

Auto focus

Observer
pour mieux former

ÉTUDE SECTORIELLE

Le commerce - réparation de cycles et motocycles

Améliorer qualitativement les compétences

La petite taille et la dispersion des entreprises handicapent la nécessaire gestion des compétences

→ Le secteur du Commerce Réparation de Cycles et de Motocycles (C.R.C.M.) regroupe des **entreprises fort diversifiées**, en terme de produits et véhicules travaillés (vélos, motorisés légers, motos, jetski, motoculture...), de statuts d'entreprises et de clientèles.

→ Il est caractérisé de plus, par la **petite taille et l'éparpillement des entreprises** : 95,9% des entreprises ont moins de 10 salariés, lesquelles emploient 88% des salariés du secteur.

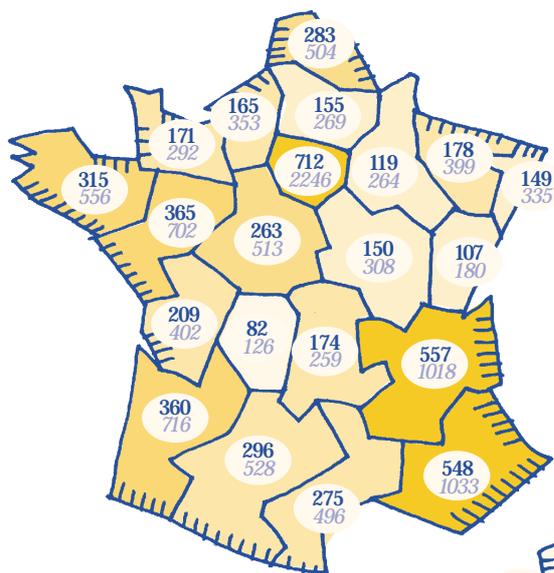
→ Si la pluri-activité reste majoritaire (seuls 24,3% des entreprises sont centrés sur un seul type de véhicules), la tendance est à la **séparation toujours plus affirmée entre vélos et motorisés**.

→ Le secteur moto connaît actuellement plusieurs autres évolutions (**techniques**,



notamment impulsées par la réglementation européenne, **évolutions commerciales** avec l'arrivée de la clientèle automobile...). Quant au secteur du cycle, il voit notamment se développer les enseignes spécialisées.

Ces évolutions incitent à une gestion anticipée des compétences. Or, celle-ci apparaît nettement moins aisée pour le C.R.C.M. que pour d'autres secteurs du fait de la très petite taille des entreprises, de la forte saisonnalité des activités et d'une certaine imprévisibilité des marchés.



Source : SIRENE 01/01/98 et UNEDIC 31/12/96
Champ : salariés 50 4z et partie des codes 52 4w et 52 7h

Nombre d'entreprises du C.R.C.M.
Nombre de salariés

21
46

France : 5 654 entreprises,
11 544 salariés,
soit 2 salariés / entreprise

L'étude

Cette étude vise à établir un état des lieux du secteur (économie, distribution, techniques, emplois, formation initiale et continue...) ainsi qu'à diagnostiquer les besoins de compétences du secteur.

Différents outils ont été mobilisés :

- analyse de l'existant (statistiques, presse spécialisée, dossiers...)
- entretiens auprès de professionnels et de représentants de constructeurs-importateurs et d'enseignes
- télé-enquête auprès de 400 entreprises



Des besoins de compétences qualitativement étendus, mais limités en volume

→ Les besoins de compétences sont relativement peu importants en volume : seuls 12% des entreprises projettent de recruter en 1999, soit entre 675 et 750 postes, qui peuvent être pourvus

potentiellement par les réductions d'effectifs envisagées par 9% des entreprises.

→ **A contrario, les besoins qualitatifs sont étendus**, tant dans le cycle

que dans le motorisé, en lien avec l'évolution...

- des marchés
- de la distribution
- et des techniques.

