



# 07

## ATTACHÉS COMMERCIAUX (R2Z80)

### LE PÉRIMÈTRE

- Ce métier comprend :
  - *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).*  
Ces salariés sont chargés de prospecter 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.
  - *Des intermédiaires indépendants du commerce (zéro à neuf salariés).*  
Ils sont en général liés par contrat à plusieurs entreprises et peuvent être chargés de visiter pour le compte de celles-ci, dans un secteur déterminé, les acheteurs éventuels, particuliers ou entreprises.
- ROME correspondants à cette FAP : D1407-Relation technico-commerciale (hors niveaux techniciens, agents de maîtrise, ingénieurs et cadres) ; D1402-Relation commerciale grands comptes et entreprise ; D1405-Conseil en information médicale.
- **39 350 actifs en emploi** dans ce métier en Provence - Alpes - Côte d'Azur (soit 2,1 % de l'emploi régional).
- **86 % d'emplois salariés** et 14 % de non-salariés.
- Une concentration des emplois dans le secteur d'activité du **commerce** (62 %). Le reste des effectifs étant réparti dans des secteurs variés (industrie, services aux entreprises, construction...).

### LA PROBLÉMATIQUE

- Il s'agit d'un métier :
  - *En tension structurelle **modérée** sur dix ans.*
  - *En tension conjoncturelle, en particulier dans tous les départements alpins et les Bouches-du-Rhône.*
  - *Qui présente des difficultés de recrutement, pressenties par les employeurs, relativement élevées et inscrites dans la durée.*

### LES ENJEUX

- Ils concernent :
  - *La sécurisation des parcours et la formation des actifs.*
  - *L'insertion professionnelle, notamment des jeunes, en lien avec l'acquisition d'expérience.*
  - *La GPEC et l'offre de formation.*

Principales sources mobilisées : Pôle emploi (BMO 2017, offres clôturées 2016) ; Pôle emploi, Direccte (OEE 2016, DEFM ABC au 31.12.2016) ; Insee (RP 2011-2015 millésimé 2013, DADS 2014-2015, Enquête emploi en continu 2008-2012) ; ORM (base effectifs en formation 2016).

## DES ENJEUX LIÉS À LA SÉCURISATION DES PARCOURS ET À LA FORMATION DES ACTIFS

### Une majorité d'emplois dans des TPE-PME

**62 %** des salariés exercent dans une entreprises de moins de 50 salariés (55 % tous métiers confondus).

Par ailleurs, parmi les **4 455 offres d'emploi** enregistrées en un an par Pôle emploi, **60 %** émanent de TPE de moins de dix salariés (dont une part notable d'établissements sans salariés).

### Une part importante d'offres d'emploi retirées par les employeurs faute de besoin

**18 %** des offres ont été retirées par les employeurs, par manque de besoin (14 % tous métiers). Ces offres peuvent être retirées notamment parce que l'activité de l'entreprise n'a pas connu le développement escompté et n'a pas permis de maintenir le recrutement qui était initialement envisagé.

### Une main-d'œuvre très expérimentée sur le marché du travail

**4 510 demandeurs d'emploi** sont positionnés sur ce métier.

**83 %** ont au moins deux ans d'expérience dans le métier. La part de ceux ayant une expérience de dix ans ou plus atteint **43 %**.

### Une part importante de seniors dans la demande d'emploi mais plus faible dans l'emploi

Parmi les demandeurs d'emploi, **29 %** ont 50 ans ou plus (25 % tous métiers).

Seulement **26 %** des actifs en emploi appartiennent à cette tranche d'âge (29 % tous métiers).

### Des emplois stables et rémunérateurs

**79 %** des emplois sont en CDI (73 % tous métiers) et essentiellement à temps plein (90 %).

Les salaires sont relativement élevés avec **2 490 €** mensuel net médian (en ETP), contre 1 850 € tous métiers.

En parallèle, **83 %** des offres d'emploi portent sur des CDI (41 % tous métiers confondus) et **99 %** sur des postes à temps plein (contre 71 %).

