

Etat des lieux de l'alternance dans le commerce de gros BtoB

Synthèse du rapport final

Contexte de l'étude

La **loi pour la liberté de choisir son avenir professionnel**, publiée au Journal Officiel le 6 septembre 2018, confie aux branches professionnelles et aux OPCO nouvellement agréés **la mission de développer l'alternance et d'en faire une voie d'insertion privilégiée** dans la vie active. Cette loi s'inscrit d'ailleurs dans la continuité d'un contexte favorable ces dernières années : au niveau national, le nombre de contrats en alternance a augmenté de **6,8 %** en 2018 par rapport à 2017, soulignant ainsi la nouvelle envergure prise par l'alternance dans le paysage français de la formation initiale et continue.

Cette ambition est partagée par **les entreprises du commerce de gros BtoB** et leurs partenaires qui ont engagé ces dernières années **des efforts importants pour développer l'alternance**. Entre 2014 et 2018, **le nombre de contrats de professionnalisation a ainsi augmenté de 23 %** dans le commerce de gros BtoB, alors que dans le même temps **celui des contrats d'apprentissage progressait de 13 %**.

C'est dans ce contexte qu'Intergros et la CGI, aux côtés du ministère de l'Éducation nationale et de la Jeunesse, et celui de l'Enseignement supérieur, de la Recherche et de l'Innovation, ont mené **une étude afin d'établir un état des lieux détaillé des pratiques de l'alternance** dans le secteur et de construire **une cartographie complète des formations** menant aux métiers du commerce de gros BtoB.

Chiffres-clés

Plus de 10 000 alternants se formaient et travaillaient dans le secteur en 2018

5 100 alternants étaient en contrat d'apprentissage, dont :

- 29 % de femmes ;
- 56 % avaient un niveau bac+2 au moment de leur entrée en alternance ;
- 24 % visaient un diplôme de niveau bac+3 ou plus ;
- 40 % étaient salariés d'une entreprise de moins de 11 salariés.

5 300 alternants étaient en contrat de professionnalisation, dont :

- 43 % de femmes ;
- 32 % avaient un niveau bac+2 au moment de leur entrée en alternance ;
- 62 % visaient un diplôme de niveau bac+3 ou plus ;
- 25 % étaient salariés d'une entreprise de moins de 11 salariés.

Pratiques et perceptions de l'alternance

85 % des alternants du secteur trouvent un emploi dans les 6 mois après la fin de leurs études

Ce chiffre, bien supérieur à la moyenne nationale tous secteurs confondus, démontre que **les entreprises du secteur font confiance aux jeunes** qu'elles ont accompagnés et formés. Mieux : dans **72 %** des cas, le premier contrat proposé par les entreprises du secteur à leurs alternants à la suite de leurs études est **un CDI**. Les entreprises du commerce de gros BtoB ont d'ailleurs dans leur grande majorité (**84 %**) une image très positive de l'alternance et **57 %** d'entre elles y ont recours dans une optique de pré-embauche.

90 % des jeunes alternants du secteur recommandent cette voie pour se former

Le retour d'expérience des alternants du commerce de gros BtoB est très positif et témoigne d'une part d'une **cohérence forte entre le contenu des formations, notamment commerciales, et les attentes des entreprises**, et d'autre part de la satisfaction des alternants quant aux contenus pédagogiques, pratiques et théoriques, qui leur sont proposés.

Cet engouement est favorisé par l'écosystème des établissements proposant des formations menant aux métiers du commerce de gros BtoB, puisqu'ils sont **63 %** à prévoir une croissance de leurs effectifs dans les deux ans à venir.

L'alternance, un moyen de recruter et une solution pour innover

Pour les entreprises du secteur, l'alternance permet d'obtenir une main-d'œuvre qualifiée et spécialisée. Identifiée avant tout comme un moyen de recrutement pour 74 % d'entre elles, l'alternance est également l'occasion pour 54 % d'entre elles de « forger » un salarié qui connaît l'ensemble de la chaîne de valeur de l'entreprise et ses besoins. Enfin, elles sont 30 % à affirmer que le recrutement d'un alternant est également un moyen de stimuler l'innovation au sein de l'entreprise, qu'elle soit technique ou organisationnelle.

Une perception différente des freins à l'alternance selon les acteurs

Parmi les entreprises du secteur ayant participé à l'étude, elles sont **38 %** à indiquer que **les rythmes d'alternance proposés** ne favorisent pas le recours à cette voie de formation. Dans bien des exemples mentionnés par les entreprises, la période passée en milieu professionnel n'est pas suffisamment longue pour pouvoir confier une mission apportant une véritable valeur ajoutée au parcours de l'alternant ou même à l'entreprise elle-même.

Pour les alternants et anciens alternants interrogés, ce sont **les conditions de travail jugées difficiles** dans le secteur du commerce de gros BtoB qui sont avancées comme le frein principal. Les établissements de formation qui ont participé à l'étude mentionnent quant à eux le manque de notoriété du secteur et de ses entreprises comme frein principal à l'alternance. Les difficultés à se loger à proximité des lieux de travail sont également avancées.

