moreau. Et la responsable de la franchise l'assure : une assistante ménagère peut clairement évoluer à ce poste de gouvernante, plus attractif en matière de missions mais également de rémunération. Pour chapeauter le tout, outre le franchisé qui gèrera son entreprise et le recrutement des intervenants, un coach sera nécessaire pour accompagner, épauler et contrôler le travail des assistantes ménagères et gouvernantes.

“Idéalement, un coach accompagnera une trentaine d'intervenants. Pour les profils, c'est très variable. Cela peut être des personnes qui viennent de l'hôtellerie et qui connaissent bien les procédures des grands hôtels. On aime bien ce type de profils car ils ont de l'expérience. Cela peut être également des assistantes ménagères que l'on fait monter en compétences et qui ont de l'appétence pour la formation”, **analyse Hélène Moreau.**

Pour atteindre l'équilibre financier, une agence Home Privilèges a besoin d'une dizaine d'intervenants pour une cinquantaine de clients. *“Mais tout dépendra de comment le franchisé se développera”*, insiste la responsable franchise.

Une vingtaine d'agences d'ici 2025

Si le réseau possède une agence pilote à Paris depuis 2006 et une seconde agence en licence de marque à Bordeaux, la franchise semble désormais faire partie de la stratégie d'Home Privilèges. En 2021, quatre franchisés ont rejoint l'enseigne à Lyon, Toulouse, Rueil Malmaison et Nantes. L'objectif : accueillir 3 à 5 franchises par an. *“Nous voulons un développement maîtrisé. Car nous sommes aussi dans un accompagnement poussé de nos futurs membres. On les chouchoute”*, affirme Hélène Moreau. L'enseigne affiche toutefois ses ambitions et souhaite atteindre 25 agences d'ici 2025.

“Nous sommes en train également d'étudier la possibilité de nous installer sur des villes plus petites de 16 000 à 20 000 habitants. Une fois que nous aurons maillé les principales grandes et moyennes villes, nous serons à une cinquantaine d'agences et ce sera déjà satisfaisant. Nous avons déjà des candidats potentiels pour Nice, Orléans ou encore Reims. Nous aimerions aussi nous installer à Strasbourg”, **détaille Hélène Moreau.**

Côté chiffres, devenir franchisé Home Privilèges nécessite 60 000 euros d'investissement, dont 20 000 euros HT de droits d'entrée et 8 000 euros HT de formation, pour un apport demandé situé entre 10 000 et 20 000 euros. *"Au bout de deux ou trois ans, le franchisé peut atteindre un chiffre d'affaires de 250 000 euros. Mais là encore, cela dépend de sa motivation, de son implication et de son potentiel de développement"*, conclut Hélène Moreau.



Camille Boulate

Suivre



<http://officieldelafranchise.fr/actualites/lactualite-vue-par-la-redaction/services-a-la-personne-la-franchise-home-privileges-veut-depoussierer-le-marche-19012022>

Famille du média : **Médias professionnels**

Périodicité : **Quotidienne**

Audience : **7500**

Sujet du média : **Economie-Services**



Edition : **21 janvier 2022 P.1**

Journalistes : -

Nombre de mots : **43**

69 / SERVICES : Home Privileges s'implante à Lyon

Déjà présente à Paris et Bordeaux via 5 agences, **HOME PRIVILEGES / T** : 01.40.84.87.80 (*siège social à Boulogne-Billancourt/Hauts-de-Seine*), enseignante experte du ménage et repassage à domicile, ouvre sa première agence à Lyon.
www.homeprivileges.fr



Choisir son réseau

Conseils

Des franchiseurs témoignent

Quel conseils pourriez-vous donner à des personnes qui veulent créer leur entreprise et qui envisagent de se lancer dans votre secteur ? Dix franchiseurs ont répondu à nos questions : voici leurs témoignages.

