



ASSOCIATION NATIONALE POUR LA FORMATION AUTOMOBILE

PRATIQUES DE FORMATION CONTINUE ET DE GRH
DANS LES ENTREPRISES
DU COMMERCE REPARATION AUTOMOBILE

Résultats de l'enquête téléphonique ANFA

Septembre 1998

PRESENTATION DU CADRE DE L'ETUDE

Les métiers de la Branche des Services de l'Automobile ont considérablement évolué et évolueront encore. Ces mutations procèdent de deux principaux facteurs :

☞ Le 1er facteur d'évolution tient à la diffusion progressive d'une nouvelle génération d'outils de travail utilisant des méthodologies électroniques et informatiques. Les nouvelles formes de travail qui en découlent transforment les emplois : à la fois plus simples et plus complexes, ils deviennent avant tout plus rationnels et moins empiriques.

☞ Le 2nd facteur est d'ordre commercial : l'évolution des modes de consommation et des attentes de la clientèle induisent et requièrent de nouveaux comportements de la part des salariés (accueil...) mais aussi de nouvelles organisations du travail au sein des entreprises (services rapides...).

Ces mutations, à la fois techniques et culturelles, semblent s'inscrire non pas dans un registre de rupture mais de « permanence ». Cette permanence des évolutions appelle en retour, une souplesse et une réactivité forte en terme d'adaptabilité des compétences.

Le développement et l'actualisation des compétences passe, principalement par la formation continue des personnels en place. Aussi, dans le cadre de sa fonction de Fond d'Assurance Formation, l'A.N.F.A. souhaite-t-elle enrichir sa connaissance des pratiques de formation continue des entreprises de la Branche afin d'optimiser ses services auprès des entreprises et des salariés.

L'Observatoire a ainsi reçu mission des Partenaires Sociaux de réaliser une étude sur les pratiques de formation continue dans les Services de l'Automobile. L'A.N.F.A a sollicité le concours du Fond Social Européen, dans le cadre de l'objectif 4.

Cette étude est composée de trois principaux volets :

-volet 1 : étude qualitative auprès des professionnels et experts (mise au jour des facteurs d'évolution des métiers ainsi que des conséquences sur les besoins de qualification)

-volet 2 : analyse des statistiques (2483...) et dossiers existants sur la formation continue des entreprises de la Branche

-volet 3 : exploitation d'un questionnaire téléphonique diffusé auprès de 3 000 entreprises du commerce de véhicules et de l'entretien réparation)

Seront présentés ci-après exclusivement les résultats de l'enquête par questionnaire, réalisée par téléphone, auprès de 3 000 entreprises (commerce de véhicules et entretien réparation), au cours du mois d'avril 1998.

METHODOLOGIE

Le troisième volet de l'étude sur les pratiques de formation continue des entreprises de la Branche des Services de l'Automobile consiste en l'exploitation d'un questionnaire téléphonique diffusé auprès de 3 014 entreprises de commerce de véhicules (50-1z) et d'entretien réparation de véhicules automobiles (50-2z).

Ont été exclues les entreprises de maintenance de véhicules industriels, une étude spécifique leur ayant été réservée.

L'échantillon, constitué à posteriori, apparaît représentatif de l'ensemble des entreprises, relativement aux caractéristiques de taille et couvre les différents statuts d'entreprise (concession, agence, indépendant). Cependant, il convient de rester prudent dans l'analyse des données présentées ci-après, les proportions régionales n'ayant pu être respectées.

Les entreprises ayant répondu à l'enquête :

☞ 84,7% comportent moins de 10 salariés

☞ 12,3% ont un statut de concession

☞ 51,6% sont des agences de marque

33,7% Renault
20,6% Peugeot
19,7% Citroën
15% Mitsubishi...

☞ 35,7% sont des entreprises indépendantes, dont 95% ne sont pas franchisées

Les principaux thèmes d'enquête :

⇒ Pratiques et opinions sur le développement de la formation au sein de l'entreprise

⇒ Le recrutement des salariés et les profils recherchés

⇒ La mobilité interne et la FC

⇒ Les contrats en alternance

Pour plus de détail se reporter au questionnaire complet situé en annexe.

⇒ Les calculs de % ont été effectués *hors non répondants et ne sait pas*, afin de pouvoir comparer les résultats selon les différentes caractéristiques des entreprises (notamment selon la taille et statut).

SOMMAIRE

PARTIE 1	Le rapport des entreprises à la formation continue	<i>p6</i>
	A) Un discours prospectif et des pratiques nettement plus nuancées	<i>p7</i>
	B) Une fonction formation peu structurée au sein des entreprises	<i>p18</i>
	C) Le poids des réseaux de marque	<i>p20</i>
	D) Une formation continue qui se passe en dehors du salarié	<i>p22</i>

PARTIE 2	Le recrutement des nouveaux salariés et les profils recherchés	<i>p23</i>
-----------------	--	-------------------

PARTIE 3	La promotion des salariés	<i>p33</i>
-----------------	---------------------------	-------------------

PARTIE 4	L'alternance	<i>p44</i>
-----------------	--------------	-------------------

ANNEXES		<i>p50</i>
----------------	--	-------------------

I) LE RAPPORT DES ENTREPRISES A LA FORMATION CONTINUE

*Un discours prospectif et des pratiques nettement plus
nuancées*

Une fonction formation peu structurée dans les entreprises

Le poids des réseaux de marque

Une formation continue qui se passe en dehors du salarié

A) Un discours prospectif et des pratiques nettement plus nuancées

Une volonté affirmée de développer les compétences des salariés par la formation continue

⇒ Les projets qu'envisagent de réaliser les entreprises dans les deux prochaines années sont très majoritairement positifs (bien que quelques-uns pensent fermer ou vendre leur entreprise ou réduire leurs activités et leurs effectifs).

⇒ La formation continue occupe la première place et semble avoir un bel avenir devant elle : 81,5% des entreprises interrogées pensent développer la FC dans les 2 prochaines années.¹

LES ENTREPRISES DE 10 SALARIÉS ET PLUS ENTRAINENT LE COMMERCE REPARATION AUTOMOBILE VERS LA FORMATION CONTINUE

⇒ Les entreprises de 10 salariés et plus semblent être plus dynamiques encore que les entreprises artisanales. **Ainsi, 91,7% des entreprises de 10 salariés et plus, pensent développer les compétences par la FC, contre 79,5% pour les moins de 10.**

⇒ Cette volonté affirmée de développer la formation continue de la part des entreprises de 10 salariés et plus n'est pas toute récente : en effet, alors que la participation financière des entreprises tous secteurs confondus est en recul depuis 1992, celle-ci augmente depuis 1993 dans les entreprises du commerce réparation automobile². Cependant, le taux de participation financière du secteur reste nettement en deçà de la moyenne : en 1995, il s'élevait à 2,29% de la masse salariale contre 3,26% pour la moyenne tous secteurs confondus.

⇒ Quant aux entreprises de moins de 10 salariés, l'on constate un recours de plus en plus fort à la formation continue, financée par l'ANFA : en 1997, 18 958 actions ont été prises en charge par l'ANFA contre 13 559, en 1996, soit +39,8%.

⇒ Il convient de rappeler la particularité des pratiques de formation continue dans le secteur qui recouvrent des aspects marqués à la fois par l'existence de très petites entreprises (TPE) et d'entreprises de plus grande taille.

Les activités de maintenance automobile requièrent la proximité du service et par conséquent une certaine dissémination des entreprises sur tout le territoire français. Cette diffusion géographique au plus près du client final engendre l'atomisation des

¹ L'ensemble des calculs effectués en % se rapporte au nombre de répondants, en excluant les non réponses et ne sait pas, afin de pouvoir comparer entre les différentes tailles et structures d'entreprises.

² Source : exploitation des données 2483 par le CEREQ, données 1995.

entreprises : l'effectif moyen par entreprise (salariés et non salariés) s'élève à 3,5 personnes par entreprise.³
Cependant, 70% des salariés travaillent dans des entreprises de 10 salariés et plus.

Les pratiques de formation sont donc marquées à la fois dans les petites entreprises par la formation sur le tas qui constitue encore une modalité prégnante de formation et dans les entreprises de plus grande taille par une structuration de la formation plus développée.
Ceci peut donc nuancer l'écart de %, entre les 10 et plus et les moins de 10 salariés, de par la représentation de la formation que peuvent avoir ces différents types d'entreprise.

DES INTENTIONS DIFFERENTES SUIVANT L'ACTIVITE PRINCIPALE DES ENTREPRISES

⇒ L'activité principale exercée par l'entreprise semble induire des comportements spécifiques de formation continue et notamment en terme d'intentions de recourir à la formation dans les deux ans.

⇒ Ainsi, sont situées **au-dessus de la moyenne**, les entreprises dont l'activité principale est

- la vente de véhicules neufs (89,7%)
- l'entretien réparation rapide automobile (85,8%)
- l'électricité-électronique (85,4%)
- la mécanique lourde (83,5%)

⇒ A l'inverse, sont situées **sous la moyenne**, les entreprises dont l'activité principale est

- la carrosserie (73,9%)
- la vente de véhicules d'occasion (72,6%)
- la carrosserie peinture (66,8%)
- le dépannage remorquage (65,5%)

⇒ Les activités des entreprises évoluent et le domaine de la carrosserie ne déroge pas à la règle : nouvelles peintures, développement de la fonction de diagnostic et interventions sur écran informatique, carrosserie rapide... Cependant, la moindre volonté de recourir à la formation continue de la part des entreprises de carrosserie-peinture s'explique de par le statut des entreprises : elles sont majoritairement indépendantes (bien que l'on assiste à l'organisation en réseau de professionnels d'une frange de ces entreprises). Selon les statuts d'entreprise, les pratiques de formation continue diffèrent (cf plus loin).

³ Source : INSEE-SIRENE 95, mis à jour ANFA

⇒ Sans l'évoquer de façon exhaustive, il convient de souligner quelques points sur l'évolution des activités des entreprises, liée à des facteurs techniques ainsi qu'à l'apparition de nouveaux modes de consommation. L'évolution des activités appelle en retour la satisfaction de nouveaux besoins de compétences et une plus grande formalisation de la formation.

- L'activité de maintenance connaît une diminution progressive du volume des travaux de mécanique lourde, au profit de l'importance croissante du diagnostic, et d'une augmentation du volume des opérations d'entretien courant.

La formation « par l'expérience » perd de son importance car les pannes ne se répètent plus autant : l'oreille ou l'intuition ne suffisent plus à elles seules pour identifier la panne. De fait, les évolutions techniques exigent une plus grande formalisation de la formation.

