

- **Un élargissement des clientèles ciblées** : d'abord destinée aux personnalités de haut rang puis aux cadres supérieurs et aux professions libérales, la conciergerie gagne aujourd'hui toutes les strates professionnelles.
- **L'utilisation de façon plus systématique des services de conciergerie en complément d'un produit ou service « VIP », « haut de gamme » ou « premium »** : Lexus ou Orange ont donné l'exemple en proposant un service de conciergerie intégré dans leurs offres afin de renforcer encore le côté premium de leurs marques.
- **La faillite en France d'un grand nombre de petites structures individuelles de conciergerie** mal ficelées, offrant un service de trop mauvaise qualité pour soutenir la professionnalisation de l'activité de concierge. C'est ainsi que, selon une étude réalisée par nos soins sur un panel de 290 conciergeries françaises référencées en Novembre 2009, 45 (soit 16% environ) d'entre elles étaient fermées en Novembre 2011. Encore plus inquiétant : sur ce même panel, plus de 90% des conciergeries réalisent moins de 50 000 euros de chiffre d'affaires en 2010 avec un capital de 10 000 euros seulement en moyenne.
- **L'apparition des 1ères fédérations et syndicats professionnels autour de la conciergerie**. En Août 2009, l'un des dirigeants du célèbre réseau de conciergeries franchisées Service Personnel lance la Fédération Française de la Conciergerie d'Entreprise (<http://www.ffce.fr>). Malheureusement, suite aux difficultés financières de la société Service Personnel en 2011, la FFCE est mise en sommeil.

Une autre entité s'est créée à Nice à l'été 2010 : le Syndicat National des Conciergeries Privées (<http://www.synacp.fr>).

- **De nombreuses acquisitions/cessions et une concentration du secteur de la conciergerie en France et aux Etats-Unis**: la conciergerie La 25^{ème} Heure a par exemple fusionné ses activités avec le leader To Do Today. Sodexo a acheté en 2007 la conciergerie Circles fondée en 1997 et disposant de 750 employés. Elle l'a ensuite fusionné avec une autre conciergerie rachetée en 2007 sur le marché français, Westborn.

En Janvier 2011, le groupe international d'assistance médicale et de la conciergerie International SOS a racheté VIPDesk.com.

- **Un changement des attentes et des besoins de certaines clientèles** avec la crise: si l'on considère la clientèle haut de gamme par exemple, il est devenu important pour elle depuis le début de la crise de s'assurer qu'elle bénéficie de remises sur ses achats (une étude réalisée en 2009 montre que, quel que soit le niveau de richesse d'une personne, celle-ci sera toujours attirée favorablement par un prix promotionnel). La clientèle haut de gamme essaie donc d'avoir des réductions de prix allant jusqu'à 50% sur les locations de jets privés, yachts etc. Elle serait aussi fortement demandeuse de privilèges comme des surclassements, des cocktails de bienvenue et autres cadeaux d'accueil en passant par une conciergerie.