

ATTACHÉS COMMERCIAUX

Diagnostics sur les métiers en tension structurelle en PACA
ANNEXE TECHNIQUE



Précisions préalables :

La FAP R2Z80 « Attachés commerciaux » comprend des intermédiaires indépendants du commerce, employant de 0 à 9 salariés. Ils sont liés en général à plusieurs entreprises par contrat et peuvent être chargés de visiter pour le compte de celles-ci, dans un secteur déterminé, les acheteurs éventuels, particuliers ou entreprises.

Cette FAP comprend également des salariés : techniciens commerciaux et technico-commerciaux ; représentants en biens d'équipement, en biens intermédiaires, en informatique, commerce inter-industriel ; représentants en biens de consommation auprès d'entreprises ; représentants en services auprès d'entreprises ou de professionnels (hors banque, assurance, informatique). Ces salariés sont chargés de prospector une clientèle de revendeurs, de professionnels ou d'entreprises pour leur présenter ou leur vendre des biens ou des services produits par l'entreprise qui les emploie.

ROME correspondant à cette FAP : D1407-Relation technico-commerciale (*hors techniciens, agents de maîtrise, ingénieurs et cadres*) ; D1402-Relation commerciale grands comptes et entreprise ; D1405-Conseil en information médicale.

Tensions et difficultés de recrutement

Sources : Pôle emploi, Direccte, ORM (OEE, DEE ; Tensions structurelles 2005-2014) ; Pôle emploi (offres diffusées en 2016) ; Pôle emploi, Crédoc (BMO 2012-2017) ; TEC, Medef (enquête, données 2015) – Traitement ORM.

- Ce métier fait partie des 54 métiers (sur 181 observés) qui apparaissent en tension structurelle sur une période de dix ans en région PACA (2005-2014) avec une **tension structurelle modérée de 0,78** (contre 0,55 tous métiers).
- Tension conjoncturelle en 2016 (sur offres diffusées par Pôle emploi)* : 1,76.
- Tension conjoncturelle encore plus élevée dans les départements 04, 05, 13 et 06.
- D'après l'enquête sur les besoins de main-d'œuvre (BMO) :
 - **2 554 projets de recrutement en 2017** en PACA (25^e métier le plus recherché sur 197).
 - Un nombre de projets en hausse régulière depuis 2013. En un an : + 204 projets (soit + 9 %).
 - Une part de projets jugés difficiles *a priori* par les employeurs supérieure à l'ensemble tous métiers (59 % contre 37 %). Un constat également observé les années précédentes.
 - Très peu de projets saisonniers (3 % contre 46 % tous métiers).
- D'après l'enquête TEC au niveau régional en 2015, ce métier présente également des difficultés à pourvoir un poste (53 % contre 34 % tous métiers) et 13 % de postes non pourvus (contre 15 %).

* Offres diffusées par Pôle emploi : offres déposées à Pôle emploi ajoutées aux offres des partenaires. Le niveau de qualification ne pouvant pas être détaillé dans les offres partenaires, cette tension conjoncturelle est « approachante » car elle ne correspond pas toujours à la FAP mais à l'ensemble des ROME qui la composent, sans distinguer le niveau de qualification. Métier dit en tension : métier pour lequel le ratio de tension conjoncturelle est supérieur ou égal à 0,75.

Offres d'emploi enregistrées

Source : Pôle emploi, Direccte (offres d'emploi enregistrées OEE, cumul annuel 2016) – Traitement ORM.

- **4 455 offres d'emploi enregistrées en 2016** par Pôle emploi (soit 1,6 % de l'ensemble des offres).
- Elles concernent principalement le ROME D1402-Relation commerciale grands comptes et entreprise (77 % des offres) et D1407-Relation technico-commerciale (22 %). Le ROME D1405-Conseil en information médicale ne regroupe que 1 % des offres.