- L'évolution technique induit de même, pour une part, un phénomène de *spécialisation* croissante des activités et donc des emplois : une frange des personnels (les plus anciens) tend à se concentrer sur la petite mécanique-entretien et l'autre sur l'électronique, activité qui est le plus souvent réservée aux personnels plus jeunes, mieux formés. Cependant, cette spécialisation s'accompagne d'un mouvement d'acquisition d'une *double compétence* : mécanique et électronique. En effet, la compétence mécanique, seule, suffirait de moins en moins pour occuper un poste de mécanicien.

- *Le développement des services rapides* induit de fait la standardisation et la rationalisation du travail : l'organisation est repensée, déclinée en procédures afin d'optimiser les temps d'intervention. Les démarches de certification (norme ISO ou Qualicert) tendent de fait à rationaliser les pratiques professionnelles et donc à formaliser la formation à ces techniques professionnelles.

- *Les évolutions du marché et des attentes des consommateurs* induisent le développement des compétences transversales : de plus en plus, le client recherche une qualité, partout et toujours égale des produits et services, la transparence-clareté du service rendu, la rapidité des interventions ainsi qu'un prix bas, et la mise à disposition d'une palette de services toujours plus large.

Cette mutation de la demande du consommateur touche autant la vente de véhicules que la maintenance.

Ainsi, l'activité de vente s'enrichit et s'oriente vers la vente de prestations de service, à savoir le financement de l'achat du véhicule, sa garantie SAV...et accorde une plus grande place à la vente de véhicules d'occasion, les marges issues de la vente de véhicules neufs s'étant effondrées, suite à l'instauration des primes à la casse, tandis que le volume des ventes VN ayant fortement diminué depuis la suppression desdites primes.

Quant à la maintenance automobile, il convient de savoir vendre la réparation et répondre aux exigences des consommateurs en terme de rapidité-fiabilité de la réparation.

⇒ Ces différents facteurs créent de nouveaux besoins de compétences auxquels doit répondre l'appareil de formation (formation initiale et continue). Cependant, avant tout, il est nécessaire que les dispositifs de formation rencontrent une réelle volonté de la part des entreprises de développer leur capital compétences dans le même sens.

Aussi, parmi les réponses à l'enquête, peut-on noter la prise en compte par les professionnels des évolutions du secteur.

LES BESOINS DE COMPETENCES EXPRIMES PAR LES ENTREPRISES : DES BESOINS DE COMPETENCES TECHNIQUES MAIS AUSSI TRANSVERSALES

⇒ Les besoins exprimés par les entreprises de 10 salariés et plus :

Selon vous les besoins en formation les plus importants concernent...	%
Les for. tech. pour les mécaniciens	73,7
Les for. tech. pour les carrossiers et-ou les peintres	48,3
Les for. à l'accueil clientèle pour les mécaniciens	47,3
Les for. tech. pour les réceptionnaires ou chefs d'équipe	56,7
Les for. à l'accueil ou à la g° d'équipe pour les réceptionnaires ou chefs d'équipe	59,1
Les for° de gestion et-ou les formations commerciales pour les responsables d'atelier	54,4

Source : ANFA

Lecture : 71% des entreprises de 10 salariés et plus ayant répondu à l'enquête déclarent que les besoins de formation les plus importants sont les formations techniques pour les mécaniciens

⇒ Quelle que soit l'activité principale exercée par l'entreprise, les besoins de formation les plus importants concernent les formations techniques à l'attention des mécaniciens, y compris pour les entreprises de commerce de véhicules.

⇒ En deuxième position se placent les besoins en formation à l'organisation de l'atelier, hormis pour les entreprises de commerce de véhicules qui placent en seconde position les besoins en formation à la vente.

⇒ Les besoins prioritaires en matière de formation exprimés par les entreprises de moins de 10 salariés :

les besoins exprimés par les entreprises de moins de 10 salariés ne diffèrent pas de ceux exprimés par les entreprises de 10 salariés et plus : il s'agit avant tout de formations techniques, puis de formations à l'organisation d'atelier, enfin, de formations à la gestion.

DYNAMISME DES RESEAUX PRIMAIRES ET SECONDAIRES EN MATIERE DE FORMATION CONTINUE

⇒ Chacun des différents statuts d'entreprises instaure un système de relations professionnelles spécifique autour de la formation continue et de la gestion des ressources humaines.

⇒ Ainsi, selon le statut de l'entreprise, le projet d'améliorer les compétences du personnel par la formation continue est plus ou moins affirmé :

sont situées **au dessus de la moyenne** les types d'entreprise suivants :

- concessions (91,7%)
- agents (86,8%)

et sont situées **sous la moyenne** les types d'entreprise suivants :

- indépendants franchisés (75%)
- indépendants non franchisés (69,4%)

Ainsi, plus l'entreprise est encadrée statutairement, plus elle envisage de développer les compétences de ses salariés par la formation continue.

⇒ Pour les entreprises liées contractuellement aux constructeurs ou importateurs, (*concessions*), la formation « produit » est assurée, en général, directement par ces derniers. Il s'agit de donner les moyens à leur réseau d'être à la pointe des techniques et en retour, d'être compétitif sur un marché de plus en plus concurrencé. Les constructeurs impulsent fréquemment une politique de démultiplication de la formation au sein de l'entreprise. Chacun des constructeurs organisent d'autres formations, en fonction de leurs priorités.

⇒ Quant aux entreprises du *réseau secondaire*, les relations avec le constructeur sont plus distendues : le lien contractuel direct est relatif à la concession. De plus, davantage dispersées dans l'Hexagone, les agences doivent savoir réparer des véhicules toutes marques, bien plus que les concessions qui sont encore principalement monomarkes. Dans les agences, la fonction formation est partagée entre deux univers : elle est organisée dans le cadre des réseaux de marque mais aussi sur l'initiative individuelle de l'agent, sur le modèle de l'indépendant.

⇒ Les *indépendants*, quant à eux, se trouvent seuls, face à l'offre de formation : ils choisissent isolément les organismes de formation et les formations dont ils ont besoin. Cependant, certains se regroupent au sein de réseaux (d'équipementiers ou de professionnels) qui leur assurent alors, un soutien dans le choix et la planification de formations continues. Quant aux franchisés, les formations sont essentiellement organisées par l'enseigne qui dispose bien souvent d'un centre de formation spécifique. Ils peuvent de même solliciter le soutien de la Branche, en vue de qualifier leurs personnels (ex : Speedy).

LES REPRESENTATIONS DES ENTREPRISES EN MATIERE DE FC

⇒ Si les projets affichés par les entreprises révèlent une forte volonté de développer les compétences par la formation continue dans les entreprises, leur vision de la formation est déjà plus nuancée.

⇒ Pour l'ensemble des entreprises répondantes, la formation c'est plutôt

- une manière d'anticiper les évolutions du secteur (48,6%)
- un moyen de répondre à des besoins ponctuels (38%)
- enfin une obligation légale (13,4%)

⇒ Les opinions développées ici s'apparentent à une vision prospective des évolutions : les entreprises cherchent à prévenir les décalages potentiels entre les compétences détenues par le personnel de l'entreprise et les compétences qui seront requises demain.

⇒ On remarque, de même, que les entreprises de 10 salariés et plus sont davantage tournées vers l'anticipation de l'évolution du secteur, que les entreprises de moins de 10 salariés.

La formation, est-ce plutôt, pour vous ...?

	Moins de 10 salariés	10 salariés et plus
Une manière d'anticiper les évolutions du secteur	47,6%	53,8%
Un moyen de répondre à des besoins ponctuels	39%	32,7%
Une obligation légale	13,4%	13,6%

⇒ L'analyse selon le statut offre des surprises : 20,4% des entreprises indépendantes franchisées considèrent que la formation est une obligation légale, contre 9,9% des indépendants non franchisés. Sur cette question, la taille de l'entreprise est moins structurante que le statut de l'entreprise qui apparaît nettement discriminant en matière de représentations de la formation.

La formation, est-ce plutôt, pour vous ...?

	Concession	Agence	Indépendants franchisés	Indépendants non franchisés
Une manière d'anticiper les évolutions du secteur	53,5%	47,7%	42,9%	48,3%
Un moyen de répondre à des besoins ponctuels	32,3%	37,3%	36,7%	41,8%
Une obligation légale	14,2%	15,1%	20,4%	9,9%

Source : ANFA

Des pratiques de formation continue encore principalement à court terme

Si la phase d'enquête par entretiens avait déjà montré un certain manque (ou un manque certain) de réflexion sur les compétences à moyen terme, d'autres éléments de réponse du questionnaire lui-même nuancent fortement cet aspect prospectif.

⇒ En terme de pratiques cette fois, il apparaît en effet, que 39% des entreprises n'ont participé à aucun stage de FC durant les deux dernières années et 32% durant les 5 dernières années.

LA PARTICIPATION A LA FORMATION CONTINUE SELON LES CSP

cf tableau page suivante

⇒ 61% des chefs d'entreprise interrogés ont suivi, eux-mêmes ou l'un de leurs salariés un stage de formation continue au cours des deux dernières années.

⇒ Il s'agit essentiellement du personnel ouvrier (80,3% des cas)⁴ puis des chefs d'entreprises (43,5%), des employés administratifs (12,7%), des vendeurs automobiles (7,7%), des cadres (7,2%) enfin, des agents de maîtrise (6,6%).

⇒ Les domaines de formation suivie diffèrent selon la catégorie socio-professionnelle et sont révélateurs des priorités des professionnels à savoir...

