

BtoB
my job!
By CGI
& INTERGROS

L'ALTERNANCE DANS LE COMMERCE DE GROS BTOB ÉTAT DES LIEUX ET PERSPECTIVES

MARS 2019

avec



MINISTÈRE
DE L'ÉDUCATION
NATIONALE ET
DE LA JEUNESSE

MINISTÈRE
DE L'ENSEIGNEMENT SUPÉRIEUR,
DE LA RECHERCHE
ET DE L'INNOVATION

et



Sommaire



Objectifs et moyens



Chiffres clé sur l'alternance

En France
Dans le secteur



Pratiques et perceptions de l'alternance, en France

Présentation des panels des sondages

Avant l'alternance
Pendant l'alternance
Après l'alternance



Pistes d'action



Crédits photos : Adobe Stock - Jacques Giral, Thomas Koszul, Alex Krassovsky pour Intergros - tous droits réservés

Adobe Stock - Jacques Giral, Thomas Koszul, Alex Krassovsky pour Intergros
Crédits photos :
- tous droits réservés



Objectifs et moyens

Contexte de l'étude

Enjeux et objectifs exprimés

Objectifs du projet

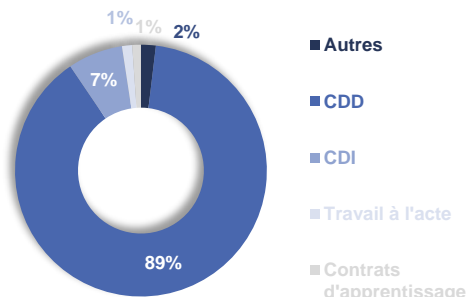
- Disposer d'un état des lieux complet de l'alternance dans le commerce de gros BtoB (cartographie complète des formations en alternance)
- Identifier les perceptions et pratiques des alternants, des entreprises et des établissements rattachés au commerce de gros BtoB
- Proposer des indicateurs de performance pour mesurer l'efficacité du dispositif pour les entreprises du commerce de gros BtoB
- Prendre en compte les impacts de la réforme de la formation professionnelle sur l'alternance dans le commerce de gros BtoB

