

LES EMPLOIS DU COMMERCE ET DE LA VENTE

Former pour vendre : un enjeu très actuel

La vente a longtemps été le domaine par excellence où un faible niveau de formation n'était pas un obstacle à la réussite d'une carrière commerciale, où l'expérience tenait lieu de formation professionnelle et le savoir-faire de connaissances techniques, pourvu que l'on ait les qualités humaines d'un bon vendeur : combativité, persuasion, écoute, résistance à l'échec, séduction... pour n'en citer que quelques-unes. Ceci correspondait à une époque où, pour schématiser, la consommation en forte croissance permettait un écoulement facile de la production, où l'acte de vente relevait plus du simple placement d'un produit que de la dure obligation de convaincre un client difficile.

Avec la crise et la restriction de la consommation, les difficultés croissantes des entreprises à conquérir et à conserver des marchés où la concurrence se fait de plus en plus vive, les faiblesses de la commercialisation en France sont apparues au grand jour.

Depuis quelques années, les pouvoirs publics se sont intéressés à ce problème, d'autant que ce domaine d'activités recouvre un volume d'emplois important, d'un intérêt stratégique tant pour l'économie nationale que pour l'emploi des jeunes et que des évolutions importantes s'y dessinent. Plusieurs rapports témoignent de l'intérêt général qui y est actuellement porté (1). Tous concluent à la nécessité économique de développer la vente, d'en revaloriser le statut, d'en améliorer les performances, notamment en recourant à des vendeurs plus qualifiés.

(1) Citons le rapport du groupe de travail du IX^e Plan : *Services aux ménages, fonction commerciale et consommation*, le rapport de Cl. Fitoussi et E. Lescure : *Revaloriser la fonction commerciale* (1984), celui du groupe de stratégie industrielle du Plan : *Produits et marchés en France* (1985), le colloque de l'Institut de Recherche de l'Entreprise : *Vendre à l'industrie : les clés de la réussite* (1985) et celui tout récent de Cl. Fitoussi et A. Riboud : *La vente et l'École* (1986).

La formation se trouve ainsi au cœur du problème. Les entreprises semblent bien avoir compris l'enjeu qu'elle représente et la considèrent de plus en plus comme un véritable investissement à terme : les idées développées lors du Colloque du Conseil National du Commerce « A propos de la Formation dans le Commerce », en mai 1985, témoignent de cette préoccupation.

De son côté, le ministère de l'Éducation nationale a porté une attention toute particulière à ce domaine professionnel et aux problèmes de formation qui s'y posent. Ce sujet a été discuté dans le cadre du Groupe des Enseignements Technologiques (2) au cours du dernier semestre de 1985 et a fait l'objet d'un dossier (3) auquel le CEREQ a largement contribué aux côtés de la Direction des Lycées, de l'Inspection Générale et du ministère du Redéploiement industriel.

C'est autour du constat que les formations proposées par le système éducatif apparaissent insuffisantes au regard de l'importance des emplois commerciaux et de leurs évolutions que s'articule le dossier dont la plupart des éléments sont repris dans ce numéro de Formation Emploi.

(2) Le groupe des Enseignements Technologiques est une structure administrative mise en place il y a quelques années et rassemblant, sous la présidence du Directeur des Lycées, des représentants de cette Direction, du Secrétariat général des Commissions Professionnelles Consultatives, de l'Inspection générale de l'Éducation nationale et du Centre d'études et de recherches sur les qualifications. Il a pour mission de réfléchir sur les formations technologiques relatives à un champ professionnel, un secteur d'activités, un niveau de formation en s'aidant des informations autant statistiques que qualitatives apportées par le CEREQ. Les travaux du Groupe contribuent ainsi à alimenter la réflexion des décideurs et des Commissions professionnelles consultatives chargées de donner leur avis sur la création ou la modification de tel ou tel diplôme de l'enseignement technologique. Un certain nombre de dossiers ont déjà été élaborés sur des thèmes tels que les emplois de la mécanique, les emplois de bureau, le niveau IV industriel, les emplois de l'électricité et de l'électronique.