- la technique professionnelle pour les emplois d'ouvriers avec le développement important de l'électricité-électronique et encore la très faible préoccupation en terme de relation clientèle

- la concentration des formations suivies par les vendeurs sur les aspects purement vente

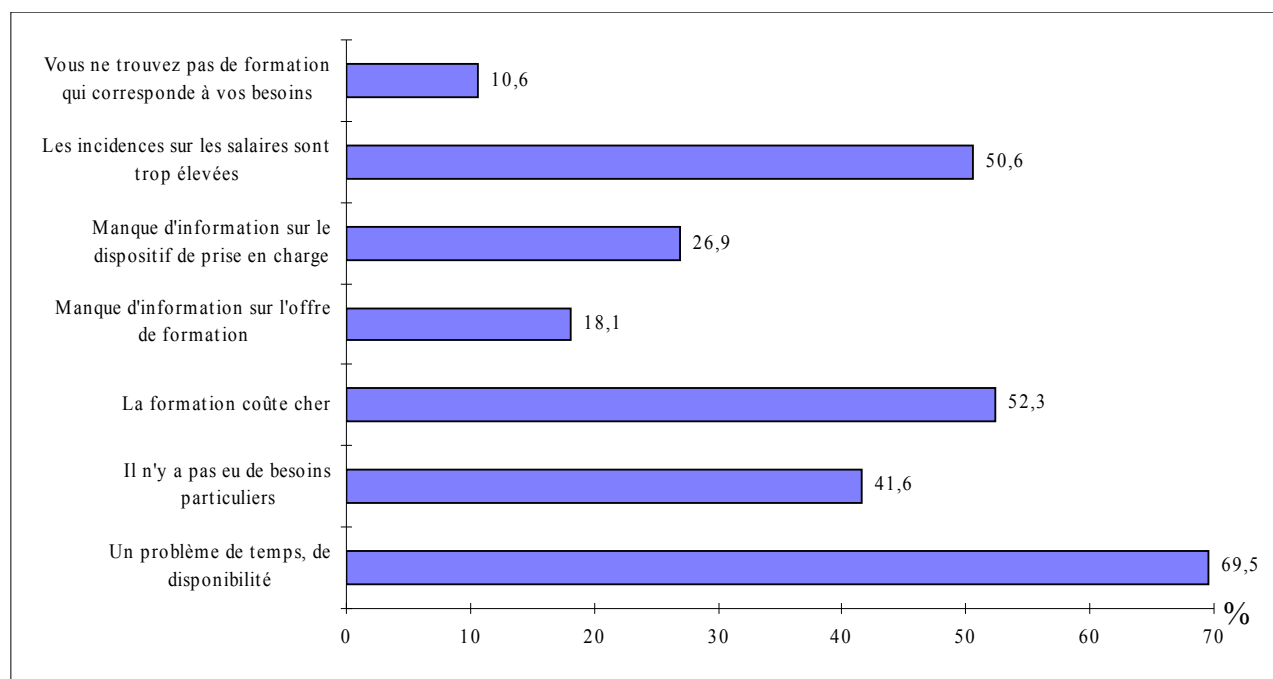
⁴ Question multi-réponses

- la polycompétence requise vis-à-vis des agents de maîtrise qui suivent des formations sur une large palette de domaines et particulièrement la recherche de l'amélioration de l'accueil clientèle

- l'importance de l'amélioration de la qualité de management des cadres et chefs d'entreprise. Pour ces derniers, la gestion financière occupe néanmoins une large place. En outre, il persiste un net intérêt pour la technique professionnelle, les chefs d'entreprise des petites structures occupant le plus souvent un poste très opérationnel.

LES FREINS A LA FORMATION CONTINUE : ENTRE FAITS OBJECTIFS ET REPRESENTATIONS SUBJECTIVES

⇒ Pour ceux qui n'ont pas participé ou fait participer l'un de leurs salariés à des stages FC, les raisons les plus fréquemment évoquées sont les suivantes :



Source : ANFA

⇒ *Le premier frein à la formation continue est l'incidence sur l'organisation du travail* : les professionnels se plaignent d'un manque de disponibilité pour partir en formation. C'est pourquoi, afin de répondre à ce problème structurel d'un secteur marqué par les structures de petite taille, les centres de formation jouent la carte de la proximité. D'autre part, de nouveaux dispositifs sont expérimentés, tel le « JOB ROTATION » qui tend à organiser un système de remplacement des salariés partis en formation. De même, le développement de la formation à distance ainsi que sur le lieu de travail (CD ROM....) tend à limiter les problèmes de disponibilité. Ce sont les agents qui se plaignent le plus de manquer le temps pour bénéficier d'un stage de formation (72,9%), puis, les indépendants non franchisés (69,3% d'entre eux).

⇒ *Le second frein est le coût financier de la formation* : ce coût peut être direct (paiement au centre de formation, hébergement sur le lieu de formation...) mais aussi indirect (perte de clientèle pour les petites entreprises...). L'on peut faire l'hypothèse d'un manque d'information sur les dispositifs de financement que les entreprises pourraient actionner, tant sur le recours aux fonds mutualisés que sur d'autres types de financement possible (Fond Structurel Européen, EDDF..).

Ce type de frein au départ en formation est évoqué plus particulièrement par les concessionnaires (62,7%) et les agents (60,5%) et nettement moins par les indépendants.

⇒ *La troisième raison* évoquée pour justifier l'absence de formation continue durant les deux dernières années est « *l'incidence de la formation sur les salaires* » qui serait trop élevée. Pourtant, seules 30,4% des entreprises déclarent connaître les PFQ et parmi elles, seule la moitié les appliquent.

De fait, ce sont les types d'entreprise qui appliquent le plus les PFQ qui évoquent les répercussions en matière de salaire : 63,6% des concessionnaires qui n'ont pas fait de formation depuis 2 ans. Pour les concessionnaires, il s'agit du principal frein au départ en formation.

CONCENTRATION ET REDISTRIBUTION DE LA FORMATION

⇒ Pour l'heure, au total, 68,4% des entreprises ont fait bénéficier leur chef d'entreprise ou l'un de leur salarié d'un stage FC au cours des 5 dernières années.

⇒ La formation est concentrée souvent sur la même personne, chargée ensuite de redistribuer en interne la formation reçue : 62,3% des entreprises déclarent qu'il s'agit le plus souvent de la ou les mêmes personnes qui partent en formation.

⇒ 85,7% des entreprises disent que le salarié, de retour de formation montre « fréquemment » ce qu'il a appris à ses collègues.

⇒ L'analyse des taux d'accès des salariés à la formation continue atteste de cette pratique de concentration de la formation et plus particulièrement dans les petites structures : dans les entreprises de moins de 10 salariés, 1 salarié sur 10 est parti en formation en 1997. En 1995, 1 salarié sur 3,5 a bénéficié d'un stage de FC dans les entreprises de 10 salariés et plus.

PRATIQUE DU STAGE COURT ET PAR FORCEMENT SUR UN LIEU DE PROXIMITE

⇒ La pratique du stage court est particulièrement répandue dans les formations techniques notamment : 69,8% des répondants déclarent que les formations techniques sont le plus fréquemment d'une durée totale inférieure à 3 jours, 26,1% entre 3 et 5 jours. Les durées égales ou supérieures à 6 jours représentent seulement 4,1% des réponses.

⇒ Des disparités se font jour selon la taille de l'entreprise : si 39,4% des stages techniques organisés par les entreprises de 10 salariés et plus sont d'une durée comprise entre 3 et 5 jours, ceux-ci ne représentent que 23% stages des entreprises de plus petite taille.

Les formations techniques suivies par vous-mêmes ou vos salariés sont-elles le plus fréquemment d'une durée totale : ?

	moins de 10 salariés	10 salariés et plus
inférieures à 3 jours (<21h)	72,7%	57,4%
entre 3 et 5 jours (21h à 39h)	23%	39,4%
6 jours et plus	4,3%	3,2%

Source : ANFA

⇒ Ceci est nettement corroboré par l'analyse des différentes statistiques (cf dossier FC stats) et pose la question de l'impact des formations courtes et de leur inscription dans un parcours global de formation.

⇒ En terme de projection de pratiques de formation : 71% des entreprises déclarent qu'elles n'accepteraient aucune formation d'une durée supérieure à 20 jours. Cependant, 14,5% l'accepteraient pour des mécaniciens. il s'agit d'une tendance générale, indépendante du critère de taille de l'entreprise.

Ceci interroge les possibilités de requalification des personnels anciens, pourront-ils se requalifier au sein de l'entreprise ou conviendra-t-il d'innover en matière de dispositifs de formation requalifiante ?

⇒ La formation a lieu le plus fréquemment dans une agglomération située à plus de 50km de l'entreprise (57,9% des réponses dont la moitié à plus de 100 km). 32,2% ont lieu le plus fréquemment dans une agglomération voisine de l'entreprise, c'est-à-dire entre 11 et 50 km.. Seules 1,5% des entreprises ont déclaré la réalisation de formation au sein même de l'entreprise.

⇒ A noter : une plus grande mobilité pour la formation continue dans les grandes structures : pour 74,4% des entreprises de 10 salariés et plus, les formations ont lieu le plus fréquemment à plus de 50km, contre 54% des entreprises de moins de 10 salariés.

B) Une formation peu structurée au sein des entreprises

Si l'évolution des activités appelle la satisfaction de nouveaux besoins de compétences, elle requiert de même une plus grande formalisation de la formation et de la fonction formation.

La formation « par l'expérience » perd de son importance au sein de l'activité de maintenance : à la fois chaque panne est spécifique et l'oreille ou l'intuition ne suffisent plus à elles seules pour identifier la panne. De fait, les évolutions techniques exigent une plus grande formalisation de la formation. La formalisation de la formation passe par la structuration de la fonction formation au sein des entreprises dans un secteur à dominante artisanale.

⇒ 97,6% des entreprises ne disposent pas d'un service du personnel à part entière.

⇒ Parmi elles, la fonction de gestion du personnel incombe très majoritairement au chef d'entreprise (96,8%). Une « autre » personne est mobilisée uniquement pour 3,1%. Dans ce cas, c'est le comptable (ou secrétaire comptable) qui assure cette fonction (58,2%) ou encore un cabinet de gestion (13,2%).

⇒ 2,4% des entreprises disposent d'un service du personnel, qui comprend, en moyenne 1,9 personnes. Ses fonctions sont centrées sur l'aspect administratif, la préparation d'un plan de formation n'étant, quant à elle, effectuée que dans 8,8% des cas.

⇒ De fait, 66,5% des entreprises de 10 salariés et plus déclarent que les stages de formation suivis par leurs salariés s'inscrivent dans un plan de formation.

⇒ La périodicité des plans de formation est essentiellement annuelle (79,6%) et, pour 20,4% des entreprises, il s'agit d'un plan pluri-annuel.

⇒ Ces entreprises bâtissent leur plan, le plus fréquemment eux-mêmes. Cependant, 35% disent qu'un organisme les aide à le préparer.

⇒ Il s'agit très majoritairement du réseau constructeur (64,7%), de l'AGEFOS (11,8%) et de l'ANFA (8,2%).

⇒ Les autres outils de GPPEC semblent être assez peu développés dans les entreprises de la Branche :

⇒ l'évaluation des compétences des salariés s'effectue pour 92,4% des entreprises interrogées par le « regard » : « ils connaissent les compétences en voyant comment ils travaillent ».

⇒ 9,7% des chefs d'entreprise réalisent un entretien avec leurs salariés. Seuls 5,1% déclarent avoir mis en place des outils formalisés de gestion des compétences (comme par exemple une grille d'évaluation) et 1% ont le projet d'en développer (question multi-réponses).

C) Le poids des réseaux de marque : la Branche concurrencée par les constructeurs

⇒ Lors du choix de la formation, le rôle de la Branche prend toute son importance : parmi les entreprises dont les salariés et/ou le chef d'entreprise ont, au minimum, suivi une formation au cours des 5 dernières années, 65% vérifient auparavant si le stage de formation qu'elles souhaitent effectuer est agréé par la Branche.