DIAGNOSTICS RÉALISÉS
EN PARTENARIAT AVEC :



Diagnosics sur les métiers en tension
structurelle en PACA – Décembre 2017
Directeur de publication : Philippe Cottet
Réalisation : Fanny Bremond et Pauline Gay-Fragneaud

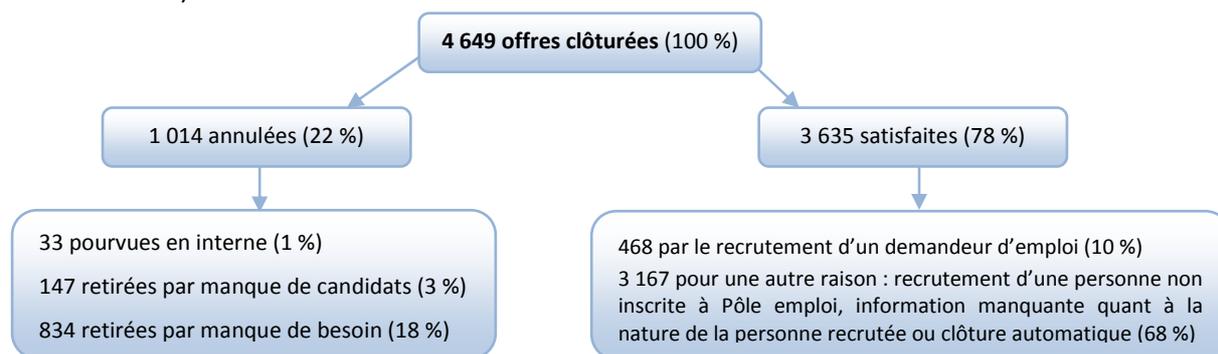


- 83 % des offres portent sur des CDI (41 % tous métiers confondus) et la quasi-totalité sur des postes à temps plein (99 % contre 71 %).
- 67 % des offres concernent des postes d'employés qualifiés (45 % tous métiers) et 22 % des postes de techniciens, agents de maîtrise ou cadres (13 %).
- La majorité des offres exigent d'avoir une expérience d'au moins deux ans dans le métier.
- 60 % des offres émanent de TPE de moins de dix salariés (54 % tous métiers) ; celles sans salariés étant importantes (23 % contre 17 %).
- Les offres proviennent de secteurs variés : 34 % du « Commerce ; réparation d'automobiles et de motocycles » ; 21 % du secteur « Activités de services administratif et de soutien » (majoritairement d'agences de travail temporaire) ; 11 % du secteur « Activités juridiques, comptables, de gestion, d'architecture, d'ingénierie, de contrôle et d'analyses techniques » (majoritairement des entreprises de conseil pour les affaires, conseils de gestion) ; 10 % du secteur « Autres activités spécialisées, scientifiques et techniques » (principalement des régies publicitaires de médias).

Motifs de clôture des offres

Source : Pôle emploi (offres d'emploi clôturées, cumul annuel 2016) – Traitement ORM.

- Parmi les offres d'emploi clôturées en 2016, 78 % ont été satisfaites (83 % tous métiers confondus).
- 18 % ont été retirées par manque de besoin (contre 14 %) et 3 % par manque de candidats (comme tous métiers).



Profil des demandeurs d'emploi

Source : Pôle emploi, Directe (DEFM ABC au 31.12.2016) – Traitement ORM.

- **4 506 demandeurs d'emploi à fin décembre 2016** (soit 0,9 % de la demande d'emploi totale).
- 77 % sont positionnés sur le ROME D1402-Relation commerciale grands comptes et entreprise, 14 % sur le ROME D1407-Relation technico-commerciale et 9 % sur le ROME D1405-Conseil en information médicale.
- Une majorité d'hommes (63 % contre 50 % chez l'ensemble des demandeurs d'emploi).
- Une part élevée de personnes de 50 ans et plus : 29 % (contre 25 %). *A contrario*, une part plus faible de jeunes de moins de 30 ans (20 % contre 27 %).
- 53 % des demandeurs d'emploi ont un niveau supérieur au bac et 25 % un niveau bac (contre respectivement 24 % et 22 %).
- 62 % d'employés qualifiés et 28 % de techniciens, agents de maîtrise ou cadres (contre respectivement 49 % et 12 %).
- Principalement des demandeurs d'emploi expérimentés voire très expérimentés dans le métier : 83 % ont au moins deux années d'expérience (contre 75 % pour l'ensemble) et la part de ceux ayant dix ans ou plus d'expérience est de 43 % (contre 28 %).
- Une majorité inscrite à Pôle emploi depuis moins d'un an : 62 % (contre 59 %).