Quelques chiffres sur les branches du commerce de gros BtoB

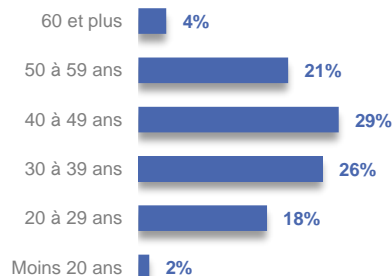
Source DADS 31/12/2015

Plus de 485 000 salariés répartis dans 42 000 entreprises

Répartition des salariés par type de contrat



Répartition des salariés par âge



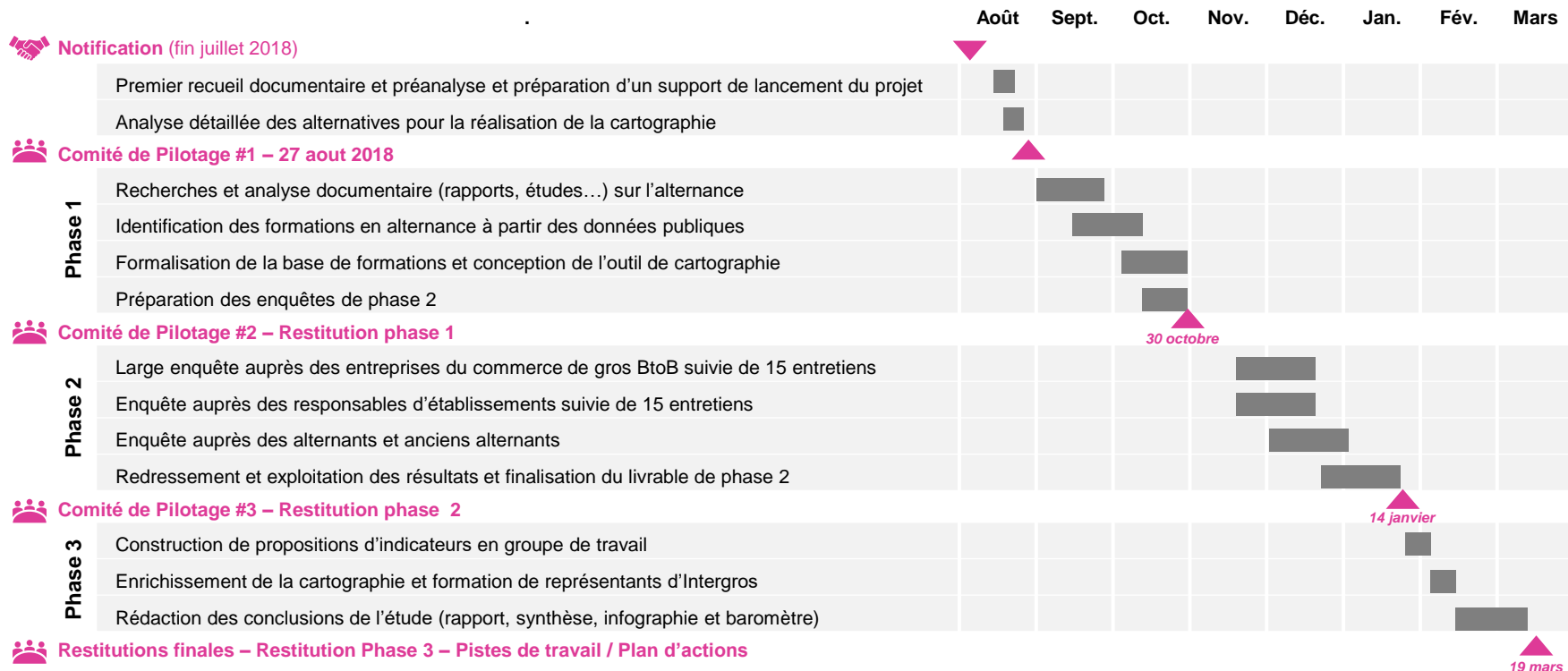
L'alternance, une priorité de la loi Avenir professionnel et du secteur

La loi Avenir professionnel a fait de l'**alternance** une priorité pour combattre le chômage. Il s'agit en effet d'une voie privilégiée pour **favoriser l'insertion des jeunes** dans le monde du travail (70% des jeunes en apprentissage trouvent un emploi dans les **7 mois après leur formation**). S'il se développe en France, l'**apprentissage est néanmoins deux fois moins important qu'en Allemagne**. Par ailleurs, les **effectifs d'apprentis** en France ont significativement baissé entre 2012 et 2016.

L'objectif de cette étude est d'établir un **état des lieux des formations en alternance** préparant aux métiers du commerce de gros BtoB, mais aussi d'**analyser les pratiques et perceptions des différentes parties prenantes** pour tirer un meilleur parti de l'alternance. Enfin, l'étude propose plusieurs **indicateurs permettant de piloter et mesurer les résultats des initiatives prises** pour développer le recours à l'alternance et favoriser les parcours mixtes.

Moyens mis en œuvre

Planning détaillé



Moyens mis en œuvre

Construction de la cartographie dynamique

Moyen

1 Étude des formations en alternance dans le secteur

- Bases DARES 2016 à 2018 sur les contrats d'apprentissage et les contrats de professionnalisation.
- Base DEPP 2012 à 2016.
- Base INTERGROS 2018.