⇒ Les entreprises de 10 salariés et plus semblent être un peu moins attentives à l'agrément de la Branche pour la formation dont elles souhaitent faire bénéficier leurs salariés que les entreprises de plus petite taille : 60,2% vérifient si la formation est agréée, contre 66,1% des entreprises de moins de 10 salariés.

⇒ Cependant le réseau constructeur offre une opportunité non négligeable et en cela est amené à « concurrencer » la Branche et l'action de l'ANFA : en effet, même si les entreprises choisissent les stages de formation d'abord en fonction du contenu du stage (61,7%), elles optent pour tel ou tel stage parce qu'il se trouve être proposé par le réseau. Ainsi, l'entreprise n'a plus qu'à opérer une sélection.

En terme de priorité, les entreprises de 10 salariés et plus inscrivent en critère prédominant le fait que les formations soient proposées par le réseau, le contenu du stage n'intervenant qu'en deuxième position.

On peut évoquer plusieurs hypothèses :

- une éventuelle gratuité du stage constructeur même si la tendance est, semble-t-il, de plus en plus fréquemment, de faire payer le stage au professionnel

- l'économie pour l'entreprise d'une réflexion sur ses propres besoins (le constructeur sait ce qui est utile et pertinent de suivre)

- ou encore une incitation forte du réseau, proche de l'obligation.

⇒ D'autres critères sont importants dans le choix de la formation : la proximité du lieu de formation est important pour 53,5% des entreprises. Intervient ensuite, le coût de la prestation (46,6%) et la qualité du prestataire (45,5%).

<i>Comment choisissez-vous un organisme de formation ?</i>	
	<i>%</i>
En fonction du contenu du stage	61,7
Vous n'avez qu'à choisir, vous ne prenez que les formations proposées par votre réseau	56
En fonction de la proximité du lieu de formation	53,5
En fonction du coût de la prestation	46,6
En fonction de la qualité du prestataire	45,5
Autre	3,4

Source : ANFA

⇒ L'inscription de la formation pour les professionnels, dans une politique générale de Branche reste nuancée à travers l'usage fait des Primes Formation Qualification (PFQ) et des financements formation mobilisés par les entreprises :

⇒ 30,4% des entreprises interrogées connaissent le principe de la Prime Formation Qualification. Parmi elles, 51% déclarent avoir déjà appliqué les PFQ et continuent de le faire, 10,8% les ont appliquées mais plus aujourd'hui et 38,2% disent ne jamais les avoir appliquées.

Ici pointe une certaine distance voire même dissociation entre d'une part les formations effectuées et la progression salariale des stagiaires FC. Plusieurs hypothèses : coût trop élevé pour les petites entreprises, l'aspect financier n'est pas suffisamment motivant pour le salarié, les stages qui ouvrent à une PFQ ne couvrent pas l'ensemble des besoins de compétences à pourvoir, la complexité administrative du dispositif de rémunération...

⇒ On peut noter une grande disparité de niveau d'information entre les entreprises de moins de 10 salariés et celui des entreprises de 10 salariés et plus : seulement 27% des premières connaissent le principe de la PFQ, contre 49,5% des secondes.

⇒ Le niveau de connaissance des PFQ induit de fait leur niveau d'application au sein de l'entreprise : ainsi, 65,9% des entreprises de 10 salariés et plus déclarent appliquer aujourd'hui les PFQ, contre 46,1% des entreprises de moins de 10 salariés.

⇒ 42,1% des entreprises ont utilisé un financement A.N.F.A. pour la formation de leurs salariés, 42,1% aucun financement (stages gratuits ou financements personnels ?) et 6,5% ont utilisé d'autres financements (10, 9% ne savent pas).

⇒ Parmi les entreprises qui ont utilisées d'autres types de financements, 47,9% financent elles-mêmes la formation, 31,3% sollicitent le financement du réseau constructeur, 7,6% ont bénéficié d'aides de la part de l'AGEFOS et 4,2% disent avoir eu des financements GNFA (!).

⇒ Certaines entreprises projettent de recourir dans l'avenir à différents financements : le réseau constructeur arrive en tête avec 39% des intentions de financement ultérieur, en seconde place se situent les financements personnels (35,2%), enfin l'AGEFOS avec 9,5% des réponses.

D) Une formation continue qui se passe en dehors du salarié

⇒ L'entreprise est le plus souvent à l'initiative de la formation continue, non pas le salarié : pour les entreprises dont les salariés ou le chef d'entreprise ont suivi au minimum, une formation durant les 5 dernières années, le plus souvent, le départ en formation résulte d'une incitation de l'entreprise (58,5%) mais aussi du réseau (36,5%).

La demande du salarié, quant à elle, n'est citée que dans 4,9% des cas.

⇒ Aussi, très logiquement, le rôle incitatif du réseau joue davantage encore dans le cas des entreprises de 10 salariés et plus : 40,3% d'entre-elles déclarent que le départ en formation résulte d'une incitation du réseau, contre 35,6% dans les entreprises de plus petite taille. Les concessionnaires, quant à eux, l'estime plus importante encore : 55,8% des personnes interrogées.

⇒ Pourtant, 14,7% des entreprises déclarent avoir reçu des demandes de formation de la part de leurs salariés, et plus encore (26,8%) si elles comportent 10 salariés et plus.

⇒ Parmi elles, 20,8% estiment ne devoir y répondre si et seulement si cela peut apporter un plus à l'entreprise et 70,1% y répondent « dans la mesure des possibilités ». 9,1% ne les prennent pas en compte.

⇒ De fait, seuls 1,1% des entreprises interrogées déclarent recevoir de la part de leurs salariés des demandes de CTF (1,53% pour les 10 salariés et plus).

Ainsi, si la demande de formation à l'initiative du salarié reste minoritaire, il n'en demeure pas moins que le CTF n'est pas connu ou que le financement de la formation n'est peut-être pas la préoccupation du salarié qui compterait davantage sur l'employeur pour mener à bien le dossier financement.

Ceci pose la question de l'impact de la formation : quelle peut être l'efficacité d'une formation qui ne serait pas portée par le stagiaire ? L'on peut présager de comportements de « consommation » de stages, plutôt que de processus de formation.

II) LE RECRUTEMENT DE NOUVEAUX SALARIES ET LES PROFILS RECHERCHES

l'état du marché initie les recrutements

l'expérience professionnelle du candidat prévaut

*les jeunes sont recrutés pour leur capacité à s'adapter aux règles
et méthodes de travail de l'entreprise*

LE POSTE DE MECANICIEN RECRUTE LE PLUS

⇒ 7,3% des entreprises interrogées déclarent être en période de recrutement au moment de l'enquête : les entreprises de 10 salariés et plus le sont proportionnellement davantage que les structures plus petites. Ainsi, 12,7% d'entre-elles offrent des postes à la date de l'enquête (contre 6,3% des entreprises de moins de 10 salariés). Les concessions sont particulièrement dynamiques du point de vue des intentions de recrutement, puisque 13,6% sont en période de recrutement, contre 6,7% pour les agents et 5,7% pour les entreprises indépendantes (non franchisées). Peugeot et Renault sont les deux réseaux les plus dynamiques.

⇒ Les postes offerts sont surtout des postes techniques à l'image de la répartition des postes de salariés : 47,5% recherchent des mécaniciens, 12,8% des carrossiers... Le secteur de la vente représente 13,2% des motifs de recrutement.

A noter : la représentation de l'apprentissage comme mode de gestion de l'emploi : 5% des entreprises déclarent rechercher une personne pour un " poste d'apprenti ".

Vous recherchez quelqu'un pour quels postes ?

	% répondants
Mécanicien	47,5
Technicien	3,2
Electricien	5,5
Carrossier	12,8
Peintre	3,2
Carrossier-Peintre	5,5
Magasinier	2,7
Chef d'équipe	0,9
Réceptionnaire	1,4
Responsable d'atelier	4,1
vendeur VO	6,4
Vendeur VN	5,9
Responsable des ventes	0,9
Secrétaire-comptable	6,4
Apprenti	5
Divers	12,4

Source : ANFA

⇒ Le plus souvent, un seul poste est offert par métier évoqué. Au total, ce sont près de **270 postes** qui sont offerts (dont apprentis) par les 3 014 entreprises interrogées.

⇒ On peut donc faire l'hypothèse que les 61 952 entreprises⁵ du commerce de véhicules et d'entretien réparation (50-1z et 50-2z) offraient à la date de l'enquête plus de **5 550 emplois** tous métiers confondus.

LES PROFILS RECHERCHES : L'EXPERIENCE PREVAUT

⇒ En terme de profils recherchés, on constate la préférence toujours marquée pour les personnes expérimentées : la " valeur " professionnelle s'acquiert avec la pratique.

⇒ Les jeunes de niveau V sont plébiscités pour les postes de mécanicien A contrario, les postes de carrossier favorisent le recrutement au niveau IV et plus.

■ Profil recherché pour le poste de **MECANICIEN**

⇒ S'agissant spécifiquement du poste de mécanicien, les petites entreprises recruteraient proportionnellement davantage de jeunes de niveau CAP/BEP que les entreprises de 10 salariés et plus, lesquelles recherchent davantage au niveau supérieur : BP et Bac Professionnel.

*Profil souhaité par les entreprises pour le poste de **mécanicien***

	<i>Moins de 10 salariés</i>	<i>10 salariés et plus</i>	<i>moyenne</i>
<i>Un jeune de niveau CAP-BEP</i>	37,5%	26,1%	34,7%
<i>Un jeune de niveau BP BAC PRO</i>	12,5%	17,4%	13,7%
<i>Un jeune de niveau BTS</i>	2,8%	8,7%	4,2%
<i>Une personne ayant de l'expérience</i>	47,2%	47,8%	47,4%
<i>Autre " y compris demandeur d'emploi et apprenti "</i>	8,3%	13%	9,5%
	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>

Source : ANFA

⇒ Une autre distinction se fait jour entre les différents statuts d'entreprise : en effet, les profils recherchés par les agents s'apparentent à ceux recherchés par les indépendants (non

⁵ Source : INSEE-SIRENE 1/1/98

franchisés), favorisant les jeunes de niveau CAP-BEP par rapport aux jeunes de niveau IV et plus. Cependant, les agents cherchent davantage de personnes d'expérience, alors que les indépendants non franchisés situent sur un même plan le profil de jeune de niveau CAP-BEP et les personnes d'expérience.