(3) La partie du dossier élaborée par le CEREQ est parue dans la collection des Études du CEREQ n° 22, *Dossier Formation et Emploi : les emplois du Commerce et de la Vente*, avril 1986.

LES EMPLOIS COMMERCIAUX : UNE POSITION DE PLUS EN PLUS STRATÉGIQUE

Si l'on regroupe les emplois de la fonction commerciale et technico-commerciale des entreprises industrielles et de services, les employés de commerce et les commerçants (4), c'est près de 8 % de la population active occupée qui sont concernés. Certains de ces emplois jouent un rôle essentiel dans l'accueil des jeunes à la sortie de l'École : que ce soient des jeunes issus de la scolarité obligatoire ou de CAP-BEP pour les métiers de la distribution ou de la vente en magasin, ou des jeunes d'un niveau de formation plus élevé (Baccalauréat, BTS ou DUT) pour les emplois de représentants ou de technico-commerciaux. On notera également que le secteur du Commerce est un de ceux qui offre le plus de places aux jeunes stagiaires 16-18 ans (5) et d'emplois à la sortie des stages. C'est assez dire l'intérêt qu'il représente pour la lutte contre le chômage des jeunes.

Les évolutions qui se dessinent depuis plusieurs années donnent à la vente une dimension nouvelle

Plusieurs facteurs paraissent à la base des transformations de la vente à l'heure actuelle.

La stagnation de la consommation et l'accroissement de la concurrence sur le marché des produits et des services rendent plus vitales pour les entreprises la conquête et la fidélisation de leur clientèle et plus nécessaire l'adaptation à la demande. Ceci s'accompagne d'un changement des habitudes de consommation : plus d'exigence de qualité, un besoin accru de conseil et de services, la recherche de produits moins standardisés. L'acte de vente en devient plus difficile.

Par ailleurs les difficultés économiques poussent les entreprises, qu'elles appartiennent au secteur de la production ou de la distribution, à rechercher un accroissement de leur productivité par une gestion plus serrée de leur main-d'œuvre, qui se manifeste par des changements dans l'organisation du travail, favorisés bien souvent par l'introduction de nouvelles technologies.

Ces évolutions semblent modifier considérablement le rôle de la fonction commerciale dans certaines entreprises de production de biens et services et se répercuter sur la qualification des vendeurs. De simple fonction d'accompagnement de la production, chargée d'écouler les

produits, faiblement intégrée à l'entreprise, au statut dévalorisé, elle tend à acquérir un rôle stratégique d'interface avec l'extérieur mais aussi une position clé à l'intérieur de l'entreprise. La recherche de l'efficacité économique et de la rentabilité amène les entreprises à remodeler le profil de leurs vendeurs, à le faire évoluer vers une nouvelle professionnalité qui n'a plus grand chose à voir avec le simple rôle de preneur d'ordres : une fonction de négociation plus affirmée aussi bien avec le client qu'avec les différents services de l'entreprise, un rôle plus développé de captation et de transmission des informations en provenance du terrain, une activité de prospection plus intense et plus d'agressivité vis-à-vis du marché, une diminution des tâches de gestion et d'administration des ventes souvent prises en charge désormais par la télématique semblent en être les principales facettes.

Le secteur du commerce et de la distribution tente de s'adapter également aux changements de la consommation et au développement de la concurrence. Après la phase de création des super et hypermarchés, se développent depuis quelques années les surfaces moyennes ou petites, insérées dans des réseaux du type franchise ou « commerce associé » souvent spécialisées sur des produits spécifiques, plus tournées qu'auparavant vers le service et le conseil (6). Ce nouveau mode d'organisation requiert d'autres qualifications de la part des vendeurs et notamment la capacité de gérer et d'animer un point de vente, d'accueillir et de renseigner un client.

