



# Les crèches d'entreprise séduisent de plus en plus d'employeurs

*C'est un moyen de fidéliser les salariés, de limiter les congés parentaux et de lutter contre l'absentéisme.*

**MARIE-CÉCILE RENAULT**  @firenault

**ENTREPRISE** Avec 800 000 naissances par an et 2,5 millions d'enfants de moins de 3 ans, la France manque aujourd'hui de 380 000 places en crèche. Résultat, la garde d'enfant tourne souvent au casse-tête pour les parents, pénalisant en particulier le travail des femmes. Si les nounous à domicile ou les assistantes maternelles offrent une alternative, la crèche reste le mode de garde préféré pour 70 % des familles, car il est le moins onéreux et le plus sécurisant.

Les employeurs l'ont bien compris et sont de plus en plus nombreux à investir dans des crèches d'entreprise, perçues comme un moyen de fidéliser leurs salariés, de limiter le recours aux congés parentaux, de lutter contre l'absentéisme mais aussi de valoriser leur marque. Alors qu'il y a dix ans seulement 2 % des entreprises du SBF 120 réservaient des places en crèche pour leurs salariés, elles sont aujourd'hui 52 %.

Cet engouement a été encouragé par la multiplication ces dernières années d'entreprises qui se sont fait une spécialité de bâtir et gérer des crèches, à l'instar de Babilou, les Petits Chaperons Rouges, People & Baby, etc. Le principe est simple : ces sociétés conçoivent, créent et gèrent des crèches dans lesquelles les entreprises réservent des berceaux pour leurs salariés.

Le parent salarié paie le même tarif que dans une crèche municipale. Son entreprise complète par une cotisation, mais elle profite d'avantages fiscaux : la cotisation est déductible de l'impôt sur les sociétés (IS) et 50 % de la cotisation à la très petite entreprise (Light and Shadows...), à qui elle permet

de réserver un ou plusieurs berceaux sur l'ensemble de son réseau : à côté du domicile, sur le trajet entreprise-maison ou près du lieu de travail.

## Manque de professionnels

Avec entre 10 et 30 nouvelles crèches ouvertes chaque année, Babilou, qui compte 4 000 collaborateurs, enregistre une très forte croissance brute est remboursable au titre du crédit d'impôt famille (CIF). Au final, plus de 80 % du coût est donc pris en charge par l'État.

Créé en 2003 par les frères Rodolphe et Édouard Carle, Babilou, leader du secteur, compte aujourd'hui 300 crèches réparties sur toute la France, où sont accueillis 12 000 enfants chaque semaine. Babilou compte 700 entreprises clientes, du grand groupe (IBM, L'Oréal, Renault, Alstom...) croissance et effectue 600 recrutements par an. Son développement se heurte toutefois au déficit de professionnels de la petite enfance. « On manque d'éducatrices de jeunes enfants, d'auxiliaires de puériculture, de psychomotriciennes », confirme Ivonne Carelli, directrice de territoire chez **Babilou**.

Même succès pour le pionnier du secteur avec 200 crèches ouvertes depuis 2000, les Petits Chaperon Rouges, créé par l'entrepreneur Jean-Emmanuel Rodocanachi qui a inauguré début septembre 10 nouvelles structures, notamment en Moselle avec Arcelor Mittal, ou en Rhône-Alpes avec les Hospices civils de Lyon. Quant à People & Baby, créé en 2004 par Odile Broglin, infirmière puéricultrice, il propose actuellement 101 offres d'emploi sur son site Internet... Un dynamisme à laisser parfois bien d'autres secteurs d'activité ! ■

## Dior Parfums bichonne les enfants de ses salariés près d'Orléans

La crèche de Dior Parfums, à Saint-Jean-de-Braye, a été construite par l'entreprise Babilou, qui en est propriétaire et gestionnaire. BABILOU



Les parents en ont rêvé, Dior l'a fait ! Horaires extensibles (de 5 h 30 le matin à 21 heures le soir), locaux dernier cri, jardin intérieur planté de végétaux, cuisinière à demeure pour préparer des petits plats maison... la nouvelle crèche, conçue par Dior Parfums et Babilou, qui vient d'ouvrir ses portes à Saint-Jean-

de-Braye, près d'Orléans, est un modèle du genre.

Installées à 600 mètres du site de production Dior Parfums où travaillent 1 500 salariés, les trois petites maisons blanches, reliées entre elles par un corridor vitré laissant passer la lumière, offrent une atmosphère apaisante... Chaque maisonnette porte le nom d'un endroit cher au célèbre créateur : « Milly » en référence à sa maison de campagne de Milly-la-Forêt, « Granville » où il avait sa maison d'enfance, et « Montaigne » en référence à son hôtel particulier parisien.

Trois maisons qui correspondent à trois sections d'âges mélangés, afin de ne pas séparer les fratries, avec une architecture qui privilégie des grands volumes blanc et gris - les couleurs de la marque - et la lumière.

A l'intérieur, ces couleurs de la marque sont de nouveau à l'honneur : rose poudré pour une maison, bleu roi pour l'autre, gris

pour la troisième. Avec une pointe de vert, en référence au muguet, fleur fétiche du créateur. « La cour intérieure, arborée et fleurie, vise aussi à reprendre les senteurs de la marque, et recréer l'écrin des jardins Dior », indique Valérie Lachaux, directrice internationale des ressources humaines de Dior Parfums. Nous avons vraiment voulu créer un écrin pour nos babies Dior, un cocon pour nos enfants. »

### Mêmes tarifs que dans une crèche municipale

Quinze salariés travaillent sur les lieux, sous la direction d'Anne-Sophie Gille, ancienne infirmière puéricultrice. Eux non plus ne sont pas oubliés : ils bénéficient au sommet de la crèche d'un solarium, vaste terrasse leur permettant de s'isoler pour un temps de repos !

Construite par l'entreprise Babilou, qui en est propriétaire et gestionnaire, cette crèche modèle compte 30 berceaux : 28 sont

réservées à Dior qui est le réservataire principal et 2 accordées à des familles extérieures. Pour les parents, les tarifs sont les mêmes que dans une crèche municipale, calculés en fonction de leur salaire et nombre d'enfants, et ils conservent les mêmes droits à la caisse d'allocations familiales (CAF).

Bien sûr, Dior complète en participant au financement, soit 13 500 euros environ (avant déductions fiscales) par an et par enfant. « C'est un investissement de l'entreprise qui correspond à une démarche fondamentale de notre politique de ressources humaines. Pour Dior, il est essentiel de prendre soin de ses collaborateurs », indique Valérie Lachaux. Initiée il y a quatre ans avec l'ouverture d'une première crèche à Paris, cette politique vise à instaurer une vraie qualité de vie au travail, mais aussi encourager l'esprit d'équipe et de solidarité. Une initiative qui fera bien des envieux ! ■ M.-C.R.