*Profil souhaité par les entreprises pour le poste de **mécanicien***

	<i>Concess.</i>	<i>Agents</i>	<i>Indépendants non franchisés</i>
<i>Un jeune de niveau CAP-BEP</i>	22,2%	36,8%	36,8%
<i>Un jeune de niveau BP BAC PRO</i>	22,2%	12,3%	10,5%
<i>Un jeune de niveau BTS</i>	11,1%	1,8%	5,2%
<i>Une personne ayant de l'expérience</i>	55,6%	49,1%	36,8%
<i>Autre " y compris demandeur d'emploi et apprenti "</i>	5,6%	8,8%	15,8%
	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>

Source : ANFA

■ Profil recherché pour le poste de **CARROSSIER**

Si les entreprises qui recherchent des carrossiers privilégient l'expérience professionnelle du candidat, elles font une place importante aux jeunes de niveaux IV et plus (23,1%), ainsi qu'aux profils divers (19,2%).

*Profil souhaité par les entreprises pour le poste de **carrossier***

	<i>Moins de 10 salariés</i>	<i>10 salariés et plus</i>	<i>moyenne</i>
<i>Un jeune de niveau CAP-BEP</i>	11,1%	ns	19,2%
<i>Un jeune de niveau BP BAC PRO</i>	16,7%	ns	15,4%
<i>Un jeune de niveau BTS</i>	11,1%	ns	7,7%
<i>Une personne ayant de l'expérience</i>	55,6%	ns	50%
<i>Autre " y compris demandeur d'emploi et apprenti "</i>	22,2%	ns	19,2%
	<i>100</i>		<i>100</i>

Information non disponible pour les autres types de postes : nombre total de réponses insuffisant.

LES RECRUTEMENTS EFFECTUES PAR LE PASSE : MOTIFS ET FREINS

⇒ En terme de pratiques de recrutement, 55,4% des entreprises déclarent avoir recruté au moins un salarié au cours des deux dernières années. Si l'on extrapole à l'ensemble des entreprises connues au 1/1/1998, ce seraient plus de **34 000** postes qui auraient été pourvus au cours des deux dernières années, soit **17 000 par an**, en considérant qu'une entreprise recrute une seule fois dans l'année et pour un seul poste.

⇒ Les entreprises de 10 salariés et plus recrutent proportionnellement davantage : 80,9% d'entre-elles déclarent avoir embauché au moins un salarié durant les deux dernières années, contre 50,7% des entreprises de moins de 10 salariés.

⇒ Si les concessions se trouvent en bonne place (78,3% déclarent avoir recruté au cours des deux dernières années), les indépendants franchisés semblent s'inscrire dans ce même type de gestion des ressources humaines (61,1%).

Cependant, à l'instar des intentions de recrutement, la taille des effectifs explique la plus grande fréquence des recrutements dans les entreprises les plus grandes. Il aurait fallu savoir combien de personnes ces entreprises avaient recruté au total afin de calculer un taux de rotation des effectifs, ainsi que la nature et la durée des contrats conclus (CDD, CDI...).

⇒ Les motifs de recrutement⁶ évoqués surprennent :

☞ *52,5% ont été effectués dans le cadre d'un renouvellement du personnel.* Or, le secteur du commerce réparation automobile était jusqu'alors caractérisé par un noyau de salariés stable et un faible renouvellement des salariés en place : entre 1993 et 1995, les mouvements de main d'oeuvre, rappelons-le avaient diminué de 19%. Est-ce à dire que la tendance récente se renverse ?

☞ *La seconde raison de recrutement est l'augmentation du volume d'activité, pour 47,2% des recrutements envisagés.*

Les craintes concernant la santé économique des entreprises ne sont donc pas fondées sur une éventuelle baisse d'activité : le volume des opérations reste important mais bien plus encore la perspective de la rentabilité des interventions ou des ventes réalisées.

☞ *Les autres motifs de recrutement : le développement de nouvelles activités induit quant à lui 28,4% des embauches et l'évolution technologique, 16,1%.*

⁶ Attention : question à multi-réponses

L'évolution du marché des entreprises, en matière de recrutement, apparaît donc comme particulièrement déterminant, davantage encore que l'évolution technologique. Apparaît comme principal déclencheur de l'embauche, la confiance de l'entreprise en son avenir.

⇒ De fait, les freins à l'embauche évoqués par les entreprises interrogées témoignent de ce phénomène :

☞ le frein le plus fréquemment cité est le “ manque d'activité ” de l'entreprise (57%).

☞ 20,4%des entreprises auraient souhaité recruter mais elles estiment que le coût salarial est trop élevé.

☞ 8,9% font part d'un manque de certitude quant aux perspectives du marché.

☞ A noter : 3,1% des entreprises déclarent ne pas avoir trouvé quelqu'un correspondant suffisamment au poste à pouvoir.

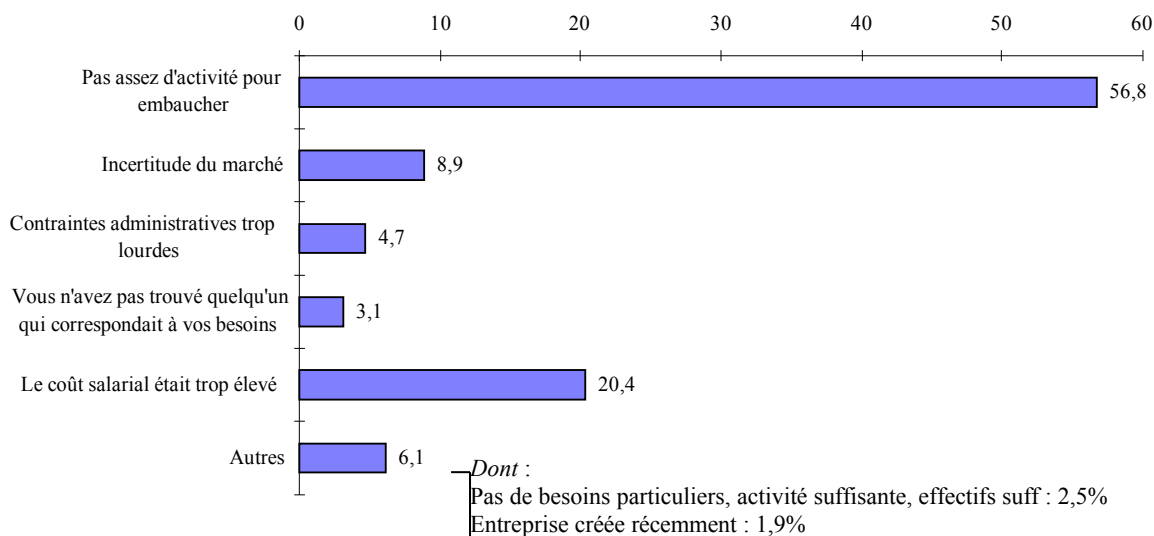
⇒ Les motifs de non embauche diffèrent selon la taille de l'entreprise :

☞ le “ manque d'activité ” est proportionnellement moins cité par les entreprises de moins de 10 salariés que par les plus grandes structures, contrairement au “ coût salarial trop élevé ”, davantage cité par les entreprises de moins de 10 salariés.

⇒ En outre, il convient de souligner la part mineure de l'inadéquation entre les compétences et la main d'oeuvre disponibles sur le marché du travail et les besoins et compétences attendues des employeurs : seuls 3,1% des entreprises en font le frein majeur à l'embauche.

Pour quelle raison principale n'avez-vous pas recruté au cours de ces deux dernières années ?

(1 seule réponse, exprimée en %)



Source : ANFA

Pour quelle raison principale n'avez-vous pas recruté au cours de ces deux dernières années ?

	Moins de 10 salariés	10 salariés et plus	Moyenne
Pas assez d'activité pour embaucher.	56,1%	65,9%	56,8%
Incertitude du marché.	8,6%	12,5%	8,9%
Contraintes administratives trop lourdes.	4,8%	3,4%	4,7%
Vous auriez souhaité embaucher mais vous n'avez pas trouvé quelqu'un qui corresponde à vos besoins.	3,1%	2,3%	3,1%
Vous auriez souhaité embaucher mais le coût salarial était trop élevé.	21,2%	9,1%	20,4%
Autre	6,1%	6,8%	6,1%
	100	100	100

Source : ANFA

LES CRITERES DE RECRUTEMENT

⇒ Les critères de recrutement les plus fréquemment évoqués montrent d'une part la prédominance de l'**expérience professionnelle** et de l'appréciation des **qualités humaines** du candidat. Parfois, la notion de morale transparaît : intégrité, fidélité...

Le critère "niveau de formation" dans le choix du candidat n'apparaît pas tout à fait déterminant. Le diplôme et la spécialité de formation se situent quant à eux, beaucoup plus loin.

Quels sont les trois critères les plus importants dans le profil du candidat ?

	1er critère	2ème critère	3ème critère
Le niveau de formation	17,1%	16,7%	11,8%
Le diplôme	3,2%	6,2%	4,8%
L'expérience professionnelle	49,1%	19,8%	10,4%
La spécialité de formation	2,9%	7%	8,8%
La personnalité	9,6%	19,1%	20,6%
L'âge	2,1%	8,4%	13%
La présentation	6,6%	15,6%	17,7%
Le réseau relationnel	1,8%	2,8%	4,9%
Autre	2,3%	2%	3,5%
Ne sait pas	5,3%	2,3%	4,5%
	100	100	100

Source : ANFA

⇒ Les critères de recrutement ne semblent pas être différents, suivant qu'il s'agisse d'une entreprise de petite taille ou de taille plus importante : l'expérience professionnelle est citée toujours en premier critère, en second se placent plutôt l'expérience et la personnalité, en troisième position se situe la personnalité.

Le secteur ne semble donc pas être marqué en premier lieu par l'attachement au diplôme attestant d'un niveau ou d'une spécialité. Les compétences transversales (personnalité, présentation...) semblent être au coeur du processus de recrutement.

LES RECRUTEMENTS ENVISAGES

⇒ Bien que les entreprises semblent privilégier l'expérience dans le choix d'un candidat, il n'en demeure pas moins qu'elles sont prêtes à recruter des jeunes, en formation ou ayant terminé leur formation. Seuls 32,8% d'entre-elles souhaiteraient recruter une personne de plus de 26 ans.

⇒ 25,5% pensent recruter sous contrat de travail particulier (apprentissage et contrat de qualification), ce qui témoignerait du recours à la main d'oeuvre débutante, en lieu et place

d'emploi à part entière ou comme test avant l'embauche, ou encore comme modalité de former aux règles et méthodes de l'entreprise.

Si vous embauchez demain un nouveau salarié, votre choix se porterait sur...