Une partie de ces constats peut révéler une certaine fragilité économique des fonctions commerciales B to B sur le marché du travail (taille des entreprises, part des offres retirées faute de besoin, part des seniors inscrits à Pôle emploi...). Cette fragilité n'épargne pas les profils expérimentés, leurs compétences pouvant nécessiter une actualisation face aux évolutions rapides auxquelles sont confrontées les entreprises. Pour autant, ce métier (exercé par de nombreuses personnes en région) offre des conditions d'emploi favorables. Il représente de ce fait un enjeu en termes de politique d'emploi.



## CE QUE DISENT LES ACTEURS DE LA SÉCURISATION DES PARCOURS

Les modalités de développement des compétences de ces professionnels, pour en éviter le décrochage technique en deuxième partie de carrière, interrogent une partie des acteurs rencontrés lors des entretiens. Certains témoignent de la fréquente auto-didaxie des professionnels, les plus âgés ayant souvent appris leur métier sur le tas. De ce fait, l'usage des nouveaux outils (informatique, par exemple) peut se révéler difficile. De ce point de vue, la mobilisation du plan de formation des entreprises et/ou d'actions de formation préalables au recrutement (AFPR) peut permettre une meilleure adaptation au poste de travail (notamment s'agissant de l'utilisation de l'informatique), et ce quel que soit l'âge des salariés.

Il convient toutefois de distinguer les activités à conduire pour occuper ces postes selon le stade de développement de l'entreprise. Une entreprise qui démarre demandera à l'attaché commercial (ATC) de démarcher, de prospecter des clients. Ces tâches demandent de l'énergie mais peu d'expérience et peuvent correspondre à des profils de débutants. En revanche, si l'entreprise a atteint un certain stade de maturité, il s'agira d'administrer, de gérer voire de développer les ventes. Ceci nécessite plus d'expérience et de technicité, notamment en techniques de vente et en informatique (outils de gestion). Ces postes s'adressent davantage à des seniors expérimentés.

Les acteurs conviennent cependant que, quel que soit le poste, cette profession est soumise à des objectifs commerciaux et que cette pression peut être un facteur d'usure professionnelle. De ce fait, certains professionnels envisagent une reconversion et ont recours aux bilans de compétences. D'autres outils de gestion des compétences (tels que transcom ou trans'log mis en œuvre par la Maison de l'emploi de Marseille) ont également été cités pour favoriser la mobilité professionnelle des seniors.

➔ **Enjeu de maintien de l'employabilité des salariés et des emplois de qualité dans un contexte économique tendu.**

### PERSPECTIVES OPÉRATIONNELLES

- Sécuriser les parcours professionnels des actifs, notamment des seniors, et maintenir leur employabilité pour anticiper les effets des mutations économiques (conjoncture instable ; concurrence accrue ; évolution des compétences liées au renforcement de la relation client, au développement du e-commerce et du commerce multicanal...).

### PISTES POUR METTRE EN ŒUVRE CES PERSPECTIVES

- ➔ Développer l'accès à la formation qualifiante *a minima* de niveau bac + 2, correspondant au niveau recherché par les employeurs.
- ➔ Développer les formations professionnalisantes sur mesure (en lien notamment avec l'activité de l'entreprise) afin de maintenir les compétences des actifs à un niveau en rapport avec les exigences liées au contexte économique.
- ➔ Mobiliser les dispositifs de formation continue (CPF...) ainsi que les dispositifs d'accompagnement des évolutions et des transitions professionnelles (CEP...).
- ➔ Construire des parcours de formation et/ou de VAE conduisant *in fine* à l'obtention de CQP ou de diplômes.

## DES ENJEUX LIÉS À L'INSERTION PROFESSIONNELLE ET À L'ACQUISITION D'EXPÉRIENCE

### Des profils qualifiés et expérimentés recherchés par les employeurs

67 % des offres d'emploi portent sur des postes d'employés qualifiés et 22 % sur des postes de TAM (45 % et 13 % tous métiers).

La majorité des offres exige une expérience d'au moins deux ans dans le métier.

17 % des demandeurs d'emploi ne possèdent néanmoins pas ce niveau d'expérience.