Moyen 2 MÉTHODOLOGIE

de la cartographie des formations en alternance dans le secteur

Bases de données utilisées

7
2
8
4
4
9
3
7
1
5
8
0
8
1

2
3
7
1
3
4
6
0
9
2
2

6
4
6
0
9
2
2

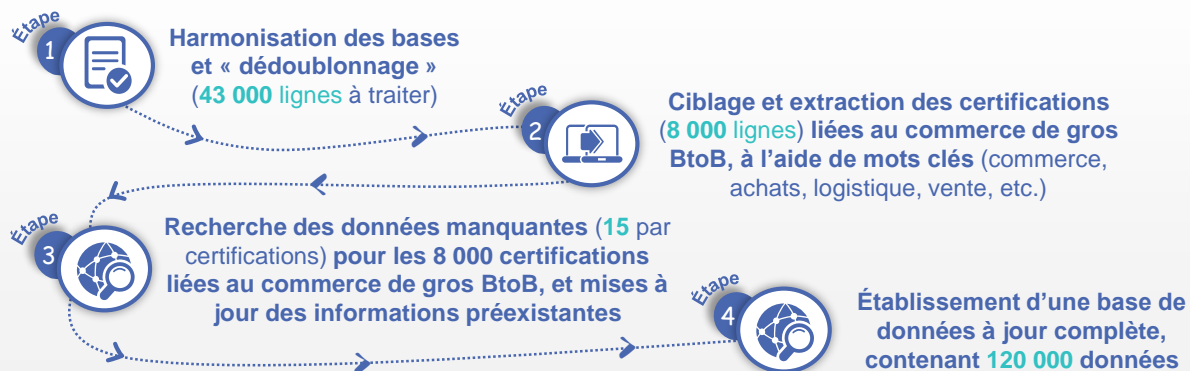
Bases de données du ministère de l'Enseignement Supérieur (**diplômes et formations des établissements publics** et ensemble des **formations initiales**, enseignement privé compris)



Certifications enregistrées au **RNCP** à partir des codes NSF retenus par Intergreros



Bases de données issues de travaux de **KYU Lab**



Moyens mis en œuvre

Entretiens avec les professionnels

Moyen

2

3 enquêtes auprès de trois populations différentes : près de 1 500 répondants au total

- Alternants et anciens alternants (747 répondants)
- Entreprises du commerce de gros BtoB (550 répondants)
- Établissements (165 répondants)

Moyen

3

Une trentaine d'entretiens réalisés auprès des établissements dispensant des formations en lien avec le secteur et des entreprises du commerce de gros BtoB

Établissements		Entreprises	
1	CFA CCI DE LA VIENNE	1	NORMADOC
2	CFA DE L'AFORP	2	CIADILAMES
3	CFA DU GARAC	3	JEUX DE LUMIERE
4	CFA FORMA-SUP ARL	4	MULTISERVICES DENTAIRES
5	CFA ROUEN	5	GEM INDUSTRY
6	CIFCA	6	LAMAFRANCE
7	LYCEE DE L'ELORN	7	OUTLANDER
8	LYCEE DU MONT-BLANC RENE DAYVE	8	LOGISTAFRANCE
9	LYCEE SAINT JOSEPH	9	DPA DISTRIB
10	LYCEE BREMONTIER	10	PIXELTECH
11	LYCEE FRANCOIS ARAGO	11	GROUPE PLG
12	LYCEE DE NOISIEL	12	LG ELECTRONICS
		13	MAMMA ROSA
		14	TOUT FAIRE MATERIAUX
		15	RESERT

Livrables

Un rapport complet



Livrables

Une tribune sur l'alternance

L'ALTERNANCE, UN ENJEU MAJEUR POUR LE COMMERCE DE GROS BTOB

Le développement de l'alternance, mission confiée aux OPCO nouvellement agréés depuis le 1er avril 2019, est un enjeu national prioritaire pour favoriser l'insertion professionnelle des jeunes et lutter contre le chômage. 2018 aura été une année faste en la matière puisque le nombre de contrats en alternance a augmenté de 6,8 %, soulignant ainsi la nouvelle envergure prise par l'alternance dans le paysage français de la formation.

Cette ambition est partagée par le secteur du commerce de gros BtoB et ses partenaires qui ont engagé, avec succès, des efforts importants pour le développement de l'alternance. Entre 2014 et 2018, les contrats d'apprentissage progressaient de 13 % entre 2014 et 2017.

C'est pour soutenir cette dynamique que l'OPCA Intergros et la CGI, aux côtés du ministère de l'Éducation nationale, et de l'Enseignement supérieur et de la Recherche, ont sollicité le cabinet KYU Lab afin d'établir un état des lieux détaillé de l'alternance dans le secteur et de construire une cartographie complète des formations menant aux métiers du commerce de gros BtoB par la voie de l'alternance.

Dans le commerce de gros BtoB, 85 % des alternants du secteur ont trouvé un emploi dans les 6 mois après la fin de leurs études !