Un jeune apprenti	17,6%
Un jeune en contrat de qualification	7,9%
Un jeune issu de l'apprentissage ou de contrat de qualification mais ayant terminé sa formation	17%
Un jeune issu du lycée professionnel	7,3%
Une personne de plus de 26 ans	32,8%
Autre	6%
Peu importe, cela dépend de ses compétences	11,3%
	100

⇒ On note de grandes disparités selon la taille des entreprises : les entreprises de 10 salariés et plus semblent plus “ circonstanciées ” que les petites entreprises en matière de profils à privilégier pour un éventuel recrutement : en effet, 22,3% déclarent “ cela dépend des compétences, peu importe le profil ” contre 8,9% pour les moins de 10 salariés.

Outre la plus grande diversité des postes à pourvoir dans ces entreprises et donc des profils requis, il n'en demeure pas moins que celles-ci semblent davantage capable d'apprécier les compétences du candidat en dehors de la certification des diplômes ou de référence à des expériences.

⇒ A l'inverse, les petites entreprises semblent davantage marquées par le cursus officiel du candidat : *l'approche par les compétences* est moins privilégiée, c'est-à-dire que ces entreprises font davantage confiance aux diplômes ou expériences. Nous la qualifierons d'approche “ CV ”.

LES MOTIFS DE SELECTION :

⇒ En détaillant les motifs de sélection par grands types de profil (apprenti, contrat de qualification...), l'on s'aperçoit que les apprentis sont choisis pour “ pouvoir le former à notre idée ”, dans 59,3% des cas. 10% déclarent que c'est l'avantage financier qui guiderait leur choix.

⇒ Quant aux jeunes en contrats de qualification, 14,3% des entreprises les choisiraient aussi pour le motif financier, mais 31,7% des entreprises les choisiraient pour les former selon leurs règles et méthodes de travail. Cependant, le fait qu'ils soient expérimentés est cité dans 14,3% des cas.

⇒ Les jeunes issus de l'apprentissage ou de contrat de qualification (mais ayant terminé leurs formation) sont choisis parce qu'ils sont expérimentés et opérationnels (25,2% et 25,9%).

⇒ Les jeunes issus de lycée professionnel seraient choisis pour des raisons très diverses, sans qu'aucune ne se dégage réellement : “ bonne formation ” (12,1%), opérationnel (12,1%), expérience (12,1%), et parce qu'il a déjà une base (8,6%).

⇒ Les entreprises choisiraient une personne de + de 26 ans pour, et cela apparaît “ logique ”, l'expérience (62,1%), l'opérationnalité (10,3%), enfin, pour sa “ maturité ” (10,3%).

L'ACCOMPAGNEMENT FORMATION DES RECRUTEMENTS

⇒ 66,3% déclarent que lorsque l'entreprise recrute, l'embauche n'est jamais suivie d'un stage de formation continue.

⇒ 14,8% disent que le recrutement est toujours suivi d'un stage FC

⇒ 18,9% n'ont pas de règle particulière : “ cela dépend ”

III) LA PROMOTION DES SALARIES

Une promotion peu fréquente et contrastée selon les métiers.

Les métiers les plus anciens obtiennent une promotion plus importante.

LES REPRESENTATIONS DES EMPLOYEURS CONCERNANT LA PROMOTION PROFESSIONNELLE DES SALARIES

⇒ En terme de représentations sociales, 75,1% des entreprises interrogées considèrent que les possibilités de promotion interne à leur établissement sont « pratiquement inexistantes », 18% « rares mais possibles » et 6,9% « importantes voire très importantes ».

⇒ Selon la taille de l'entreprise, l'on note de grandes divergences en matière de représentation de la promotion : ainsi, 80,4% des moins de 10 pensent que la promotion dans leur entreprise est pratiquement inexistante, contre 46% des 10 salariés et plus.

Considérez-vous que la promotion interne dans votre établissement soit....

	Moins de 10 salariés	10 salariés et plus	moyenne
pratiquement inexistante	80,4%	46%	75,1%
rare mais possible	13,8%	40,3%	18%
importante	5,3%	12,8%	6,4%
très importante	0,4%	0,9%	0,5%
	100	100	100

Source : ANFA

⇒ Ce clivage tient plus à la structuration de l'entreprise qu'à sa taille, les avis les plus « optimistes » se retrouvent au sein des concessions et les entreprises indépendantes franchisées tandis que dans les agences et les entreprises indépendantes non franchisées, les opinions sont plus « pessimistes ».

LA PROMOTION EN PRATIQUE(S) :

⇒ Parmi ceux qui pensent que la promotion est au minimum « possible » dans leur entreprise, 65,4% n'ont, de fait, promu aucun de leurs salariés durant ces deux dernières années et 30% ont promu entre 1 et 2 salariés sur cette même période.

⇒ En moyenne, les entreprises ont promu 0,15 salariés en deux ans, soit **458** personnes. En extrapolant aux entreprises du secteur, on peut estimer à **9 414** l'effectif total des salariés promus au cours des deux dernières années.

⇒ La promotion est une forme de gestion de l'emploi qui n'est pas pratiquée de la même façon dans toutes les entreprises : les plus dynamiques sont plutôt de grandes entreprises. Ainsi, 73,7% des moins de 10 salariés n'ont promu aucun de leurs salariés, contre 48% des 10

et plus. D'autre part, 48,3% des 10 et plus ont promu entre 1 et 3 salariés en 2 ans contre 25,9% pour les moins de 10 salariés.

LES PARCOURS DE PROMOTION

⇒ Au total, ce sont donc **458** salariés qui ont été promus durant les deux dernières années.

⇒ Il s'agit pour la moitié des promotions, d'anciens mécaniciens (53%), puis de carrossiers ou carrossier-peintre ou peintres (12,4%), d'anciens vendeurs (VO ou VN) (5,7%) ou encore d'anciens magasiniers (5,4%).

⇒ 54,6% de ces salariés sont devenus chefs d'équipe ou responsables d'atelier et 6% responsable des ventes.

LES PARCOURS DE PROMOTION PAR METIER

⇒ Les mécaniciens deviennent

.....responsables d'atelier (32,4%), ou encore chefs d'équipe (28,3%). La fonction de réceptionnaire leur est autant accessible que celle de technicien. Cependant, la vente ne semble pas constituer un domaine de promotion ouvert aux mécaniciens.

Ainsi, la promotion des mécaniciens s'effectue plutôt vers des postes d'encadrement directement liés à la « technique » professionnelle.

*Les postes occupés par d'anciens mécaniciens,
à l'issue de leur promotion*

	effectif	%
Mécanicien	12	4,92
Technicien	16	6,56
Electricien	2	0,82
Carrossier	4	1,64
Peintre	0	0,00
Car.-Peintre	2	0,82
Magasinier	7	2,87
Chef d'équipe	69	28,28
Réceptionnaire	19	7,79
Resp. d'atelier	79	32,38
Vendeur VO	0	0,00
Vendeur VN	0	0,00
Resp. des ventes	1	0,41
Secr., comptable	1	0,41
Autre	32	13,11
Total	244	100

Source : ANFA

⇒ Les techniciens deviennent....

.....chefs d'équipe (29,4%) ou encore responsables d'atelier (17,6%). Comparativement aux mécaniciens, la promotion des techniciens s'effectue sur des postes d'encadrement lié à la technique professionnelle mais dans une moindre mesure : 47% contre 60,7% pour les anciens mécaniciens.

De même, la promotion vers le poste de chef d'équipe est plus fréquente que vers le poste de responsable d'atelier, contrairement aux mécaniciens. On peut évoquer deux hypothèses : *soit les appellations sont différentes dans les entreprises qui emploient des techniciens soit la promotion obtenue se place sur un échelon inférieur par rapport aux anciens mécaniciens.*

*Les postes occupés par d'anciens techniciens,
à l'issue de leur promotion*

	effectif	%
Mécanicien	1	5,88
Technicien	0	0,00
Electricien	0	0,00
Carrossier	1	5,88
Peintre	1	5,88
Car.-Peintre	0	0,00
Magasinier	1	5,88
Chef d'équipe	5	29,41
Réceptionnaire	2	11,76
Resp. d'atelier	3	17,65
Vendeur VO	0	0,00
Vendeur VN	0	0,00
Resp. des ventes	0	0,00
Secr., comptable	0	0,00
Autre	3	17,65
Total	17	100

Source : ANFA

⇒ Les électriciens auto deviennent....

..... essentiellement chefs d'équipe (66,7%).

*Les postes occupés par d'anciens électriciens,
à l'issue de leur promotion*

	effectif	%
Mécanicien	0	0,00
Technicien	0	0,00
Electricien	0	0,00
Carrossier	0	0,00
Peintre	0	0,00
Car.-Peintre	0	0,00
Magasinier	0	0,00
Chef d'équipe	4	66,67
Réceptionnaire	1	16,67
Resp. d'atelier	1	16,67
Vendeur VO	0	0,00
Vendeur VN	0	0,00
Resp. des ventes	0	0,00
Secr., comptable	0	0,00
Autre	0	0,00
Total	6	100

Source : ANFA

⇒ Les carrossiers deviennent....

.....responsables d'atelier (36,6%) ou encore chefs d'équipe (24,4%). Les promotions des carrossiers sont relativement proches de celles des mécaniciens.

A noter cependant, les parcours de spécialisation professionnelle, ayant plus trait à la mobilité professionnelle qu'à la promotion proprement dite : près de 5% deviennent peintres et 10% carrossiers-peintre.

*Les postes occupés par d'anciens carrossiers,
à l'issue de leur promotion*

	effectif	%
Mécanicien	0	0,00
Technicien	0	0,00
Electricien	0	0,00
Carrossier	1	2,44
Peintre	2	4,88
Car.-Peintre	4	9,76
Magasinier	0	0,00
Chef d'équipe	10	24,39
Réceptionnaire	0	0,00
Resp. d'atelier	15	36,59
Vendeur VO	0	0,00
Vendeur VN	0	0,00
Resp. des ventes	0	0,00
Secr., comptable	0	0,00
Autre	9	21,95
Total	41	100

Source : ANFA

⇒ Les peintres deviennent...

..... davantage chefs d'équipe (42,9%) que responsables d'atelier (28,6%) et se rapprochent ainsi des modes de promotion des techniciens et se différencient des carrossiers.

*Les postes occupés par d'anciens peintres,
à l'issue de leur promotion*

	effectif	%
Mécanicien	0	0,00
Technicien	0	0,00
Electricien	0	0,00
Carrossier	0	0,00
Peintre	0	0,00
Car.-Peintre	2	14,29
Magasinier	0	0,00
Chef d'équipe	6	42,86
Réceptionnaire	1	7,14
Resp. d'atelier	4	28,57
Vendeur VO	0	0,00
Vendeur VN	0	0,00
Resp. des ventes	0	0,00
Secr., comptable	0	0,00
Autre	1	7,14
Total	14	100

Source : ANFA

⇒ Les magasiniers, quant à eux, obtiennent des postes très divers (44% d'entre eux). 40% ont une fonction d'encadrement.

