

autofocus

33

La lettre
de l'observatoire
de l'ANFA



Les entreprises de moins de 10 salariés dans la Branche des Services de l'Automobile

Comment évoluent
les petites entreprises ?

Qui sont-elles ?

Quelles formations
consomment-elles ?

Quels sont
leurs besoins ?

Quelles sont
leurs difficultés ?

Les entreprises de moins
de 10 salariés représentent
92 % des entreprises
de la Branche Automobile.

Dans un contexte
de mutations économiques,
sociologiques,
démographiques
et réglementaires,
il importe de dresser
un état des lieux
de ces structures artisanales.

Conduit avec le Service Marketing du GNFA, ce travail a visé la réalisation de trois objectifs. Le premier a consisté à produire une connaissance approfondie du marché et des caractéristiques des petites entreprises. En second lieu, il s'agissait de réaliser un diagnostic de la consommation et des besoins en formation des entreprises de moins de 10 salariés clientes du GNFA. Le troisième objectif a été d'apprécier les besoins en formation et les difficultés rencontrées par les petites structures.

La réalisation de chacun des objectifs a donné lieu à une articulation de différents moyens d'investigations :

- **études documentaires** et participation à des séminaires pour bâtir le socle de connaissances,
- **exploitation de bases** de données internes au GNFA pour le diagnostic de la consommation et des besoins en formation,
- **entretiens** menés en face à face avec des chefs d'entreprises et des formateurs pour comprendre les besoins et difficultés des artisans de la Branche.

Des entreprises de moins de 10 salariés en diminution

Évolution des entreprises de moins de 10 salariés du commerce et de la réparation automobile en France (Naf 50)



Source : Sirène-Insee, exploitation observatoire A.N.F.A.

Les entreprises de moins de 10 salariés **diminuent de 5,7 %** entre 1993 et 2003.

Deux phases sont identifiées :

- La période de 1993 à 1996 est caractérisée par une stabilité du nombre d'entreprises ;
- Une seconde phase amorcée en 1997 est marquée par une baisse du nombre d'entreprises de moins de 10 salariés.

En 2003, 66 740 entreprises de moins de 10 salariés sont comptabilisées. C'est le plus faible nombre référencé depuis 1993.

Focus sur les résultats



Une répartition qui se modifie au profit des entreprises de 5 à 9 salariés

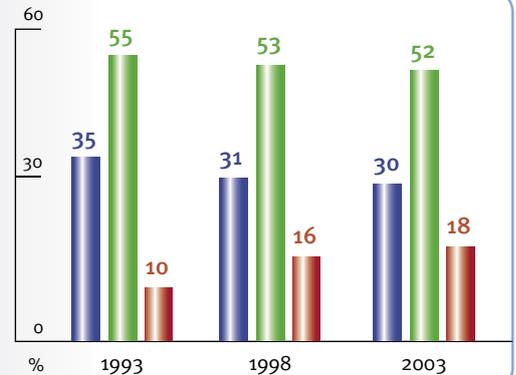
- La répartition par taille des entreprises s'est considérablement modifiée entre 1999 et 2003 au profit des entreprises de 5 à 9 salariés, qui passe de 10 % à 18 % en 2003.

Une démographie des entreprises du commerce et de la réparation automobile moins dynamique que dans les autres secteurs... mais une survie plus importante.

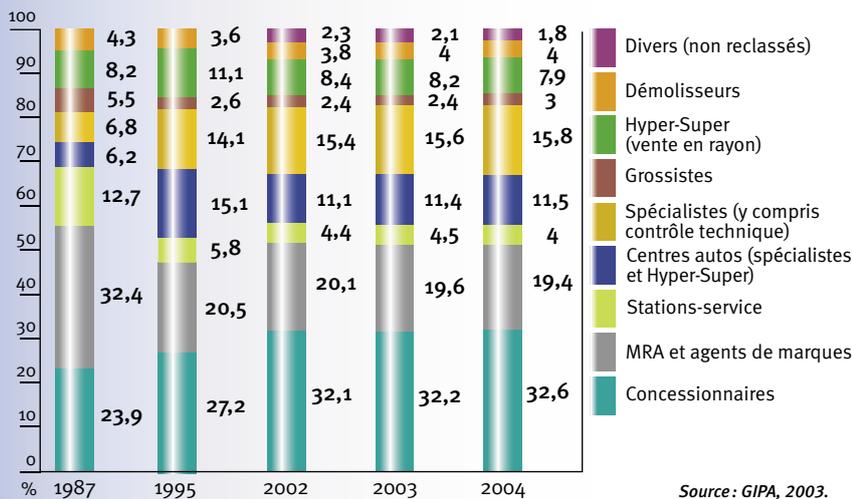
Répartition des entreprises de moins de 10 salariés du commerce et de la réparation automobile en France (Naf 50)



Source: SIRENE-INSEE, exploitation observatoire ANFA.