UNE OFFRE ENCORE LIMITÉE DU SYSTÈME ÉDUCATIF

C'est au niveau de l'enseignement supérieur que sont apparus les premiers enseignements commerciaux (7). De nombreuses Écoles Supérieures de Commerce relevant de statuts divers (consulaire, privé ou public) préparent en effet depuis longtemps à des fonctions commerciales par des formations qui du reste relèvent davantage de la gestion des entreprises que de la vente.

Au sein du système éducatif, les formations commerciales se sont d'abord développées autour de l'ensemble des fonctions tertiaires des entreprises : secrétariat, comptabilité, mécanographie. « *L'essor considérable du secteur tertiaire et des emplois tertiaires de bureau, la complexité liée à la gestion et à l'administration des entreprises conduisent à développer très largement des formations dans ces domaines à tous les niveaux... Par ailleurs, le poids de l'enseignement général et l'idée largement répandue qu'une bonne formation de base alliée à une forte personnalité constituaient à elles seules le gage de la réus-*

(4) A l'exclusion des artisans et des patrons de l'hôtellerie et de la restauration.

(5) « L'enquête du CEREQ sur les 16-18 ans : itinéraires dans le dispositif et situation à la sortie des stages », F. Amat, *Formation Emploi* n° 9, janvier-mars 1985.

(6) Où va le commerce français ? *Physionomie et perspectives d'évolution 1960-1990. Résultats complets de l'enquête CECOD*, Hervé Tanger, CECOD, 1983.

(7) « L'évolution des Formations Commerciales », F. Meylan dans le *Dossier Formation et Emploi : les emplois du Commerce et de la vente*, Collection des Études n° 22.

site d'une carrière commerciale ne militaient guère en faveur de la mise en place de formations spécifiques »(8).

Celles-ci ne sont donc apparues que récemment (1965-70), à l'exception du CAP de vendeur (1942) et du BT de représentation (1958).

La première génération de formations commerciales est composée de formations destinées à la distribution et à la gestion commerciale (9) plutôt qu'à la vente active

Elles correspondent à une conception relativement « passive » de l'acte de vente. A cette première catégorie appartiennent les formations de niveau V (le CAP de vendeur et le BEP Commerce à deux options : employés des services commerciaux et de vente) et le BT de la Représentation. Ce sont en effet des formations préparant à des emplois de salariés des services commerciaux ou d'employés de magasin, de VRP ou de représentants preneurs d'ordre.

Toutefois la prise de conscience des évolutions et des enjeux que constitue la vente pour l'économie a conduit l'Éducation nationale à commencer de repenser progressivement ses formations dans le sens de ce que devraient être les nouveaux professionnels commerciaux : hommes de communication, informateurs, conseillers, négociateurs assistés d'outils modernes (selon la typologie proposée par L. Bellenger dans son livre : « Qu'est-ce qui fait vendre ? »). C'est donc vers la formation de praticiens de la mercatique, de l'action et de la négociation commerciale que s'orientent les nouveaux diplômés : le BTS Action Commerciale revu en 1980 et le Baccalauréat de technicien G₃ « Techniques Commerciales » en 1983-84.

Ce sont des formations dont les flux restent encore relativement limités malgré une progression récente du niveau III

Les flux les plus importants se situent au niveau V : le BEP Commerce (à 2 options) et le CAP vendeur ont chacun environ 10 000 candidats dont une partie vient de l'apprentissage. Le Baccalauréat G₃ en compte un nombre un peu plus élevé mais les sortants sont une minorité, la plupart des élèves poursuivant des études supérieures.

Les autres formations drainent des flux beaucoup plus limités : le BT Représentation quelques centaines, les

(8) Cf. F. Meyjan citée supra.

(9) Cf. Note de l'Inspection générale de l'Éducation nationale relative à « la présentation d'ensemble des formations liées aux secteurs du Commerce, de la vente et de la distribution et à l'évolution de ces formations : actions en cours et propositions ». Document de travail ronéoté inclus dans le dossier du Groupe des Enseignements technologiques. Février 1986.