- Par ailleurs, durant l'année 2016, 3 546 demandeurs d'emploi ont accédé à un emploi d'une durée d'un mois ou plus.

Caractéristiques de l'emploi (contrats, secteurs, taille entreprise...)

Sources : Insee (RP 2013) ; Insee (DADS 2014) – Traitement ORM.

- **39 349 attachés commerciaux sont en emploi** (soit 2,1 % de l'emploi régional en 2013).
- Un nombre d'emplois en très forte hausse : + 11,3 % entre 2008 et 2013 (+ 0,9 % tous métiers confondus).
- Majoritairement des emplois en CDI (79 % contre 73 % tous métiers) et exercés à temps plein (90 % contre 82 %).
- 14 % de non-salariés (comme tous métiers).
- Un salaire mensuel net médian (en ETP) relativement élevé : 2 333 € (contre 1 660 € tous métiers).
- Des emplois majoritairement concentrés dans le secteur d'activité « Commerce ; réparation d'automobiles et de motocycles » : 62 % des emplois. Le reste étant réparti dans des secteurs variés (industrie, services aux entreprises, construction...).
- Par ailleurs, 16 % des attachés commerciaux sont rattachés à la convention collective spécifique des voyageurs, représentants, placiers (VRP). Les autres dépendent des conventions qui encadrent l'activité de leur entreprise : commerce de gros (14 %) ; industrie pharmaceutique (10 %) ; bureaux d'études techniques, sociétés de conseils (convention Syntec, 5%)...
- 34 % des salariés exercent dans une PME de 10 à 49 salariés (contre 24 % tous métiers) et 28 % dans une TPE de moins de 10 salariés (contre 31 %).

Profil et formation des actifs en emploi

Sources : Insee (RP 2013) ; Insee (Enquête emploi continue 2008-2012) ; Insee Analyses, n° 28, mars 2016 – Traitement ORM.

- Une majorité d'hommes (59 % contre 52 % tous métiers).
- 57 % sont âgés de 30 à 49 ans (52 % tous métiers). Les personnes de 50 ans et plus sont légèrement moins représentées dans ce métier (26 % contre 29 %).
- Leur famille professionnelle élargie (R2Z, qui comprend également les représentants auprès des particuliers) présente un taux de retrait pour fin de carrière professionnelle de 12,2 % entre 2016 et 2020 (14 % tous métiers).

Lien avec la formation :

- 47 % ont un diplôme de l'enseignement supérieur, principalement un bac + 2, (contre 37 % tous métiers confondus) et 25 % un niveau bac (21 %).
- Le niveau de diplôme s'est fortement élevé : la part des diplômés de l'enseignement supérieur s'est renforcée chez les jeunes (58 % contre 28 % chez les seniors). Cette élévation du niveau de diplôme est nettement plus marquée sur ce métier que celle constatée pour l'ensemble des métiers.
- Les attachés commerciaux en emploi sont diplômés de filières de formation relativement variées : 21 % ont un diplôme de la filière de formation « Commerce, vente » ; 15 % de la filière « Fonctions transverses des entreprises et des administrations » ; 8 % de la filière « Formations industrielles » ; 5 % de la filière « Fonctions transversales de la production » et 13 % ont un bac de la filière générale.

