

Les agences privées de garde d'enfants : entre promesses aux parents et réalité du marché

Hélène Malarmey, docteure en sociologie au Cnam

Publié le 10 septembre 2026 – Mis à jour le 10 septembre 2026

Avec la rentrée scolaire, la question du recrutement des adultes qui gardent les enfants est au cœur des préoccupations. En complément, voire en substitution, de l'accueil collectif dans les établissements scolaires, les parents se voient proposer depuis quelques décennies les services d'agences spécialisées.



Les parents cherchent avant tout des profils d'intervenants qui vont stimuler les compétences de leurs enfants, au-delà du simple service de garde.

L'ESSENTIEL

Face à la pénurie de modes de garde, de nombreuses agences privées proposent leurs services aux familles.

Ces entreprises mettent en scène leur expertise dans le recrutement de professionnels de la petite enfance.

Les conditions d'emploi proposées interrogent les lacunes du service public en matière de garde périscolaire.

Avec la rentrée scolaire, la question du recrutement des adultes qui gardent les enfants est au cœur des préoccupations. En complément, voire en substitution, de l'accueil collectif dans les établissements scolaires, les parents se voient proposer depuis quelques décennies les services d'agences spécialisées.

Ces entreprises privées recrutent et embauchent des gardes d'enfants qui récupèrent les enfants après l'école et restent au domicile familial jusqu'au retour des parents.

En déboursant entre 19 et 25 euros pour une heure de prestation, la clientèle achète l'assurance de se voir affecter une professionnelle de la garde d'enfants, tout en bénéficiant des aides publiques disponibles pour alléger la facture en fin de mois (les aides de la CAF pour les familles avec au moins un enfant de moins de 6 ans et la réduction ou crédit d'impôt de 50 % de la prestation payée).

L'enquête menée dans le cadre d'une [thèse de sociologie sur la sous-traitance des activités domestiques](#) éclaire les ressorts du recrutement des gardes d'enfants.

En agence, la promesse d'une sélection rigoureuse ?

Les agences surfent sur les inquiétudes des parents à confier les clés de leur maison et leur enfant à une inconnue. Très visibles dans l'espace public grâce à d'importantes campagnes d'affichages publicitaires, elles cherchent à se distinguer des acteurs associatifs et publics historiquement présents sur le marché en communiquant sur leur professionnalisme.

Pour mettre en confiance les parents, les agences déploient un registre de légitimation de leur service de garde. La construction des sites Internet, des supports publicitaires et du discours commercial des recruteuses visent à éclairer leur expertise sur le marché : elles sauraient identifier les besoins des parents, mais aussi les indices qui distinguent la bonne professionnelle de la mauvaise et connaîtraient les canaux de recrutement d'une main-d'œuvre difficile à trouver.

Régulièrement en contact téléphonique avec la clientèle, les recruteuses valorisent autant leurs propres diplômes et expériences auprès des enfants que celles des intervenantes. La mise en scène de leur expertise est un gage de plus face à une clientèle en quête du service « sur-mesure » promis et d'une forte flexibilité dans l'organisation des prestations.

Une clientèle exigeante

Constituée essentiellement de couples aisés avec de jeunes enfants, la clientèle cherche à assouplir l'articulation entre sa vie professionnelle et personnelle. Les parents-clients exercent à des postes à responsabilité, avec des horaires de travail extensifs ou décalés qui rendent ardue la jonction entre la sortie d'école et la fin de leur journée de travail. Les mères, en particulier, sont confrontées à la double injonction d'être disponibles pour leurs enfants et de faire carrière, alors même qu'elles subissent une [inégalité répartition des tâches domestiques](#) et [parentales](#) au sein de leur couple.

Elles trouvent auprès des agences une manière de ne pas entraver leur carrière et d'arrêter de « courir partout » entre la fin du travail et le moment de récupérer les enfants à l'école. Elles peuvent ainsi épargner leur temps de travail mais aussi optimiser le temps passé en famille dans le but de tendre vers le modèle de parent actif mais disponible pour ses enfants.

L'intervenante recherchée doit alors [s'inscrire dans un prolongement du rôle parental](#). Cette variable d'ajustement, disponible toute l'année scolaire, doit être capable de préparer les enfants pour le retour de leurs parents au domicile en réalisant toutes les tâches pratiques indispensables (récupérer les enfants à l'école, donner le goûter, faire les devoirs, la douche, le repas, etc.). De cette manière, les mères garantissent la réalisation de moments familiaux préservés des contraintes gestionnaires. La sélection repose également sur un fort contrôle social du profil de l'intervenante et de sa conformité aux valeurs éducatives et morales de la famille.

Une mise en relation sous contrainte

Face à ces fortes attentes, [l'enquête montre que les agences sont rarement capables d'offrir le « sur-mesure » qu'elles promettent à la clientèle](#). Les recruteuses sont en effet contraintes par le vivier de candidates dont elles disposent, au profil souvent en décalage avec les attentes parentales : la main-d'œuvre disponible est peu qualifiée dans le domaine de la petite enfance et exerce souvent de manière temporaire, à défaut ou en parallèle d'un autre emploi.