Propos recueillis par Vincent Pompougnac



74 franchise-magazine.com - Guide de la Franchise 2022





*Baptiste Cotte,
Directeur général de L'Eau Vive*

► « Le conseil que je pourrais apporter, c'est de bien regarder quelle est l'ambition de l'enseigne avec laquelle vous voulez nouer un partenariat. Quelle est sa stratégie ? Avec quelles valeurs ? Avec quelle manière ? Quel est le projet d'entreprise qui sera développé ? En ce qui concerne le secteur du bio, une vraie polarité est en train de s'opérer entre deux types d'acteurs : des acteurs historiquement présents dans l'univers du bio, animés par les valeurs qui vont avec, dont fait partie L'Eau Vive. Mais aussi des acteurs plus opportunistes, qui ont un projet de développement fort pour leur réseau de magasins bio, et ont recours à des méthodes qui sont plutôt celles de la grande distribution. Donc, la question de fond que je me poserais, si j'étais en réflexion autour d'un projet de création de magasin bio, ce serait : « Est-ce que je veux contribuer à un système qui est celui de la grande distribution à travers une enseigne bio ? Ou est-ce que je veux donner du sens à mon activité jusqu'au bout du projet, en portant les valeurs d'indépendance d'une entreprise qui a plus de quarante ans d'expérience dans le métier et qui ne fait pas ça par opportunisme, mais par conviction ? ». La question qu'un entrepreneur doit se poser aujourd'hui,

c'est : « Quel est le projet auquel je veux adhérer ? », et dans quelle mesure il est cohérent jusqu'au bout avec la distribution de produits bio. »



*Sylvia Touboul Barretea,
Responsable Pôle Développement
de La Mie Câline*

► « Pour convaincre un postulant, je m'appuie surtout sur la dernière enquête réalisée par L'Indicateur de la Franchise, dans laquelle nos franchisés nous disent bon franchiseur à hauteur de 99,2 %. Je trouve que c'est déjà assez convaincant. En plus, leur taux de satisfaction est de 87,59 %, soit cinq points au-dessus de notre benchmark. Donc, j'ai envie de dire aux porteurs de projet : « Venez nous voir ! Vous questionnez nos franchisés et eux vous diront si vous faites bien de nous rejoindre ou pas ». Mais je pense que oui, parce qu'ils ont l'air très satisfaits, et nous aussi. En fait, la crise sanitaire nous a globalement fait prendre conscience que nous étions très solidaires les uns des autres ; et elle a consolidé encore davantage l'esprit familial du groupe. Aujourd'hui, on peut dire que nous sommes tous très liés, et très fiers de ce que nous avons fait. Et nous avons très hâte d'accueillir de nouveaux franchisés dans notre belle et grande famille La Mie Câline ! »



*Jimmy Dacquin,
Fondateur de la franchise O P'tit Môme*

► « Mon conseil, c'est : « Faites-nous confiance ». Aujourd'hui, nous avons un savoir-faire et une expertise. Nous avons aussi tissé des liens relationnels avec les services de Protection Maternelle et Infantile (PMI) dans les différents départements où nous sommes déjà implantés, donc nous avons une expertise avec ces institutions. Aujourd'hui, nous n'avons connu aucun échec dans nos entreprises malgré la crise sanitaire, car nous nous sommes réinventés en organisant des webinaires chaque mois, où nous avons pu échanger tous ensemble sur des points d'actualités, des problématiques que l'on rencontre quand on est un jeune chef d'entreprise. Donc nous avons cette chance : tout le monde vit bien dans notre réseau. »

« Appuyez-vous sur une franchise, parce que vous deviendrez chef d'entreprise, mais dans un réseau, or c'est important de pouvoir échanger et de ne pas être seul. »

Alexandre Baudaire, Directeur général délégué de l'enseigne La Boucherie.





*Sébastien Cogez,
Directeur délégué de la franchise APEF*

► « Le premier conseil que je donnerais à une personne qui veut se lancer dans l'entrepreneuriat dans un métier comme celui des services à la personne, c'est d'être accompagné par une franchise. C'est vraiment une aide, parce que c'est un métier extrêmement réglementé, qui demande une veille juridique permanente. Donc, faites-vous accompagner par un réseau qui a de l'expérience et qui a les compétences : c'est vraiment le plus important. Et choisissez bien votre réseau, car les deux se choisissent : franchiseur et franchisé, c'est comme pour un mariage.