### Des formations majoritairement développées dans le cadre de la voie scolaire

2 670 personnes sont inscrites en dernière année d'une formation certifiante visant « en théorie » ce métier.

65 % préparent leur certification dans le cadre de la formation initiale - voie scolaire/universitaire (60 % chez l'ensemble des formés, quel que soit le métier visé).

### Un recours faible à la formation par apprentissage mais plus fréquent aux contrats de professionnalisation

Seulement 7 % des personnes en formation sont en apprentissage (11 % quel que soit le métier visé).

23 % sont en contrat de professionnalisation (10 % quel que soit le métier visé).

→ **Un risque de désajustement sur le marché du travail entre le profil recherché par les employeurs et le profil des candidats, préjudiciable aux plus jeunes d'entre eux, souvent moins expérimentés et qualifiés ?**

#### PERSPECTIVES OPÉRATIONNELLES

- Faciliter, notamment pour les jeunes diplômés, l'accès à des dispositifs intégrant une période en entreprise, permettant ainsi l'acquisition d'une expérience professionnelle (très recherchée par les employeurs).

#### PISTES POUR METTRE EN ŒUVRE CES PERSPECTIVES

- Favoriser la mise en œuvre de stages d'immersion en entreprise, qui permettent d'acquérir de l'expérience mais également de valider un projet professionnel.
- Renforcer les dispositifs de formation continue permettant l'acquisition d'une expérience professionnelle (mobilisation des contrats en alternance et des contrats aidés).
- Développer les mesures d'adaptation au poste de travail, notamment dans le cadre de la formation continue des demandeurs d'emploi.

## DES ENJEUX LIÉS À LA GPEC ET À L'OFFRE DE FORMATION

### Un volume d'emplois important et en hausse

39 350 personnes sont attachés commerciaux (2,1 % de l'emploi régional).

+ 11,3 % d'actifs en emploi sur la période récente (+ 0,9 % tous métiers confondus).

Ce métier bénéficie par ailleurs de perspectives favorables à l'emploi, au plan national. Selon France Stratégie, pour les emplois d'attachés commerciaux et représentants (famille de métiers élargie), 149 000 postes seraient à pourvoir sur la période 2012-2022 (dont 49 000 créations nettes d'emplois).

### Une majorité de personnes en formation sur du niveau bac + 2

66 % des personnes en formation préparent une certification de niveau bac + 2 (principalement les BTS *négociation et relation client* ; *commerce international à référentiel commun européen* ; *technico-commercial spécialité textiles industriels et le DUT génie mécanique et productique*).

26 % de niveau bac (*bac pro vente, prospection, négociation, suivi de clientèle*) et 8 % de niveau bac + 3.

### Une très forte élévation du niveau de formation chez les jeunes actifs en emploi

58 % des jeunes en emploi ont un diplôme de l'enseignement supérieur, contre 28 % des seniors. Par ailleurs, le profil des actifs en emploi tous âges confondus est relativement diversifié du point de vue de la filière de formation : la filière « Commerce, vente » ne concerne que 21 % d'entre eux. Sa part augmente toutefois sensiblement pour atteindre 37 % chez les jeunes actifs, signe d'une **plus grande spécialisation aux compétences commerciales**.



#### CE QUE DISENT LES ACTEURS SUR LA FORMATION PAR ALTERNANCE

Les acteurs témoignent d'une certaine méconnaissance des employeurs concernant les certifications conduisant à ce métier et leur contenu. Ceci pourrait freiner le développement de la formation par apprentissage. Mieux informer les entreprises sur l'offre de certification pourrait constituer sur ce plan un levier important à mobiliser. Du côté des organismes de formation, les formalités administratives et pédagogiques se révèlent moins contraignantes pour mettre en œuvre des formations dans le cadre de contrats de professionnalisation ou de la formation continue plutôt que par apprentissage (statut juridique imposé ou conventionnement obligatoire avec un CFA...). Ceci participerait, selon les acteurs, à la fréquence des contrats de professionnalisation observée pour ce métier. (Sur ce plan, la réforme de la formation engagée à partir de 2019 pourrait apporter des changements importants.) Les pratiques de recrutement de certaines entreprises vont également dans ce sens. Ainsi au niveau national, les centrales d'achat embauchent des promotions de vendeurs (métier qui constitue une des voies privilégiées pour accéder à celui d'ATC) qu'elles forment en interne *via* ce dispositif.