BTS Commerciaux (10) et le DUT Techniques de Commercialisation quelques milliers.

Mais on assiste à des évolutions très notables depuis une dizaine d'années : le nombre des inscrits dans ces formations est en nette augmentation et celle-ci se répercute en partie sur le flux des sortants malgré une progression des poursuites d'études. Ce mouvement est sensible à tous les niveaux, sauf pour le CAP, mais il est particulièrement marqué en ce qui concerne les BTS Commerciaux (10).

LES FORMATIONS COMMERCIALES : QUELLES PERSPECTIVES ?

La préoccupation principale du ministère de l'Éducation Nationale se situait plus particulièrement autour des formations préparant aux emplois de la fonction commerciale des entreprises : représentants, attachés commerciaux, technico-commerciaux. C'est en effet sur ce segment d'activités qu'apparaît de façon particulièrement cruciale l'inadéquation formation-emploi : tandis que le besoin d'emplois plus orientés vers la vente active semble se développer, et apparaît de plus en plus stratégique pour les entreprises et pour l'économie, les flux de formés sont encore faibles, les formations souvent anciennes.

Faut-il développer les formations conduisant à ces emplois ? Y a-t-il des besoins dans ce domaine et observe-t-on des évolutions de qualifications telles que celles évoquées plus haut ? Quelles formations mettre en place ou réviser pour y répondre ? Tels sont les problèmes très généraux qui se posent au système éducatif et débouchent sur des questions plus précises :

Assiste-t-on à l'émergence d'un nouvel espace de qualification au niveau des « professions intermédiaires » de représentants, attachés commerciaux, vendeurs très qualifiés, correspondant à un niveau IV de formation ? Peut-on espérer y répondre par la création d'un Baccalauréat Professionnel Vente-représentation, caractérisé par des flux plus importants que le BT Représentation (qu'il remplace) et débouchant plus fréquemment sur la vie active que le Baccalauréat de technicien G₃ « Techniques Commerciales » ? Quelle serait sa place par rapport aux BTS et surtout quelle cohérence y aurait-il avec le BEP Commerce, orienté vers la vente en magasin et destiné à lui servir de « vivier » d'élèves ?

Observe-t-on une augmentation des recrutements de jeunes formés au niveau III qui justifierait un développement des formations commerciales à ce niveau ? Doit-

(10) BTS Action Commerciale, BTS Commerce international et BTS des Professions Technico-Commerciales.

on former des « généralistes » de la vente ou au contraire encourager les formations de technico-commerciaux à double compétence ? Comment mieux adapter celles-ci aux caractéristiques de la vente interindustrielle ?...

*
**

Le dossier établi par le CEREQ et les articles du présent numéro de Formation Emploi qui en sont tirés se proposent de contribuer à la réflexion du ministère de l'Éducation Nationale sur les formations commerciales en apportant sur la relation formation-emploi et sur l'évolution des emplois commerciaux des données précises d'origines diverses et complémentaires. Les constats statistiques qui ouvrent ce dossier en mettant l'accent sur le faible lien entre les formations et les emplois commerciaux et sur les changements qui affectent la population active peuvent s'interpréter en effet à la lumière d'éléments plus qualitatifs rassemblés à partir de lectures et d'enquêtes auprès de professionnels et d'entreprises, qui illustrent les transformations de la fonction commerciale et du profil de vendeur, aussi bien dans la vente interindustrielle que dans la vente de biens de grande consommation.