Donc, rencontrez des réseaux : allez à leur rencontre, allez rencontrer leurs dirigeants, allez rencontrer des franchisés. Et enfin, faites-vous accompagner dans la création de votre dossier, pour faire le meilleur choix possible. Parce que créer une entreprise, c'est

à la fois un projet professionnel, mais aussi un projet de vie et un projet personnel. »



*Corinne Duplat,
DG. en charge du recrutement des
franchisés du réseau Les Menus Services*

► « Nous sommes sur un marché à très forte croissance puisque nous servons des clients âgés de 85 ans en moyenne or, quand on connaît la

démographie française, on sait que la population des + de 80 ans va quadrupler en France dans les vingt prochaines années. Donc le marché est là, et nous sommes un réseau sérieux, adhérent de la Fédération Française de la Franchise, ce qui est un gage de qualité. Nous venons de passer le cap de la 100^{ème} agence et,

ce qui est assez exceptionnel au bout de 18 ans, nous n'avons pas connu de conflits, ni de dépôt de bilan, ni de gros

problèmes. Donc si j'avais un conseil à donner aux porteurs de projet, c'est de ne pas hésiter : nous apportons les preuves que nous sommes un réseau en bonne santé et qu'il y a plein de potentiel sur notre marché. »



*Alexandre Baudaire,
Directeur général délégué
de l'enseigne La Boucherie*

► « Il ne faut pas hésiter longtemps à se lancer dans notre secteur, car nous exerçons un métier formidable : nous vendons du plaisir tous les jours, c'est quand même une dimension incroyable !

Quand on ouvre les portes d'un restaurant, on crée un lieu de vie : c'est aussi une dimension importante au quotidien, ça motive !

Donc il ne faut pas hésiter longtemps : si vous avez envie d'entreprendre dans la restauration, je vous invite à le faire, que ce soit avec nous ou avec d'autres.

Et puis, appuyez-vous sur les enseignes, sur les franchises, parce que vous deviendrez chef d'entreprise, mais dans un réseau, et c'est important de pouvoir bénéficier de cette force de communication, de pouvoir échanger et ne pas être seul. C'est le gros avantage de la

« N'hésitez pas à aller vous renseigner auprès de franchisés déjà installés pour jauger de la qualité du partenariat franchiseur-franchisé, il n'y a rien de mieux. »

*Morgane Larfouilloux,
Développeuse franchise
de l'enseigne Heytens*



franchise. N'hésitez plus : lancez-vous dans la restauration, lancez-vous dans la franchise !

Et si vous aimez la convivialité, et les bonnes viandes de bœuf, n'hésitez pas à venir rejoindre le groupe des restaurants *La Boucherie*. »



*Morgane Larfouilloux,
Développeuse franchise
de l'enseigne Heytens*

► « Je conseillerais forcément de commencer par faire un benchmark sur le choix du franchiseur, c'est très important.

La franchise peut s'apparenter à un mariage, donc il faut que les valeurs du franchiseur et du franchisé soient concordantes puisque, de toute façon, la rentabilité du franchisé fait celle de son franchiseur.

Il faut que le candidat puisse se reconnaître à travers l'histoire du franchiseur, et ses valeurs.

Et surtout, qu'il n'hésite pas à aller sonder le réseau en interne, c'est-à-dire à aller se renseigner auprès de commerçants déjà franchisés, par exemple chez *Heytens* : il n'y a pas meilleur son de cloche et, pour jauger de la qualité du partenariat franchiseur-franchisé, il n'y a rien de mieux. »



*Kevin Fischer,
Directeur Développement
Franchise du réseau Easy Cash*

► « Je pense qu'aujourd'hui, l'essentiel c'est d'avoir une relation de confiance. Beaucoup vont choisir une enseigne selon les chiffres, selon une analyse très comptable. Moi, j'ai aujourd'hui le sentiment que celui qui réussit dans notre métier, ou même plus largement dans un métier, c'est d'abord celui qui se sent à sa place. Donc mon conseil, c'est de faire un choix d'affect, plutôt qu'un choix très théorique et chiffré : cela me paraît être un choix d'avenir dans le sens où, quand un métier vous plaît, vous avez plus de chances de réussir. A condition, bien entendu, de valider certains paramètres. Aujourd'hui, le métier de l'occasion est en pleine explosion. Pour autant, ce n'est pas un métier qu'il faut appréhender si on n'a pas de plaisir à y travailler. De la même manière que vous n'ouvrez pas un restaurant sous prétexte que tel ou tel produit de restauration explose à un moment donné : il faut avoir une certaine appétence, et j'irai même jusqu'à dire une certaine passion, pour pratiquer ce métier-là. Parce que c'est un métier de commerçant, pas de gestionnaire. Et, quand on est

commerçant, on est en permanence au contact de la clientèle, des produits, de ses équipes, on a des difficultés à prendre de la hauteur. Donc la notion d'appétence est importante : à mon sens, c'est véritablement le premier point à vérifier. »