Pistes d'actions

1. Renforcer la préparation des futurs alternants à la vie en entreprise

Les jeunes, quel que soit leur niveau de formation, ont besoin d'un accompagnement important pour intégrer le milieu professionnel et passer du statut d'élève à celui de salarié. Or, **40 % des entreprises du secteur soulignent qu'il est important de mieux préparer les alternants à la vie en entreprise**, notamment par l'acquisition de compétences professionnelles, ce qui sous-entend également **l'acquisition de soft skills** (savoir-être, communication, relation client...), parfois peu abordées en classe. Cette transition doit se préparer aussi bien dans l'établissement (apprentissage des codes professionnels) qu'en entreprise, par la transmission des savoirs des salariés entourant les alternants.

2. Promouvoir et accompagner le rôle des tuteurs et des maîtres d'apprentissage

Le rôle du tuteur ou du maître d'apprentissage, à la fois parrain de l'alternant dans l'entreprise et lien entre l'entreprise et le centre de formation, est prépondérant pour la réussite de la formation en alternance. Il est cependant à géométrie variable selon l'établissement de formation et l'entreprise. Certaines petites structures en particulier ont du mal à assurer ce rôle faute de moyens. En effet, au

global, **36 % des entreprises du secteur déplorent leur incapacité à encadrer des alternants**. Pourtant, les alternances les plus réussies du point de vue des alternants sont souvent celles au cours desquelles l'encadrement dans l'entreprise a été fort. Aider les entreprises dans leur accompagnement des alternants est donc un enjeu essentiel pour la réussite de ces contrats. Cela passe notamment par un renforcement de la fréquence des relations entre l'établissement de formation de l'apprenti et son entreprise d'accueil : certaines entreprises interrogées au cours de l'étude – et les TPE en particulier – souhaiteraient avoir davantage de contact au cours de l'année avec l'établissement de formation de leur apprenti pour être en mesure d'identifier ses axes de progrès et les nouvelles missions à lui confier.

3. Promouvoir l'alternance auprès des jeunes et des enseignants

L'alternance est une voie de formation et de recrutement en développement en France (+12% entre 2006 et 2016). Dans le commerce de gros BtoB, 84 % des entreprises en ont une image positive, voire très positive, et 88 % des jeunes ayant expérimenté l'alternance dans le secteur recommanderaient fortement ce dispositif pour se former. Pour autant, l'alternance reste méconnue. Parfois, elle est même perçue comme étant réservée aux jeunes en échec scolaire ou trop complexe à mettre en œuvre. En effet, **26 % des jeunes qui n'ont pas souhaité suivre leur formation en alternance expliquent ne pas avoir « osé » ce mode de formation**, anticipant qu'il serait trop compliqué et **13 % expliquent avoir manqué d'informations à ce sujet**. Pour travailler sur l'attractivité des métiers, il faut renforcer la communication auprès des bons prescripteurs, différents selon les profils des apprentis.

4. Suivre l'évolution des pratiques et participer à leur amélioration à travers le baromètre

L'étude a donné lieu à la création d'un « **Baromètre de l'alternance** », qui peut être valorisé de deux manières : comme **un outil de suivi de l'évolution de l'alternance** dans le secteur et comme **un outil de communication** (taux d'insertion à l'issue d'un contrat, taux de satisfaction...) valorisant les bonnes pratiques. Par exemple, les modalités administratives qui entourent l'alternance sont encore perçues comme étant complexes : **44 % des entreprises souhaiteraient en effet que les démarches administratives liées à l'alternance soient simplifiées** (deuxième axe d'amélioration le plus cité). De plus, elles sont **34 % à estimer, que le coût de l'alternance est trop élevé**. La baisse du coût des contrats est d'ailleurs le premier axe d'amélioration cité par les entreprises (50 %). Les aides financières destinées à favoriser le recours à l'alternance sont également méconnues des entreprises. Le baromètre pourrait donc constituer une opportunité de communiquer sur ces sujets.

5. Promouvoir l'alternance auprès des entreprises et créer une plateforme de mise en relation entre les offres des entreprises et les demandes des futurs alternants

22 % des jeunes n'ayant pas suivi leur formation en alternance y ont renoncé car ils n'ont pas trouvé d'entreprise. Parallèlement, certaines entreprises du secteur peinent à trouver des alternants, notamment quand elles sont situées en environnement rural. 45 % des alternants du secteur expliquent avoir eu des difficultés à trouver une formation proche de leur domicile et 37 % dans la spécialité recherchée. In fine, **36 % des jeunes se déclarent insatisfaits de l'accompagnement dont ils ont bénéficié durant leur recherche d'un contrat en alternance**. Faciliter cette étape est donc une piste pour développer l'alternance, en complément des actions déjà mises en place par un certain nombre d'établissements de formation (bourses à l'emploi, conseillers dédiés à l'alternance dans les établissements...). Pour poursuivre la structuration et le suivi de la politique du commerce de gros BtoB, une cartographie dynamique des formations est d'ores et déjà à disposition des jeunes et des entreprises. Elle permet de visualiser et de consulter l'offre de formations en alternance existante en France. Il est ainsi possible de trouver en quelques clics un établissement de formation à proximité et délivrant des certifications en lien avec le commerce de gros BtoB.