Caractéristiques des formations et des formés

Sources : EN, Draaf, Drees, Conseil régional, AFPA, Pôle emploi, Afdas, Agefos-PME, Fongecif, Unifaf, Uniformation (base ORM, effectifs en formation 2014) – Traitement ORM.

- Au niveau national, 177 certifications visent le métier d'attaché commercial, dont 68 issues d'universités ; 40 de ministères (Enseignement supérieur, Éducation nationale, Emploi, Agriculture) ; 47 d'écoles de commerce, de chambres consulaires (CCI) ou d'autres organismes de formation et 22 issues de branches professionnelles (CQP).

- Au niveau régional en 2014, **2 129 personnes préparent une des 31 formations certifiantes qui visent ce métier** (tous niveaux confondus) via la formation initiale (voie scolaire et apprentissage), la formation continue des demandeurs d'emploi (FCDE) ou les formations financées par les OPCA ou Opacif.
- 81 % suivent une formation de la filière « Commerce, vente », et 14 % de la filière « Formations industrielles », uniquement sur du niveau BTS-DUT.
- 76 % sont en formation initiale-voie scolaire ; 9 % en contrat de professionnalisation* ; 9 % en apprentissage ; 4 % en FCDE et 2 % dans une formation financée par un OPCA ou Opacif (hors contrat de professionnalisation).
- La formation initiale-voie scolaire et les contrats de professionnalisation sont ainsi plus représentés (respectivement 67 % et 3 % chez l'ensemble des formés, quel que soit le métier visé).
- 59 % des formés suivent une formation de niveau bac + 2 ; 33 % de niveau bac et 8 % de niveau bac + 3.
- Des effectifs masculins majoritaires (56 %).
- 82 % de jeunes de moins de 26 ans (données hors formation initiale voie scolaire) et seulement 1 % de personnes de 45 ans et plus.
- 1 % des formés ont une reconnaissance de travailleur handicapé (données hors formation initiale-voie scolaire et OPCA).
- Les certifications les plus représentées sont :
 - Bac pro vente, prospection, négociation, suivi de clientèle (709 formés, soit 33 %).
 - BTS négociation et relation client (589 formés, soit 28 %).
 - BTS commerce international à référentiel commun européen (260 formés, soit 12 %).
 - DUT génie mécanique et productique (182 formés, soit 9 %).
 - BTS technico-commercial spécialité textiles industriels (106 formés, soit 5 %).

* Très majoritairement financé par l'Agefos-PME - Pas de données disponibles du Forco (OPCA du commerce et de la distribution).

Insertion à l'issue des formations

Source : ORM (enquête sur les sortants SPRFPA de formations de niveau CAP-BEP ou bac, année 2015, 2 ans après la formation).

- Pas de données exploitables (l'enquête de suivi porte sur les sortants de formation de niveau CAP-BEP ou bac alors que dans le métier observé les actifs en emploi sont plus souvent diplômés de l'enseignement supérieur et les formations visant ce métier sont majoritairement de niveaux bac + 2 et plus). Seul le bac pro vente, prospection, négociation, suivi de clientèle fait partie des certifications prises en compte dans l'enquête mais les effectifs sont trop faibles pour faire des analyses.

Source : Pôle emploi.

- Six mois après une formation financée ou rémunérée par Pôle emploi (tous dispositifs) : 72 % des stagiaires sont en emploi, selon les domaines de formation (Formacode) propres à ce métier.