#### Un risque de désajustement entre compétences attendues et compétences disponibles (d'un point de vue qualitatif et quantitatif) ?

##### PERSPECTIVES OPÉRATIONNELLES

- Adapter l'offre de formation (dispositifs, niveau, volume) aux besoins des entreprises et au développement présent et à venir de l'emploi.
- Renforcer les formations de niveau bac + 2, en développant notamment l'apprentissage.

##### PISTES POUR METTRE EN ŒUVRE CES PERSPECTIVES

- Ajuster l'offre de formation régionale et revoir le contenu des formations en prenant en compte les besoins de compétences à court et moyen termes.
- Renforcer les échanges entre les acteurs économiques et les acteurs de la formation afin notamment d'ajuster l'offre de formation.
- Améliorer la connaissance du contenu des diplômes par les employeurs, à l'instar des actions menées dans le cadre du Campus des métiers et des qualifications de la « Relation client », en partenariat avec la CGI (Confédération du commerce de gros et international).
- Articuler les réflexions et actions dédiées aux formations préparant à ce métier avec celles conduites ou à conduire plus globalement sur l'offre de formation régionale de niveau bac + 2 (BTS, DUT).

## AUTRES ÉLÉMENTS ISSUS DES RÉUNIONS PARTENARIALES

### Concernant les modalités de recrutement et de GRH

Le métier d'attaché commercial (ATC) révèle des spécificités liées aux différents cadres d'emploi proposés (statut, lien de subordination vis-à-vis de l'employeur, modalités de rémunération, autonomie dans le travail...) ainsi qu'aux modalités de recrutement.

Selon certains acteurs, une partie des offres d'emploi seraient déposées en continu par les employeurs dans le but de rechercher des « talents » susceptibles d'intégrer leur entreprise à court ou moyen termes. Ces offres pourraient être retirées par la suite, notamment faute d'avoir trouvé les personnes souhaitées ou répondant au statut proposé (agent commerciaux indépendant en *free-lance*, par exemple).

Dans le commerce de gros inter-entreprises, les emplois proposés sont généralement stables. En région, ils correspondent le plus souvent à des postes de « VRP exclusif » (représentant commercial salarié travaillant pour un employeur unique). Dans le secteur de l'édition, en revanche, les postes de « VRP multicartes » sont plus courants (salariés travaillant pour plusieurs entreprises).

Les acteurs économiques présentent l'ATC comme le « fleuron » de l'entreprise, en particulier dans le commerce de gros. À ce titre et compte tenu des compétences attendues (compétences commerciales et compétences techniques liées à la connaissance experte des produits commercialisés par l'entreprise), la promotion interne est privilégiée par rapport aux recrutements directs. Ces professionnels sont ainsi d'abord embauchés en tant que vendeur sur site avant d'évoluer vers des postes d'ATC. Cette évolution peut être plus ou moins rapide. Dans certains domaines où les références produits sont nombreuses (quincaillerie et matériaux de construction, par exemple), deux années peuvent être nécessaires avant de maîtriser l'entièreté du catalogue. Face à cette complexité, certains grands groupes (Point P, Gédimat...) montent des centres de formation en interne, développent des CQP et mobilisent différents dispositifs pour permettre aux salariés de les préparer (POE, contrat de professionnalisation, mobilité interne).

Selon Pôle emploi, des actions de communication pourraient être menées pour sensibiliser les demandeurs d'emploi à cette diversité d'emplois en valorisant entre autres la pertinence des offres correspondant à des postes de non-salariés. Pour promouvoir les métiers du négoce de façon large, notamment auprès des jeunes, différentes actions sont conduites en continu par les acteurs économiques (CGI ; Fédération de la vente directe [FVD]...), parfois en partenariat avec l'Éducation nationale : « Mondial des métiers », « Printemps de la vente directe », etc.