*Yann Jehanno,
Président de la franchise d'agences
immobilières Laforêt*

► « Le premier conseil, c'est évidemment de comparer les enseignes, les offres qui se présentent à vous, en regardant la santé financière de la tête de réseau, sa pérennité. En regardant aussi le staff présent à la tête de réseau, les compétences, le nombre de collaborateurs et de collaboratrices. Mais aussi l'accompagnement au quotidien, aussi bien physique, présentiel (pour les formations, l'animation terrain, les réunions entre franchisés), que distanciel (pour se former, s'informer, commander, s'équiper...). Ce benchmark est nécessaire, mais il y a aussi un côté coup de cœur indéniable : il faut se sentir à l'aise, adhérer à une politique, un état d'esprit, un plan stratégique. Finalement, c'est ce qui emporte la décision, quand les critères plus concrets ont été validés. »





*Benoît Ganem,
PDG du Groupe Flora Nova,
qui développe les enseignes de fleurs
en libre-service Jardin des Fleurs et Oya*

► « Pour un porteur de projet, de manière générale, la période actuelle est aussi une vraie période d'opportunités, dans le bon sens du terme. C'est-à-dire que, à un moment où tout le monde est un peu frileux, c'est peut-être intéressant, pour quelqu'un qui a de l'audace, de prendre des positions, de s'exposer et d'avancer. Surtout si, en plus, il ou elle envisage de le faire en franchise, c'est-à-dire dans un jeu collectif, en bénéficiant du savoir-faire du franchiseur et du réseau. »

« Aujourd'hui, le métier de l'occasion est en pleine explosion. Pour autant, ce n'est pas un métier qu'il faut appréhender si on n'a pas de plaisir à y travailler. »

*Kevin Fischer,
Directeur Développement
Franchise du réseau Easy Cash*

Focus sur le développement

Leurs projets pour 2022

- **Baptiste Cotte, L'Eau Vive** : « Nous visons 3 à 5 ouvertures par an pour le réseau franchisé et entre 2 et 3 ouvertures par an pour le réseau intégré. »
- **Sylvia Touboullic Barreteau, La Mie Câline** : « Nous espérons atteindre les 300 magasins en 2025, ce qui implique une quinzaine de créations par an. »
- **Jimmy Dacquín, O P'tit Môme** : « Notre perspective à fin 2022 est de dépasser 150 franchisés, contre 100 fin 2021. C'est un objectif qui nous semble largement atteignable puisque nos tout premiers franchisés ont aujourd'hui deux, voire trois micro-crèches, et que cela fait aussi partie de notre développement. Nous sommes aussi un réseau qui a la fierté d'avoir enregistré une dizaine de cooptations en très peu de temps. »
- **Sebastien Coge, APEF** : « Nous avons dépassé les 110 agences fin 2021, avec 25 ouvertures sur l'année. Le développement est extrêmement important dans notre stratégie aujourd'hui, car notre raison d'être, c'est de faire vieillir dans la joie : nous proposons à de futurs chefs d'entreprise de s'installer dans tous les territoires qu'ils souhaitent. Car 110 agences, c'est à la fois beaucoup pour un réseau, mais cela laisse encore beaucoup d'opportunités de développement, donc d'opportunités pour des personnes qui veulent créer leur entreprise. »
- **Corinne Duplat, Les Menus Services** : « Le développement du réseau a passé une très belle étape, puisque nous avons fêté la 100^{ème} agence en juillet 2021. Nous avons maintenu, depuis deux ans, une croissance d'environ 20 nouvelles agences par an : c'est un développement dynamique, mais maîtrisé. »
- **Alexandre Baudaire, La Boucherie** : « Nous sommes toujours ambitieux sur le développement : en 2021, nous avons ouvert 12 restaurants, donc nous restons sur un rythme relativement important. Pour les années à venir, nous avons la même ambition, à savoir ouvrir une douzaine d'établissements par an, pour couvrir l'ensemble du territoire français. »
- **Morgane Larfouilloux, Heytens** : « Nous souhaitons développer le réseau français sous enseigne Heytens, qui compte à ce jour une quarantaine de franchisés et devrait raisonnablement doubler, pour atteindre 80 points de vente d'ici trois ou quatre ans. »
- **Yann Jehanno, Laforêt** : « Notre objectif n'est pas nécessairement d'empiler les points de vente. Le réseau Laforêt a fêté ses 30 ans en 2021, ce qui signifie qu'une partie du parc d'agences immobilières se renouvelle, change de main, avec des franchisés qui partent à la retraite, transmettent à leurs enfants, à leurs collaborateurs ou à d'autres repreneurs, et que nous aidons dans cette démarche. D'un autre côté, il nous reste 200 territoires à conquérir en France. »
- **Benoît Ganem, Le Jardin des Fleurs et Oya** : « Cela fait quelques années qu'on a un développement en interne sur nos deux réseaux : c'est-à-dire que des franchisés souhaitent céder, et leurs magasins sont repris par des salariés. Ce ne sont pas des magasins en plus, mais cela garantit la pérennité du réseau, avec des gens qui réussissent brillamment. Il y a aussi des magasins à vendre pour lesquels nous n'avons pas de repreneurs en interne, donc nous recrutons des candidats à la reprise. »