L'analyse d'E. Verdier et de M. Moëbus sur la population active permet, à partir des données du Recensement de 1982 et des Enquêtes sur l'Emploi de l'INSEE, de mesurer la diversité des professions commerciales en termes d'origines scolaires et surtout de souligner leur position défavorable par rapport à d'autres professions : les commerciaux sont moins diplômés que d'autres catégories professionnelles de même niveau (à l'exception des ingénieurs et cadres technico-commerciaux). L'étude d'un passé récent apporte un éclairage intéressant sur les évolutions qui caractérisent ce domaine d'activités. La progression très forte des ingénieurs et cadres technico-commerciaux traduit une demande de commerciaux de plus en plus qualifiés à un haut niveau (11), les jeunes entrant dans ces professions sont plus diplômés que leurs aînés et le niveau III fait une percée remarquable dans les recrutements, mais si les débutants contribuent pour partie au renouvellement de ces professions, le vieillissement des titulaires d'emplois commerciaux traduit le recours des entreprises à des personnels déjà actifs et souligne le maintien du rôle de l'expérience professionnelle par rapport à celui du diplôme pour l'occupation de ces emplois.

L'entrée des jeunes dans la vie active, analysée par C. Bédoué et M.-H. Gensbittel à partir des données de l'observatoire EVA, fournit un autre point de vue sur la relation formation-emploi dans ce secteur. Là aussi le lien apparaît particulièrement lâche entre ces deux réali-

tés : les jeunes sortant des spécialités commerciales connaissent généralement un chômage plus élevé qu'à l'issue d'autres spécialités et s'insèrent fréquemment sur des emplois autres que commerciaux, et, à l'inverse, les recrutements sur des emplois commerciaux ne s'appuient pas forcément sur des formations commerciales. Dans ce contexte général de difficultés il faut souligner la bonne « tenue » des BTS commerciaux par rapport au chômage, qui est à mettre en relation avec la montée du niveau III dans les recrutements, et un recours plus accentué des entreprises à des jeunes ayant reçu une formation initiale commerciale (de niveau III notamment), qui renvoie à la professionnalisation qui semble se dessiner, de certains emplois commerciaux.

Les deux articles suivants se concentrent sur la fonction commerciale des entreprises de production de biens et son évolution. Que ce soit dans l'article de Ph. Zarifian « Fonction Commerciale et compétence des vendeurs dans la vente interindustrielle » ou dans celui de F. Amat « Forces de vente des entreprises et vente de biens de grande consommation », la fonction commerciale apparaît de plus en plus essentielle pour l'entreprise par sa fonction externe vis-à-vis du marché et de la demande mais aussi par sa situation au carrefour des différents services à l'intérieur de l'entreprise.

Ceci est très sensible dans la vente de biens industriels où la nécessité d'articuler deux processus industriels implique moins la vente d'un produit, acte isolé dans le temps et centré sur l'échange d'un produit matériel, que la réponse à un ensemble de besoins nécessitant la coopération des différents services de l'entreprise et la mise en place d'une relation suivie entre fournisseur et client. Rien d'étonnant à ce que les vendeurs soient ici des personnels de haute, voire de très haute qualification.

Dans la vente de biens de grande consommation, si le rôle interne de la fonction commerciale est important, c'est le développement de sa fonction externe qui semble être encore plus au cœur de son évolution : la recherche d'une clientèle nouvelle implique des vendeurs plus actifs, mieux formés, débarrassés d'un certain nombre de tâches banales assumées par des commerciaux sédentaires moins qualifiés. Mais il est important de comprendre comment, du même coup, cet espace où régnait encore une certaine liberté d'organiser son temps et son travail, de recruter son personnel sur ces critères plus ou moins subjectifs, est en train de disparaître sous l'effet de la recherche de productivité et de rationalisation du travail par les entreprises : la fonction commerciale n'est-elle pas repérée comme un des lieux où subsistent d'importants gisements de productivité ? (12).

Françoise AMAT
chargée de Mission au CEREQ

(11) Voir à ce sujet l'article d'E. Verdier et M. Moëbus « L'évolution du profil des commerciaux : changement et tradition, quels compromis ? » BREF n° 19/20, CEREQ, mars-juin 1986.

(12) Ouroumoff et associés, La lettre OA n° 2, juin 1985, *Vendeurs terrain : quelles remises en cause pour demain ?*