	CYCLES	MOTOCYCLES
MARCHÉ	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Diminution continue des ventes de cycles depuis le début des années 1990 (-31,2% entre 1991 et 1997) ▪ Mais... <ul style="list-style-type: none"> → hausse des livraisons françaises → repositionnement des VTT sur le haut de gamme → essor du vélo pratiqué en ville → développement du sur-mesure → vélos électriques 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Le marché de la moto est en plein essor et ce, particulièrement depuis le retour de l'équivalence du permis A1/B. Ainsi, entre 1995 et 1997, les immatriculations VN ont progressé de + 73,3 %. ▪ Baisse régulière du marché du cyclo traditionnel, comme celui du scooter de moins de 50 cm³, qui constitue néanmoins encore une source de profit pour les professionnels. ▪ Le marché des accessoires se développe fortement.
DISTRIBUTION	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Avec le décret de sécurité du 24/08/1995, on assiste au transfert des parts de marché des grandes surfaces alimentaires (G.S.A.) vers les grandes surfaces spécialisées (G.S.S.) qui constituent aujourd'hui les principaux concurrents des détaillants. ▪ Les détaillants s'orientent aujourd'hui vers le développement du segment « haut de gamme » : 26,6% souhaitent développer cette activité dans l'avenir. ▪ Développement des enseignes spécialisées ainsi que des réseaux d'indépendants dans la distribution de cycles. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ La distribution des motorisés est régie par un règlement global (1983/83 relatif aux concessions), qui sera revu à l'aube de l'an 2000. ▪ Évolution de la consommation : nouvelle clientèle, de culture automobile, marquée par la fonction utilitaire de la moto. ▪ Les professionnels du secteur se positionnent dès aujourd'hui sur les marchés des services rapides et de la vente et pose d'accessoires. ▪ Le kilométrage moyen diminuant, les entreprises développent des animations autour de la moto, afin d'inciter leur clientèle à l'utiliser.
TECHNIQUES	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Le cycle devient un produit de plus en plus technique : <ul style="list-style-type: none"> → multiplication des modèles → nouveaux matériaux → diffusion progressive des doubles suspensions → freins à disques → généralisation du 3X9 vitesses → assistance électrique 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Depuis 3-4 ans, introduction progressive de la gestion moteur par électronique. ▪ Les prochaines évolutions technologiques majeures seront impulsées par les nouvelles normes européennes à partir de juin 1999 : <ul style="list-style-type: none"> → contrôle des émissions polluantes → mesures anti-manipulation → possibilité de transformation légale des machines → A noter, un projet d'immatriculation des cyclos
COMPÉTENCES	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Connaissance des produits et techniques de réparation « haut de gamme » ▪ Veille technologique ▪ Électricité ▪ Relation clientèle ▪ Dans les structures de taille plus importante : méthodes d'organisation du travail 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Électricité-électronique et pots catalytiques ▪ Méthodes de diagnostic ▪ Magasinage ▪ Relation clientèle : qualité d'accueil, explications... ▪ Méthodes d'organisation du travail ▪ Procédures administratives ▪ Management des équipes ▪ Animation autour des véhicules

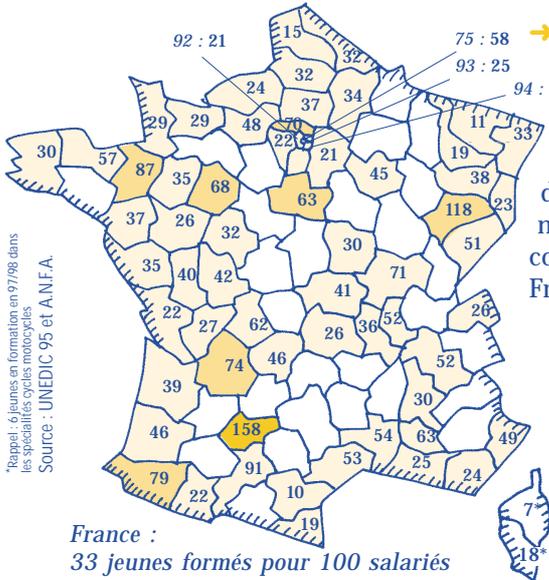
Un volume important de jeunes en formation, mais inégalement réparti sur le territoire

→ Les effectifs en formation dans les spécialités cycles et motocycles (C.M.) ont beaucoup augmenté (+23 % entre 95/96 et 97/98) pour atteindre **3 649 jeunes en 97/98**, soit 5 % des jeunes formés aux différentes spécialités des services de l'automobile.