Évolution des parts de marché des circuits de l'entretien et de la réparation (en % du CA total de la rechange automobile)



Source: GIPA, 2003.

- En 2004, le marché est capté à 32,6 % par les concessionnaires, à 19,4 % par les agents et les MRA, à 15,8 % par les spécialistes et à 11,5 % par les centres auto.
- Depuis 1987, les parts de marché des MRA et des agents se sont considérablement réduites au profit des centres auto, des spécialistes et des concessionnaires.

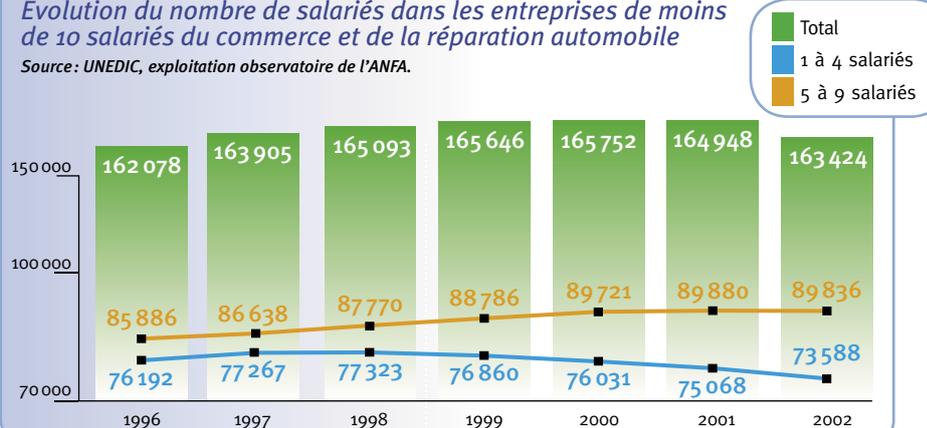
L'emploi dans les entreprises de moins de 10 salariés est en diminution depuis 2000

- L'emploi était en croissance dans les entreprises de moins de 10 salariés jusqu'en 2000. Depuis cette date, une diminution est observée: -1,4 % entre 2000 et 2002.
- La baisse du nombre de salariés est amorcée depuis 1998 dans les entreprises de 1 à 4 salariés.
- Dans ces structures, sur la période de 1998 à 2002, on enregistre une diminution de l'emploi de 4,8 %. Sur cette même période, l'emploi dans les entreprises de 5 à 9 salariés a progressé de 2,4 %.
- Cependant, depuis 2000, la création d'emplois dans les structures de 5 à 9 salariés est ralentie.

La diminution du nombre de salariés est concentrée sur les entreprises de 1 à 4 salariés.

Évolution du nombre de salariés dans les entreprises de moins de 10 salariés du commerce et de la réparation automobile

Source: UNEDIC, exploitation observatoire de l'ANFA.



Près d'un artisan sur deux a plus de 50 ans

- Le secteur automobile se caractérise par une moyenne d'âge plus jeune que celle de l'ensemble des autres secteurs de l'économie: 37 ans contre 38,5 ans.
- Pour autant, la proportion des artisans ayant plus de 50 ans est supérieure de 4 points à celle constatée dans le tertiaire et de 7 points à celle observée dans l'industrie.

Part des 50 ans et plus dans la population active

Source : INSEE, Enquête emploi salariés et non salariés, Exploitation Cereq-PSB2001

	Secteur automobile	Tertiaire	Industrie
Artisans	42 %	38 %	35 %
Ouvriers qualifiés	14 %	18 %	20 %
Ouvriers non qualifiés	5 %	18 %	14 %
Ensemble	19 %	23 %	21 %

La formation dans les petites entreprises

Un niveau de formation initiale moins élevé dans les petites structures

Les diplômés des salariés recrutés entre 2001 et 2002 sont globalement moins élevés dans les entreprises de moins de 10 salariés que dans celles de 10 salariés et plus.

Un recours limité à la formation continue pour les MRA

Si les agents font preuve d'un effort de formation important (80 % des agents ont suivi une formation en 2003), les MRA consomment trois fois moins de formation (30 % d'entre eux ont suivi une formation en 2003); ces derniers ne bénéficiant pas de prescriptions d'un réseau.

Une consommation de formation majoritairement axée sur le domaine technique et sur des formations «longues»

En toute logique, les formations techniques constituent la consommation la plus

Répartition en % des diplômes par taille d'établissements

Source : ANFA, enquête recrutement, juillet 2002



importante de cette population, avec une orientation forte vers les nouvelles technologies. L'intérêt est faible pour les formations commerciales. Les professionnels déclarent pourtant avoir des difficultés à fonctionner dans un environnement où les prestations associées (services, offres commerciales, communication) deviennent essentielles pour attirer et maintenir la clientèle.