*Les postes occupés par d'anciens magasiniers,
à l'issue de leur promotion*

	effectif	%
Mécanicien	0	0,00
Technicien	0	0,00
Electricien	0	0,00
Carrossier	0	0,00
Peintre	0	0,00
Car.-Peintre	0	0,00
Magasinier	0	0,00
Chef d'équipe	4	16,00
Réceptionnaire	3	12,00
Resp. d'atelier	3	12,00
Vendeur VO	0	0,00
Vendeur VN	0	0,00
Resp. des ventes	3	12,00
Secr., comptable	1	4,00
Autre	11	44,00
Total	25	100

Source : ANFA

⇒ Les chef d'équipe deviennent....

.....très majoritairement responsables d'atelier (63,2%). Dans tous les cas, ils obtiennent des postes d'encadrement pour 84,2% d'entre eux.

*Les postes occupés par d'anciens chefs d'équipe,
à l'issue de leur promotion*

	effectif	%
Mécanicien	0	0,00
Technicien	0	0,00
Electricien	0	0,00
Carrossier	0	0,00
Peintre	0	0,00
Car.-Peintre	0	0,00
Magasinier	0	0,00
Chef d'équipe	0	0,00
Réceptionnaire	3	15,79
Resp. d'atelier	12	63,16
Vendeur VO	0	0,00
Vendeur VN	0	0,00
Resp. des ventes	1	5,26
Secr., comptable	0	0,00
Autre	3	15,79
Total	19	100

Source : ANFA

⇒ Les réceptionnaires deviennent....

.....avant tout responsables d'atelier (80%).

*Les postes occupés par d'anciens réceptionnaires,
à l'issue de leur promotion*

	effectif	%
Mécanicien	0	0,00
Technicien	0	0,00
Electricien	0	0,00
Carrossier	0	0,00
Peintre	0	0,00
Car.-Peintre	0	0,00
Magasinier	0	0,00
Chef d'équipe	0	0,00
Réceptionnaire	0	0,00
Resp. d'atelier	4	80,00
Vendeur VO	1	20,00
Vendeur VN	0	0,00
Resp. des ventes	0	0,00
Secr., comptable	0	0,00
Autre	0	0,00
Total	5	100

Source : ANFA

⇒ Les responsables d'atelier, quant à eux, se tournent vers la vente ou les relations clientèle (50%)

*Les postes occupés par d'anciens responsables d'atelier,
à l'issue de leur promotion*

	effectif	%
Mécanicien	0	0,00
Technicien	0	0,00
Electricien	0	0,00
Carrossier	0	0,00
Peintre	0	0,00
Car.-Peintre	0	0,00
Magasinier	0	0,00
Chef d'équipe	1	16,67
Réceptionnaire	1	16,67
Resp. d'atelier	1	16,67
Vendeur VO	0	0,00
Vendeur VN	0	0,00
Resp. des ventes	2	33,33
Secr., comptable	0	0,00
Autre	1	16,67
Total	6	100

Source : ANFA

⇒ Les vendeurs VO deviennent....

.....très majoritairement responsables des ventes (83,33%).

*Les postes occupés par d'anciens vendeurs VO,
à l'issue de leur promotion*

	effectif	%
Mécanicien	1	5,56
Technicien	0	0,00
Electricien	0	0,00
Carrossier	0	0,00
Peintre	0	0,00
Car.-Peintre	0	0,00
Magasinier	0	0,00
Chef d'équipe	0	0,00
Réceptionnaire	0	0,00
Resp. d'atelier	0	0,00
Vendeur VO	0	0,00
Vendeur VN	0	0,00
Resp. des ventes	15	83,33
Secr., comptable	0	0,00
Autre	2	11,11
Total	18	100

Source : ANFA

⇒ Les vendeurs VN deviennent....

.....responsables de ventes (50%) mais dans une moindre mesure que les anciens vendeurs VO.

*Les postes occupés par d'anciens vendeurs VN,
à l'issue de leur promotion*

	effectif	%
Mécanicien	0	0,00
Technicien	0	0,00
Electricien	0	0,00
Carrossier	0	0,00
Peintre	0	0,00
Car.-Peintre	0	0,00
Magasinier	0	0,00
Chef d'équipe	0	0,00
Réceptionnaire	0	0,00
Resp. d'atelier	1	25,00
Vendeur VO	0	0,00
Vendeur VN	0	0,00
Resp. des ventes	2	50,00
Secr., comptable	0	0,00
Autre	1	25,00
Total	4	100

Source : ANFA

⇒ Les secrétaires et comptables promu(e)s occupent des postes très divers (47,4%), la mission d'encadrement leur étant moins dévolue que pour d'autres métiers.

*Les postes occupés par d'anciens secrétaires ou anciens comptables,
à l'issue de leur promotion*

	effectif	%
Mécanicien	0	0,00
Technicien	0	0,00
Electricien	0	0,00
Carrossier	0	0,00
Peintre	0	0,00
Car.-Peintre	0	0,00
Magasinier	0	0,00
Chef d'équipe	2	10,53
Réceptionnaire	1	5,26
Resp. d'atelier	0	0,00
Vendeur VO	0	0,00
Vendeur VN	0	0,00
Resp. des ventes	1	5,26
Secr., comptable	6	31,58
Autre	9	47,37
Total	19	100

Source : ANFA

L'ACCOMPAGNEMENT FORMATION DES PROMOTIONS

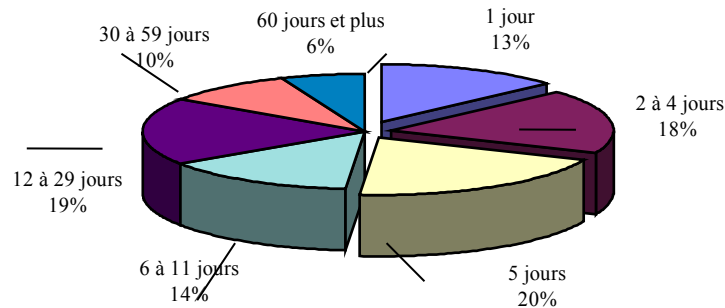
⇒ 62,3% des promotions ainsi enregistrées, ont été soutenues simultanément par la participation du salarié à une formation continue. Cet accompagnement est effectué dans les $\frac{3}{4}$ des cas par un tiers à l'entreprise.

⇒ On note ici une légère différence entre les pratiques des entreprises de moins de 10 salariés et celles des 10 salariés et plus : en effet, 30,6% des moins de 10 déclarent effectuer l'accompagnement formation dans l'entreprise contre 25,9% des entreprises de 10 salariés et plus, et 69,4% des petites entreprises font dispenser cette formation par un tiers, contre 73,5% des 10 salariés et plus.

⇒ Les domaines de formation les plus fréquemment cités concernent à la fois l'expertise professionnelle (électricité-électronique, mécanique, carrosserie peinture..) mais aussi des aspects plus transversaux liés aux nouvelles fonctions exercées : management du personnel (9,2%), accueil clientèle (15%), ou encore organisation (de l'atelier) (8,9%).

Les formations accompagnant les promotion ont totalisé en moyenne, **15,85** jours. Derrière cette durée moyenne, les réalités apparaissent contrastées :

Combien de jours a duré cet accompagnement formation pour ce salarié ?



Source : ANFA

L'ACCOMPAGNEMENT FORMATION SELON L'ANCIEN POSTE DU SALARIE

⇒ Les métiers n'ont pas tous accès de la même façon à la formation continue dans le cadre de la promotion obtenue : ainsi, si 76% des anciens magasiniers et 75% des anciens vendeurs de véhicules neufs participent à une formation, seuls 37,5% des anciens carrossiers en bénéficient.

% de salariés promus ayant bénéficié d'un accompagnement formation dans le cadre de cette promotion, selon l'ancien poste occupé

	%
Mécanicien	67,6%
Technicien	56,25%
Electricien	NS
Carrossier	37,5%
Peintre	57,1%
Car.-Peintre	NS
Magasinier	76%
Chef d'équipe	63%
Réceptionnaire	NS
Resp. d'atelier	NS
Vendeur VO	61%
Vendeur VN	75%
Secr., comptable	42%
Autre	52,9%
Moyenne	62,3%

Source : ANFA

NS : Non significatif (effectif répondant insuffisant)

IV) L'ALTERNANCE

*Le recours à l'alternance : la conjugaison de motifs
altruistes et de formation*

*Entre contrat d'apprentissage et contrat de qualification,
lequel choisir et pourquoi ?*

Le devenir des jeunes à l'issue des contrats

LES REPRESENTATIONS DES EMPLOYEURS CONCERNANT LES FORMATIONS EN ALTERNANCE

⇒ Les raisons pour lesquelles les entreprises signent des CA (Contrat d'Apprentissage) ou des CQ (Contrat de Qualification) procèdent à la fois de l'altruisme et d'une politique de développement des compétences au sein des entreprises.

⇒ Selon la taille de l'entreprise, on ne constate pas de tendance inverse, cependant, il convient de souligner les motifs des entreprises de 10 salariés et plus qui semblent davantage tournées vers une démarche de développement des compétences au sein des entreprises. Ainsi, pour elles, le premier objectif évoqué est de former du personnel qualifié pour l'entreprise (87,2%), tandis que pour les plus petites entreprises, le premier objectif est d'aider les jeunes à s'insérer dans la vie professionnelle (90,6%).

*Pour quelles raisons votre entreprise a-t-elle conclu ces contrats ?
(multi-réponses)*

	Moins de 10 salariés	10 salariés et plus	Moyenne
Pour aider les jeunes à s'insérer dans la vie professionnelle	90,6%	86,1%	90,3%
Pour former du personnel qualifié pour l'entreprise	81,9%	87,2%	83,6%
Pour prendre le temps de tester le jeune avant l'embauche	59,1%	54,7%	58,7%
Par habitude	44,6%	45,8%	45,3%
Pour créer des liens avec des lieux de formation	36,1%	30,8%	35,6%
Pour bénéficier des aides financières	26%	30,3%	27,2%
Pour avoir une main d'oeuvre supplémentaire à un faible coût	25,7%	26,4%	26%
Pour rajeunir la moyenne d'âge de l'entreprise	23,3%	30,3%	25,1%

Source : ANFA

⇒ De fait, la raison déterminante avancée par les entreprises est la volonté de former un personnel qualifié pour l'entreprise (38,3% des réponses), puis d'aider les jeunes (36,7%). Loin derrière se place l'habitude (8,3%) et le pré-test avant l'embauche (7,6%).