→ Les effectifs en formation sont donc nettement **supérieurs** relativement à l'importance du salariat.

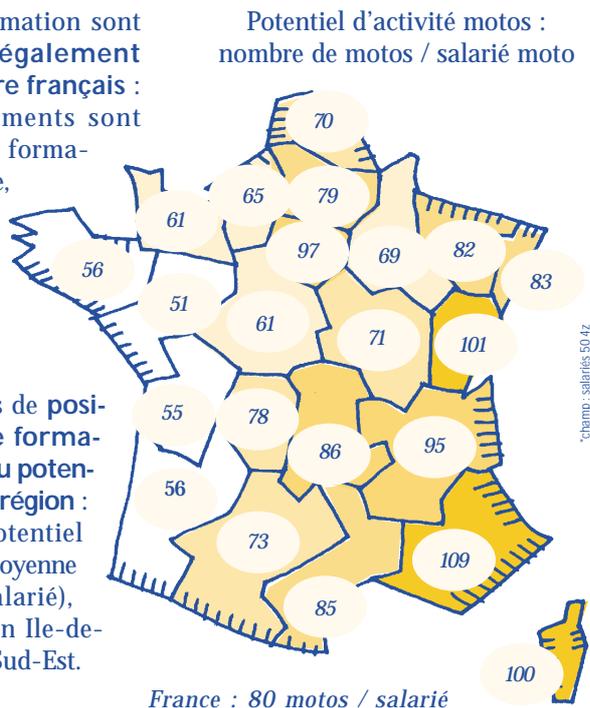
→ Ces formations se situent principalement au **niveau V**, lequel regroupe 83,7 % des effectifs. Elles privilégient **l'alternance** : l'apprentissage et le contrat de qualification représentent 57 % des effectifs totaux.

Nbre de jeunes en formation dans les spécialités C.M. pour 100 salariés



→ Si les effectifs en formation sont importants, ils sont **inégalement répartis sur le territoire français** : ainsi, certains départements sont dépourvus de jeunes en formation, d'autres, au contraire, en sont largement dotés, pour une moyenne de 33 jeunes formés pour 100 salariés au plan national.

→ Il convient néanmoins de **positionner l'offre de formation par rapport au potentiel d'activité de la région** : ainsi, l'Ouest a un potentiel d'activité motos sous la moyenne nationale (80 motos/salarié), contrairement à la région Ile-de-France et les régions du Sud-Est.



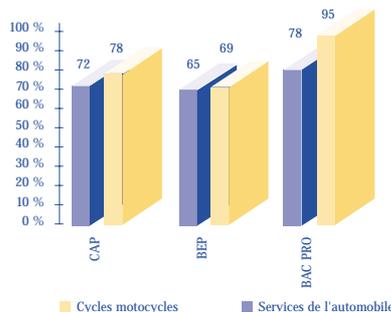
Dès lors, les disparités régionales incitent à une grande mobilité de la part des jeunes pour se former et trouver un emploi à l'issue de leur formation, ainsi qu'à une collaboration entre les différentes régions.

Des formations aux qualités intrinsèques mais peu adaptées aux attentes des entreprises

→ Les taux de réussite aux examens sont supérieurs à la moyenne des services de l'automobile et témoignent ainsi **d'une qualité intrinsèque des formations et des moyens pédagogiques mis en œuvre**. Néanmoins...

→ d'une part, les **taux d'insertion** des jeunes issus de l'apprentissage sont inférieurs à ceux de la Branche (7 mois après leur sortie de C.F.A en 1995, 40,3 % des jeunes issus des spécialités du C.R.C.M. sont en emploi contre 45,1 % pour la Branche),

Taux de réussite aux examens, session 97, en %



→ d'autre part, **1 entreprise sur 4 éprouve des difficultés à recruter** : les chefs d'entreprise regrettent le niveau insuffisant des candidats (mécanicien cycles, vendeur cycles et/ou motocycles), l'absence de candidats (mécanicien motocycles), et le manque de motivation (vendeur cycles et/ou motocycles),

→ enfin, **64,4 % des chefs d'entreprises estiment que la formation initiale des jeunes ne correspond pas à leurs besoins**.