Autres sources mobilisées

- Dares, « Portraits statistiques des métiers 1982-2014 », *Synthèse.Stat'*, n° 19, mars 2016
- France stratégie, Dares, « Les métiers en 2022 », avril 2015
 - « Les métiers du commerce bénéficieraient de perspectives d'emploi favorables, en particulier dans un scénario de bonne tenue de la consommation des ménages et de poursuite du dynamisme du commerce de proximité. La mobilisation croissante des technologies de l'information et de la communication au service de la relation client constitue en outre un facteur majeur d'évolution des métiers du domaine. » Selon le scénario central, 149 000 postes seraient à pourvoir sur la période 2012-2022 dans le métier élargi des attachés commerciaux et représentants, dont 49 000 créations nettes d'emplois.
- Céreq, « Les emplois de la vente et du commerce. Quelles évolutions et quelles perspectives pour les deux baccalauréats professionnels ? », *Net.Doc*, n° 124, mai 2014 ; Céreq, « Les professionnels de la vente à l'épreuve de la relation client », *Bref*, n° 321, mai 2014

→ « Pour les commerciaux, vendeurs itinérants, la politique orientée client se traduit par une modification de la nature de l'acte de vente. Il ne s'agit plus seulement de présenter le produit et de persuader le client potentiel. [...] Cela passe surtout par une attention privilégiée aux attentes spécifiques des clients afin de leur proposer des solutions adaptées. Sur le plan des compétences, cette logique se traduit par la pratique systématique de l'écoute active, d'un questionnement ouvert et d'une analyse des potentiels-achats. Il s'agit aussi de conseiller les clients sur des solutions et leur mise en application, ce qui demande aux commerciaux d'avoir une très bonne connaissance technique des produits et services en question. »

« La "gestion par les chiffres" tend dans le même temps à s'accroître, ce qui contribue à intégrer davantage les commerciaux au système de management de leur entreprise. [...] Les commerciaux sont soumis à un pilotage plus fin de leur activité et à une tension croissante entre ce que l'on attend d'eux en termes de comportement face à la clientèle et ces exigences gestionnaires. Faire face à la tension entre "bien vendre" et vendre vite est désormais au cœur de leur professionnalité. »

« Par ailleurs, la relation avec les clients devenant l'affaire de tous les services, ils doivent collaborer en interne avec toutes les composantes de l'entreprise également en contact avec la clientèle. [...] Tout ceci prend une ampleur variable selon les entreprises. Certaines, dotées d'outils informatiques de gestion de la relation clientèle (type CRM), intègrent davantage les commerciaux à leur organisation et à leur système de management. Elles trouvent en effet matière à affiner la gestion de ces personnels : accentuation du reporting, mutualisation de l'information sur les clients, contrôle renforcé des déplacements... »

- Extrait de la fiche « Attaché commercial » de l'Apec (www.cadres.apec.fr)

→ « Plusieurs facteurs ont contribué aux évolutions du métier de l'attaché commercial.

Économiques : la mondialisation des marchés, la crise économique, une concurrence accrue nécessitent des compétences renforcées : terrain et prospection, proximité et personnalisation de la relation client, maîtrise d'Internet et des logiciels de gestion et de reporting, marketing opérationnel.

Technologiques : Avec Internet, se sont développés de nouveaux canaux de vente (smartphones, tablettes, flash code, click to call, réseaux sociaux, messagerie instantanée). Des connaissances du marché numérique sont demandées : acteurs (web marchands, pure players, etc.), produits ou services à vendre (bases de données, solutions de CRM, de paiement, de facturation, etc.), objectifs à réaliser (conclure des partenariats financiers, commerciaux, technologiques ; vendre des référencements ou des affiliations). L'attaché commercial doit travailler avec une forte réactivité avec son portefeuille et son territoire, en itinérant, en home office (son domicile) ou dans un tiers lieu (espace de coworking).

Sociétaux : fortement sollicités par l'offre multicanale, les consommateurs deviennent plus exigeants et adoptent de nouveaux comportements (nomadisme, achat à distance ?). La vente sédentaire qui s'appuie sur les différents canaux de vente vise à venir davantage en appui au commercial itinérant (gestion de la relation client, actions de marketing opérationnel).