⇒ Pour ceux qui n'ont jamais conclu de CA ou de CQ, ils évoquent plusieurs facteurs : le manque d'activité de l'entreprise (47,3%), le faible niveau des candidats (39,7%), des difficultés d'encadrement (34,2%) ainsi que d'organisation interne (31,9%), mais aussi le

manque d'information sur les démarches administratives (12,5%), une mauvaise communication avec le centre de formation (10,9%).

⇒ 6,2% des entreprises disent que c'est de la faute des jeunes qui sont « douillets », qu'ils ne savent rien faire, qu'ils manquent de motivation et de sérieux..

⇒ 3,5% ne concluent plus de CQ ou CA à cause de mauvaises expériences vécues par le passé.

LES PRATIQUES DE L'ALTERNANCE, HIER ET AUJOURD'HUI

⇒ 3 entreprises sur 5 emploient à ce jour des contrats en alternance et déclarent qu'elles continueront à le faire. Cependant, 28,7% en ont conclu hier mais ne le font plus aujourd'hui et 14,2% des entreprises n'ont à ce jour, conclu ni contrat d'apprentissage, ni contrat de qualification.

⇒ Alors que les entreprises de moins de 10 salariés se situent dans cette tendance globale, les entreprises de 10 salariés et plus déclarent recourir davantage aux contrats de qualification et d'apprentissage : 79,1% d'entre-elles continuent de conclure des CA et/ou CQ et continueront d'en conclure, contre 53% pour les entreprises d'une taille plus réduite.

Votre entreprise a-t-elle déjà conclu des contrats d'apprentissage ou de qualification ?

	Moins de 10 salariés	10 salariés et plus	Moyenne
Non, jamais	15,7%	6,2%	14,2%
Autrefois, mais plus maintenant	31,3%	14,7%	28,7%
Oui, continue et continuera d'en prendre	53%	79,1%	57,1%
	100	100	100

Source : ANFA

⇒ 39% des entreprises réalisent actuellement ou ont réalisé durant les deux dernières années des contrats en alternance.

⇒ Il s'agit de **1546 contrats d'apprentissage, 280 contrats de qualification et 26 contrats d'adaptation**. Dans ce secteur en majorité artisanal, le recours à l'apprentissage reste nettement dominant. De fait, les contrats de qualification qui s'étaient développés dans la Branche et ce notamment grâce à la création de plusieurs CQP tendent à décroître entre 96/97

et 97/98 (-2% CQP actions de groupe uniquement) alors que les effectifs en apprentissage augmentent, quant à eux de + 2% sur la même période.

LE POSITIONNEMENT DU CONTRAT D'APPRENTISSAGE ET DU CONTRAT DE QUALIFICATION, L'UN PAR RAPPORT A L'AUTRE

■ Le contrat d'apprentissage par rapport au contrat de qualification

⇒ Les entreprises choisissent le contrat d'apprentissage par rapport au contrat de qualification essentiellement suite à une candidature spontanée d'un jeune. L'avantage financier pourtant indéniable ne différencie pas assez les deux types de contrats pour en devenir le premier critère de choix des entreprises.

Pour quelles raisons avez-vous choisi un contrat d'apprentissage par rapport au contrat de qualification ?

	%
Un jeune vous l'a proposé	50,6%
La formation choisie ne pouvait se faire qu'avec ce type de contrat	23,3%
Plus avantageux financièrement	8,5%
Un établissement de formation vous l'a proposé	6,5%
Autre raison	6,3%
Par habitude	3,9%
La formation était d'une durée plus courte	0,9%
	100

Source : ANFA

■ Le contrat de qualification par rapport au contrat d'apprentissage

⇒ Quant à la préférence des entreprises pour un contrat de qualification par rapport à un contrat d'apprentissage, il s'agit avant tout

Pour quelles raisons avez-vous choisi un contrat de qualification par rapport au contrat d'apprentissage?

	%
Un jeune vous l'a proposé	37,9%
La formation choisie ne pouvait se faire qu'avec ce type de contrat	32,6%
Plus avantageux financièrement	3,2%
Un établissement de formation vous l'a proposé	11%
Autre raison	7,8%
Pour faire suite à un contrat d'apprentissage	6,4%
La formation était d'une durée plus courte	1,1%
	100

Source : ANFA

De fait, il apparaît que c'est la démarche du jeune qui prévaut dans le choix du contrat de l'entreprise, puis la formation choisie. Ainsi, il convient de souligner la complémentarité entre contrat d'apprentissage et contrat de qualification en terme de spécialité et de niveau de formation.

LE DEVENIR DES CONTRATS EN ALTERNANCE

⇒ A la date de l'enquête 17,5% des contrats en alternance sont terminés dont...

⇒ ...27,8% ont été maintenus dans l'entreprise d'accueil à l'issue du contrat.

⇒ Selon le niveau de la formation préparée, cette pratique est plus ou moins fréquente : ainsi, 47,6% des BAC PRO ont été maintenus au sein de l'entreprise d'accueil de leur contrat en alternance, contre 45,5% pour les BTS, 33,3% pour les BEP, ou encore, 28,5% des CAP.

⇒ Ce maintien dans l'entreprise à l'issue du contrat revêt différents aspects : il peut s'agir d'une poursuite d'étude (enchaînement d'un contrat de qualification après un contrat d'apprentissage par exemple) mais aussi, et il s'agit du cas le plus fréquent, l'embauche.

⇒ Les entreprises de plus de 10 salariés maintiennent davantage les jeunes à l'issue de leur contrat par rapport aux entreprises de moins de 10 salariés : elles sont 35,2% à embaucher le jeune contre 25,7% pour les moins de 10.

⇒ Néanmoins, les petites entreprises embauchent davantage sous contrat à durée indéterminée par rapport aux entreprises plus grandes qui recourent aux CDD : 53,1% contre 48%, pour une moyenne de 51,7%, toutes tailles d'entreprise confondues.

Quel est le type de contrat signé ? (à l'issue du contrat de formation en alternance)

	moins de 10 salariés	10 salariés et plus	Moyenne
Un CDD	31,3%	48%	35,9%
Un CDI	53,1%	48%	51,7%
Autre	15,6%	4%	12,4%
	100	100	100

Source : ANFA

⇒ En terme de représentations, le niveau de salaire constitue fréquemment un obstacle à l'embauche définitive d'un jeune après son contrat en alternance, et ce, quel que soit le niveau

de la formation préparée par le jeune. Cependant, plus le niveau de la formation préparée est élevé, plus l'opinion est défavorable.

Le niveau de salaire constitue-t-il pour l'entreprise un obstacle à l'embauche définitive d'un jeune après son contrat en alternance ?

	moins de 10 salariés	10 salariés et plus	Moyenne
Pour l'embauche de jeunes de niveau BTS	53,3%	31,9%	50%
Pour l'embauche des jeunes de niveau BP-BAC PRO	49,8%	29%	46,6%
Pour l'embauche des jeunes de niveau CAP-BEP	44,5%	25,1%	41,5%
En général, quel que soit le niveau	51,5%	32,9%	48,7%

Source : ANFA

LEXIQUE

Concession Entreprise de vente de véhicules automobiles liée à un constructeur automobile (Renault, Peugeot...) par un contrat de concession. Ce contrat lui octroie un territoire exclusif de vente en contrepartie duquel, le concessionnaire doit atteindre certains objectifs de vente. Il est le plus souvent monomarque, mais la loi l'autorise à avoir plusieurs panonceaux, c'est-à-dire à distribuer plusieurs marques différentes à condition de respecter certaines règles. Ces entreprises ont un atelier de réparation qui assure notamment le service après-vente des véhicules achetés chez le concessionnaire.

Agent Ces entreprises sont de plus petites tailles que les concessions. L'agent est lié contractuellement à la concession et doit réaliser des objectifs en contrepartie de l'exclusivité territoriale de la vente de véhicules neufs.

Indépendant On peut rencontrer ici différentes formes d'entreprises :

-le garagiste, appelé aussi MRA (mécanicien réparateur auto) qui est davantage situé hors des zones urbaines. Comme son nom l'indique, il n'est lié à aucun réseau de marques de véhicule. Cependant, il peut faire partie d'un réseau d'indépendants, AXIAL, par exemple, tout en gardant son statut d'indépendant.

-le franchisé, est indépendant mais il représente une enseigne, une chaîne type centre auto ou néo-spécialiste (Speedy, Norauto, Maxauto...). Ils sont classés, soit dans les 50-2z s'ils font principalement de la réparation, soit dans les 50-3b, si la vente de pièces et d'équipements auto est l'activité principale.

Formation interne/externe La formation interne est une formation dispensée par l'un des salariés de l'entreprise (réalisée sur site ou hors site), tandis que la formation externe est dispensée par un tiers, un prestataire extérieur qui dispose d'un contrat de formation (y compris les formations constructeurs considérées néanmoins par les concessionnaires comme des formations internes)

Contrat de qualification Contrat de formation en alternance à destination des jeunes 16-25 ans en vue d'acquérir une qualification s'il n'en dispose pas ou si la sienne ne lui permet pas d'accéder à un emploi. Cette formation est sanctionnée par un titre homologué, diplôme ou classification convention collective. Les périodes de formation scolaire ont lieu

dans n'importe quel organisme de formation, privé ou public.

Contrat d'adaptation Contrat de formation en alternance à destination des jeunes 16-25 ans en vue d'accéder directement à un emploi dans l'entreprise à condition de suivre une formation complémentaire

Contrat d'apprentissage Contrat de travail de type particulier préparant exclusivement à des diplômes Education Nationale, en alternance. Les parties formations scolaires sont assurées dans le cadre des CFA, Centres de Formation pour Apprentis.

PFQ Prime Formation Qualification

Un accord de Branche a remplacé les primes d'ancienneté par les PFQ, qui attribuent une gratification salariale en fonction des formations continues suivies par les salariés. Elle suppose l'agrément des formations par la Branche qui dresse une liste de toutes celles qui ouvrent droit à des points formation.

Formation agréée par la Branche

Plan de formation Les entreprises de plus de 10 salariés cotisent au titre du plan de formation. Il se doivent d'organiser, planifier, des formations continues pour les salariés en place, le taux légal est de 1,5%. Le plan de formation est soit annuel, soit pluri annuel.

CTF Capital Temps Formation (suite à un accord de juillet 1996)

L'entreprise capitalise pour chaque salarié une part de son salaire trimestriellement. Quand il le souhaite, le salarié peut demander à bénéficier de ce capital pour financer un temps de formation, d'où son nom... Capital temps formation.