Facteurs explicatifs et pistes d'amélioration de la formation des jeunes

→ De fait, l'opinion défavorable des chefs d'entreprises quant à l'adaptation des jeunes qui sortent de formation est à mettre en relation notamment, avec les critères de recrutement privilégiés par les entreprises : **elles recherchent moins l'expérience professionnelle que les qualités et attitudes personnelles des candidats.** Or, les formations privilégient l'alternance et donc la construction d'une expérience professionnelle.

→ De plus, il devient nécessaire que les entreprises apprennent à **évaluer la motivation et les aptitudes professionnelles** des candidats dans le cadre d'entretiens d'embauche formalisés, selon des critères précis, et non plus principalement en fonction d'une « personnalité ».

→ D'autre part, autant la formation cycle dispensée au niveau V dans le cadre des CAP et BEP apparaît « inutile » pour les motocistes, autant elle paraît insuffisante aux spécialistes du cycle.

De plus, les jeunes sont passionnés, en règle générale, soit par le motorisé, soit par le cycle, rarement par les deux à la fois. Il s'agit de deux mondes différents, bien spécifiques.

On pourrait donc s'orienter vers la suppression de la partie cycle au niveau V et vers le développement du C.Q.P. conseiller technique et commercial cycles qui ne génère actuellement qu'un flux très faible (20 personnes/an).



■ 68,8 % des entreprises pensent que « mélanger les 3 types de produits (cycles, motorisés légers et motos) au sein d'une même formation » n'est pas adapté, soit...

- ...Près d'1 entreprise/2 pense que les trois types de véhicules conduisent à l'exercice de trois métiers différents.

- et 20% souhaiteraient séparer le vélo des deux autres véhicules, tandis que 4% préfèrent séparer la moto du motorisé léger et du vélo.

■ 53,2% des entreprises souhaitent voir augmenter la durée de l'apprentissage (total de la formation), utile au renforcement des acquis de base et au développement de la « maturité » professionnelle et personnelle des jeunes.

La formation continue : des pratiques à développer

→ En la matière, beaucoup reste à faire : **20 % des entreprises du C.R.C.M. ont fait bénéficier l'un de leurs salariés ou leur chef d'entreprise d'un stage de F.C.**, en grande majorité d'un « stage produit » dispensé par les constructeurs-importateurs.

→ De plus, seuls **11% des personnels sont partis en formation en 1998.** Ce taux d'accès à la F.C., faible, s'explique de par la taille restreinte des entreprises. En outre, il est supérieur à celui des entreprises de moins de 10 salariés du C.R.A. (9,4% en 1997).

→ La F.C. n'apparaît pas comme le principal mode de gestion des compétences dans ce secteur puisque **seulement 21% des entreprises ont un projet de formation continue pour l'année 1999** (17,2% pour les entreprises du cycle et 23,5% pour les entreprises du motorcycle).

→ Les entreprises évoquent **un manque de temps pour se former** (1 ent/2) mais les horaires et dates leurs semblent être adéquates.

→ D'autres pensent n'avoir **aucun besoin en formation** (37%) : de

fait, les « préoccupations formation » sont d'autant plus différées que le marché des motorisés est très dynamique actuellement. Aussi, les entreprises répondent-elles avant tout au court terme. De plus, elles ne sont pas toujours informées des implications qu'aura la nouvelle réglementation européenne.

→ De même, on peut noter un manque d'information des entreprises concernant les modalités de financement de la formation, 1 entreprise sur 5 considérant que **la formation est trop chère.**

→ *Les besoins de compétences sont donc avant tout **qualitatifs**, les perspectives d'emplois étant restreintes. Il ne convient donc pas d'augmenter les flux de jeunes mais de mieux les former et de perfectionner (voire de requalifier) les personnels en place.*

→ *Ainsi, l'appareil de formation mais aussi d'autres domaines (services aux entreprises, communication, conditions de travail dans l'entreprise...) devront permettre l'adaptation des personnels et des entreprises à la nouvelle donne.*

Auto focus

Directeur de la publication :

Yves Terral

Directeur de rédaction :

Philippe Mérel

Rédaction :

Valérie Chiron, Hélène Camaret

Observatoire :

Tél. : 02 28 01 08 01