Les profils les plus recherchés par les parents – l'étudiante de bonne famille capable de stimuler les compétences scolaires et sociales des enfants, ou la professionnelle diplômée détenant les compétences professionnelles pour veiller au soin des très jeunes enfants – postulent rarement en agence. Celles embauchées n'y restent que quelques mois, le temps de trouver une opportunité professionnelle plus avantageuse, souvent en emploi direct.

Le vivier des agences se compose plutôt de retraitées de classe populaire ou employées à temps partiel en recherche d'un complément de salaire, ou encore d'apprenties aux métiers de la petite enfance – qui ne sont pas encore diplômées mais constituent une main-d'œuvre très bon marché et malléable.

Des conditions d'emploi peu attractives

Être embauchée en agence suppose la contraction d'un contrat de travail en CDD ou CDI, à temps très partiel et à faible rémunération. Dans une des agences sur laquelle repose l'enquête, caractérisée par une activité importante, la main-d'œuvre réalise en moyenne des prestations de 10 heures de garde par semaine, entre 16h et 19h, du lundi au vendredi. Payées au SMIC horaire, les intervenantes touchent entre 300 et 400 euros en moyenne par mois.

À la faible amplitude horaire, qui rend difficile de vivre uniquement du revenu de cet emploi, s'ajoutent des conditions de travail peu avantageuses : des trajets parfois aussi longs que la durée de la prestation, l'important travail relationnel auprès de l'agence afin de capter des missions en plus et l'incertitude quant au montant de la rémunération du mois.

Ces conditions s'expliquent par la spécificité des prestations, qui se concentrent au même moment de la journée et sont souvent annulées lors des vacances scolaires, alors que les contrats de travail sont rarement annualisés.

Forcer l'appariement

Malgré le décalage structurel entre les attentes parentales et le profil social des intervenantes, les agences sont également contraintes par un objectif de rentabilité intrinsèque à leur activité. Pour assurer la réalisation des prestations, les recruteuses manœuvrent dans le sens d'une réduction de l'offre de service et d'une diminution des exigences des parents.

D'une part, elles n'hésitent pas à écarter les demandes de parents trop spécifiques, pour lesquelles la main-d'œuvre est plus difficile à trouver : des horaires atypiques ou de faible amplitude, une localisation géographique éloignée du vivier de main-d'œuvre, l'exigence d'un permis de conduire, un profil anglophone... La promesse d'un service sur-mesure s'efface au profit de demandes plus standardisées.

D'autre part, les recruteuses opèrent un travail argumentaire en vue d'orienter la demande des parents dans le sens de leurs propres intérêts économiques et managériaux. En accompagnant les parents à renoncer à l'intervenante idéale et à faire le deuil de leurs attentes, elles les réajustent à la baisse afin de faire converger la demande en fonction de la main-d'œuvre disponible.

Cette stratégie leur permet de concentrer leurs efforts sur les prestations qui ont le plus de chance d'être pourvues. Les parents qui n'ont d'autres solutions de garde se résignent plus facilement à un *matching* imparfait, d'autant que les recruteuses « dramatisent » l'état du marché du travail, en évoquant la « pénurie » de main-d'œuvre qui frappe le secteur.

Une solution par défaut

L'enquête met en évidence trois résultats concernant la garde périscolaire. Premièrement, elle est un besoin indispensable aux parents qui travaillent, et notamment aux mères qui peinent à articuler leurs contraintes professionnelles et familiales. Deuxièmement, de mauvaises conditions d'emploi ne permettent pas de répondre à une demande pérenne (sur toute l'année scolaire). Troisièmement, les entreprises privées de garde d'enfants constituent une solution à défaut de mieux pour combler les lacunes du service public en matière de garde périscolaire.

Persévérer dans la marchandisation des services aux particuliers, en offrant des prestations à très faible amplitude horaire, très peu rémunératrices et sans possibilité de valoriser les métiers de l'enfance, ne vont pas dans l'intérêt collectif.

Ces résultats montrent l'urgence de repenser un service public du périscolaire, afin de sortir ces emplois de l'économie lucrative dans laquelle ils sont fragmentés et de penser la continuité des besoins quotidiens des familles et des enfants (école, crèche, cantine, etc.).

Hélène Malmey, Docteure en sociologie, *Conservatoire national des arts et métiers (Cnam)*

Cet article est republié à partir de The Conversation sous licence Creative Commons. Lire l'article original.

 | Société | Economie | Recherche | Emploi | Entreprise | Métiers | Santé-social | Travail

<https://recherche.cnam.fr/au-coeur-des-labos/les-agences-privees-de-garde-d-enfants-entre-promesses-aux-parents-e>