Home Privilèges ouvre sa première agence à Toulouse

Tout nouvel acteur en franchise sur le segment du ménage et repassage à domicile, Home Privilèges se positionne en prestataire assurant des services de qualité par un personnel expérimenté. Déjà présent à Paris et Bordeaux, le réseau a pour ambition de se développer sur tout le territoire français et installe sa première agence à Toulouse.



« J'observe un réel besoin de prestation de ménage haut de gamme »

Home Privilèges continue son expansion et a choisi de s'installer pour la première fois en région Occitanie. C'est à Toulouse que le réseau ouvre sa nouvelle agence avec à sa tête **François-Loïc Lefèvre**.

Franchisé dans le secteur depuis 10 ans, François-Loïc Lefèvre élargit l'offre toulousaine de service à la personne avec Home Privilèges. « Etant moi-même installé dans le secteur depuis plusieurs années, j'observe un réel besoin de prestation de ménage haut de gamme. C'est la raison pour laquelle j'ai décidé d'adapter mon offre à cette clientèle », avoue le chef d'entreprise toulousain.

L'inauguration de cette nouvelle agence intervient dans le cadre d'un [développement du réseau réfléchi et maîtrisé](#) afin de conserver une **qualité de service élevée**. Home Privilèges vise ainsi l'ouverture de 20 agences en France d'ici 2025.

Révolutionner l'aide-ménagère avec Home Privilèges

Dans un esprit Grand Hôtel, Home Privilèges propose des **prestations de repassage et de ménage premium et sur-mesure**. Recruté(e)s dans l'hôtellerie de luxe et formé(e)s en interne aux process exclusifs Home Privilèges, les gouvernant(e)s, majordomes et assistant(e)s ménagèr(e)s sont expérimentés et minutieux.



Famille du média : **Médias professionnels**Audience : **211288**Sujet du média : **Economie - Services****25 Janvier 2022**

Journalistes : -

Nombre de mots : **2325**www.toute-la-franchise.com

p. 2/2

[Visualiser l'article](#)