Stratégiques : les stratégies commerciales visent le développement du chiffre d'affaires et s'appuient sur plusieurs objectifs : prioritairement conquérir de nouveaux clients, en même temps fidéliser les clients existants. Il s'agit aussi d'accroître le taux de transformation de l'acte commercial avec des conseils personnalisés, la vente de services additionnels, une relation client optimisée, la préservation des prix et des marges. »

- Région académique Provence - Alpes - Côte d'Azur, « Cartes des formations professionnelles, horizon 2018-2020 : Analyse par filière », livret 11 « Commerce, vente », à paraître

→ « En Provence - Alpes - Côte d'Azur le campus de la relation client renforce la coopération entre l'enseignement et les entreprises sous forme d'un véritable écosystème partenarial, levier de promotion des formations professionnelles. Il apporte une lisibilité sur les formations du secteur « Commerce, vente » reconnues à fort potentiel au sein de la région. Sa vocation est d'anticiper et d'accompagner les mutations économiques et technologiques du territoire, en tant que porteur d'innovations, "incubateur" de parcours de formations fluides, sécurisés, diversifiés (mixité), favorisant l'insertion sociale et professionnelle des jeunes et la formation continue des adultes. Plusieurs axes de travail sont ouverts par le campus, autour de l'alternance, de la modularité des formations par compétences, la contextualisation des formations dans l'environnement économique, la sécurisation des parcours, la construction de dispositifs d'accompagnement (coaching, tutorat, stage d'immersion), la formation continue des enseignants, l'immersion de professionnels en établissements scolaires, le développement de l'entrepreneuriat, la mise en place de formations e-commerce, l'expérimentation d'une offre pédagogique multimodale combinant du présentiel, du e-learning, de la participation à des communautés d'apprenants (partage sur les réseaux sociaux d'expérience, serious games, réalité augmentée, systèmes immersifs). »

« Le campus des métiers et des qualifications de la relation client en Provence - Alpes - Côte d'Azur regroupe les formations professionnelles scolaires et supérieures, sous statut scolaire et par apprentissage, en formation initiale ou continue, et la VAE en vue de proposer des parcours complets et sécurisés aux apprenants de la filière. »

3 bacs pro et 3 BTS sont mis en œuvre dans la région académique. « Le baccalauréat pro vente (rénovation prévue à la rentrée scolaire 2018) concerne des emplois dont les appellations les plus courantes sont commercial, prospecteur, télévendeur, représentant. Ses exigences en termes d'autonomie et de prise d'initiatives en font un diplôme peu prisé par les élèves et contribuent à des demandes de réorientation au cours du cycle.

La liaison bac pro/BTS se met en place et on assiste à un accroissement des demandes de poursuite d'études de la part des bacheliers professionnels. Les BTS négociation et relation client (NRC) et management unités commerciales (MUC), actuellement en rénovation, devront dans l'avenir accueillir davantage de jeunes titulaires de baccalauréats professionnels. La carte des formations pourra donc être adaptée pour mieux répondre à cette demande, tout en assurant également l'accueil des élèves de STMG (sciences et technologies du management et de la gestion).

L'offre reste cependant incomplète dans certains territoires, en nombre, ou en diversité de voies de formation. La rénovation complète de la filière est une opportunité à saisir en termes d'évolution de carte de formation régionale afin de réétudier l'implantation des formations et la volumétrie des sections, en tenant compte des opportunités d'emploi, des flux d'élèves

(baccalauréats professionnels et voie technologique) et de l'implantation du campus des métiers et des qualifications de la relation client dans notre région.

En termes de perspectives, nous pourrions envisager :

- Réétudier l'offre globale suite aux rénovations de diplôme ;
- Optimiser les places d'accueil proposées ;
- Développer l'offre de BTS, dans les bassins en déficit, notamment par la voie de l'apprentissage. »

→ Le BTS commerce international à référentiel commun européen semble présenter un fort attrait. Son taux d'attractivité (rapport entre le nombre de premiers vœux et la capacité d'accueil) est de 3,53 dans la région académique Provence - Alpes - Côte d'Azur. Ce taux est de 1,88 pour le BTS négociation et relation client et de 1,15 pour le bac pro vente (prospection, négociation, suivi de clientèle).