Un effort de formation principalement lié à des sollicitations externes

- Une motivation à se former soumise à des facteurs externes**
C'est la nécessité de progresser face aux nouvelles technologies, ou la prescription des réseaux et des constructeurs ou encore les sollicitations des organismes de formation qui motivent en majorité les professionnels.
- La formation, une nécessité pour s'adapter**
Rarement conçue comme une démarche anticipée et volontaire, la formation est toutefois jugée comme une activité nécessaire. Elle permet de développer son savoir,

participe à l'amélioration de la rentabilité et de la qualité de service, s'inscrit dans une logique d'évolution de l'entreprise et permet l'échange entre les professionnels.

- La disponibilité du personnel, le principal frein à se former**
Confrontés à la difficulté de se libérer ou de libérer du personnel (temps, effectif, qualité), les professionnels perçoivent la formation comme moins prioritaire que l'activité (impératif de production).
- Une appréciation mitigée de la formation à distance : entre complexité, facilité et nécessité**
Les convaincus de l'intérêt et de la pertinence de ce moyen pédagogique évoquent toutefois la nécessité de prendre en considération les connaissances informatiques des personnes à former ainsi que leur niveau d'équipement. Les détracteurs opposent des arguments liés à la complexité ou à la lassitude de l'ordinateur ou encore à la limite de cette méthode pour un apprentissage théorique.

Répartition par thèmes de la consommation de formation au GNFA des entreprises de moins de 10 salariés

Source : GNFA, service marketing (de 1999 à 2002)



Focus sur les résultats



Les entreprises de moins de 10 salariés confrontées à un contexte économique et social incertain et à un environnement de plus en plus complexe

❖ **Un durcissement de l'univers des entreprises de moins de 10 salariés**, lié notamment à l'évolution du marché automobile vers l'électronique, à la diminution de leur activité, à la concurrence croissante principalement des concessionnaires et au renforcement des contraintes réglementaires.

❖ **Une réduction du périmètre d'intervention** autour de la mécanique et **des conditions de travail qui se durcissent**: comportements difficiles et niveau d'exigence plus élevé de la clientèle, manque d'équipements et d'outils, nouvelles pannes plus difficiles à réparer, normes environnementales de plus en plus sévères et nécessitant des investissements lourds et onéreux.

❖ **Des très petites entreprises fragilisées**, qui voient leur nombre diminuer à la fois en termes de structures et de salariés et dont de nombreuses sont aujourd'hui dirigées par des chefs d'entreprises âgés qui n'investissent plus dans leur outil de travail.

❖ **Une rupture technologique** prévue pour 2010 liée au remplacement du parc de véhicules par une majorité de véhicules équipés en électronique (difficultés à faire face à l'évolution technologique, manque de connaissances et d'équipements).

❖ **De réelles difficultés à se positionner dans un environnement complexe**, notamment en termes :

- **de gestion de l'entreprise** : difficultés à définir une stratégie, à gérer financièrement l'entreprise, à gérer et anticiper l'activité ;
- **de management du personnel** : problèmes pour former et se former, modification des habitudes de faire, difficulté à recruter du personnel jugé compétent et à conserver un personnel de plus en plus infidèle, gestion du personnel du fait des 35 h00 ;
- **de relation avec l'environnement** : difficultés relationnelles principalement avec les clients, les fournisseurs et les constructeurs.

Cependant, il existe quelques entreprises plus jeunes, plus réactives au marché, bien équipées, qui investissent en formation et organisent **leur propre «réseau»**.

Des entreprises de moins de 10 salariés plutôt fragilisées

❖ **Répercussion en matière de formation initiale** : La diminution des petites entreprises a des effets directs sur l'appareil de formation. En effet, la formation par apprentissage dans le commerce et la réparation automobile est un moyen de transmission du savoir traditionnellement ancré dans les pratiques des petites entreprises. Une baisse significative des effectifs en formation par apprentissage depuis 2 années consécutives, liée en partie à une diminution des plus petites structures, interpelle l'ANFA sur l'avenir de ce mode de formation.

❖ **Répercussion en matière de transmission d'entreprise** : Une autre conséquence concerne la transmission des affaires. Des initiatives en matière d'accompagnement, tant des acheteurs que des revendeurs, sont développées par les acteurs de la Branche : «marchés aux entreprises», formation ou sensibilisation.

❖ **Répercussion en matière de formation continue** : La pérennité des entreprises du secteur sera également liée à l'effort en formation leur permettant de s'adapter notamment aux mutations technologiques. Les entreprises



souhaitent des formations plus proches des conditions d'exercice de leur métier, courtes et pouvant s'enchaîner comme un cursus. La modularisation de l'offre de formation du GNFA peut constituer une réponse aux attentes de ces structures. Cependant, cette nouvelle modalité pédagogique va générer des contraintes que les entreprises devront en partie prendre en charge.

Retrouvez tous les numéros autofocus sur www.anfa-auto.fr