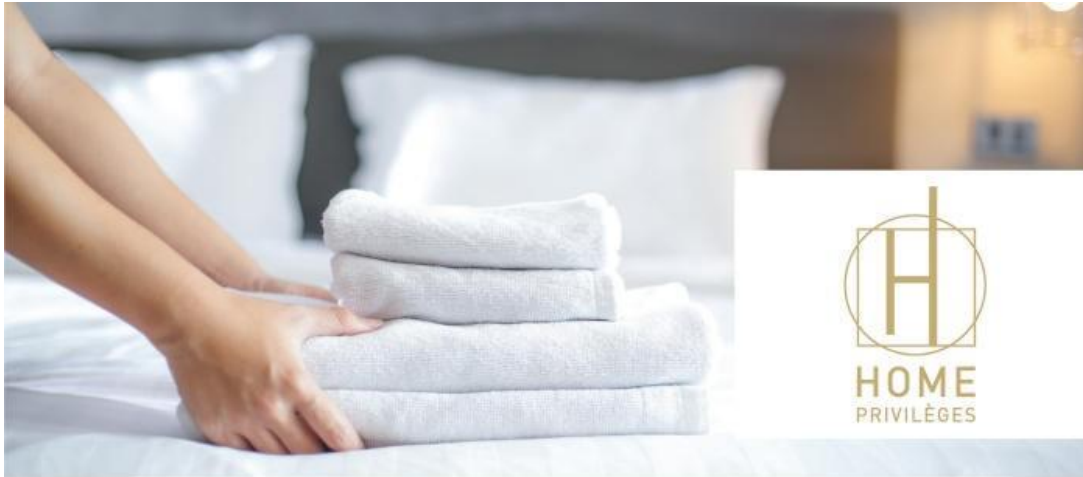
Ils assurent des prestations de ménage et repassage soignées au domicile de leurs clients. Leur connaissance des matériaux nobles permet d'adapter leurs interventions et de respecter chaque intérieur. Le lit, la poussière, le linge, rien n'est laissé au hasard et toutes les tâches sont effectuées avec un soin tout particulier.

Vous souhaitez en savoir plus sur le concept du groupe ? Rendez-vous sur sa fiche personnalisée pour **découvrir [comment devenir franchisé Home Privilèges](#) !**



Home Privilèges ouvre une nouvelle agence à Rueil-Malmaison

L'enseigne de ménage et repassage à domicile au positionnement haut-de-gamme **Home Privilèges** poursuit son développement en franchise avec l'ouverture d'une nouvelle agence, la troisième du réseau, à **Rueil-Malmaison**.



L'art du ménage et du repassage haut de gamme

HOME PRIVILÈGES OUVRE SA PREMIÈRE AGENCE À RUEIL MALMAISON

Un entrepreneur accompli rejoint **Home Privilèges**

Avant d'être **franchisé Home Privilèges à Rueil-Malmaison**, Emmanuel Bellanger était ingénieur. Il a ainsi travaillé pendant près de 15 ans pour diverses filiales du groupe Bouygues, au sein duquel il a gravi les échelons jusqu'à devenir General manager Iran pour Bouygues Bâtiment International.

Fort de cette expérience, Emmanuel Bellanger a ensuite été brièvement directeur général adjoint d'une entreprise de logistique européenne. Porté par son envie d'entreprendre, il décide donc de **devenir franchisé Home Privilèges** pour **ouvrir son agence à Rueil-Malmaison**.

« L'aide au ménage est un métier indispensable qui nécessite d'être valorisé. **Home Privilèges** mise sur deux valeurs fondamentales : la bienveillance et l'exigence. On ne trouve que peu d'offres de ce type dans la région malgré une forte demande », explique-t-il.

Objectif : 20 agences en 2025

Créée en 2006 puis lancée en franchise en 2019, l'enseigne **Home Privilèges** souhaite conserver un rythme de



Famille du média : **Médias professionnels**Audience : **211288**Sujet du média : **Economie - Services****30 Janvier 2022**

Journalistes : -

Nombre de mots : **1942**

www.toute-la-franchise.com

www.toute-la-franchise.com

p. 2/2

[Visualiser l'article](#)

développement maîtrisé afin de conserver la qualité de services élevée qui fait l'identité de la marque.

Home Privilèges propose en effet des prestations de **repassage et de ménage premium et sur-mesure** , dans un esprit Grand Hôtel.

C'est pourquoi la tête de réseau s'est fixée pour **objectif d'atteindre d'ici 2025 20 agences en France** .

Alors si vous souhaitez **ouvrir une agence de ménage et de repassage haut-de-gamme** avec une enseigne exigeante et unique en son genre, rendez-vous sur la fiche [franchise Home Privilèges](#) pour en savoir plus.