Ce chiffre bien supérieur à la moyenne nationale – 72 % des jeunes en alternance trouvent un emploi dans les 6 mois après leur formation tous secteurs confondus – démontre le dynamisme du secteur en matière d'opportunités d'emploi durable pour les alternants. En effet, d'après l'enquête menée auprès de ces derniers, dans 72 % des cas, le premier contrat signé était un CDI.

Autre atout fort du secteur, l'étude a illustré le fait que la large majorité des entreprises du commerce de gros BtoB (84 %) ont une image très positive de l'alternance et l'utilisent, pour 57 % d'entre elles, comme un dispositif de pré-embauche.

Près de 90 % des jeunes ayant expérimenté l'alternance dans le secteur recommandent cette voie pour se former.

Le retour d'expérience positif des alternants dans le commerce de gros BtoB illustre deux points mesurés durant l'étude : une cohérence forte entre les formations et les attentes des entreprises, mais également la satisfaction des alternants quant aux contenus pédagogiques qui leur sont proposés.

Cet engouement est accompagné par l'écosystème des établissements proposant des formations menant aux métiers du commerce de gros BtoB (sur des niveaux Bac+2 et plus), puisqu'ils sont 63 % à prévoir une croissance de leurs effectifs dans les 2 ans à venir.

Ces retours enthousiastes des trois parties prenantes de l'alternance dans le secteur démontrent l'efficacité du choix de l'alternance dans le commerce de gros BtoB et incite à renforcer et promouvoir les actions contribuant à son développement.

La création d'un baromètre annuel de l'alternance et d'une cartographie dynamique des formations

Pour poursuivre la structuration et le suivi de cette politique nationale du commerce de gros BtoB en faveur de l'alternance, un baromètre est lancé. Il permettra de mesurer dans le temps l'évolution des attentes des entreprises et l'efficacité du dispositif pour les alternants.

Complémentaire, le nouvel OPCO (ex. OPCA Intergros) met dès à présent à disposition des jeunes et des entreprises une cartographie dynamique des formations sur son site Internet. Elle permet de visualiser et consulter l'offre de formation en alternance existante en France. Il est ainsi possible de trouver en quelques clics un diplôme à proximité et sur les spécialités recherchées.

Autant d'outils qui devraient soutenir l'effort collectif au sein du secteur en faveur du développement de l'alternance.

Adobe Stock - Jacques Giral, Thomas Koszul, Alex Krassovsky pour Intergros
Crédits photos :
- tous droits réservés



BtoB
myjob!
By CGI
& INTERGROS



Chiffres clés sur l'alternance



Crédits photos : Adobe Stock - Jacques Giral, Thomas Koszul, Alex Krasovsky pour Intergros - tous droits réservés

Chiffres clés sur l'alternance

- En France

Chiffres de l'alternance

Des usages différents selon le type de contrats

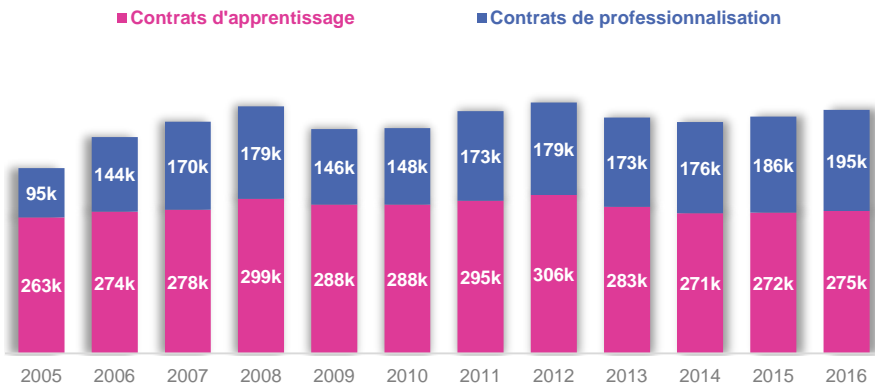
« **Le contrat d'apprentissage** est un contrat de travail conclu entre un employeur et un salarié, dont l'objectif est de permettre à un jeune de suivre une **formation générale, technologique et pratique, en vue d'acquérir une qualification professionnelle** » (DARES)

Après une phase d'expérimentation, l'apprentissage s'ouvre aux jeunes jusqu'à 29 ans révolus (au lieu de 26 ans précédemment).

« **Le contrat de professionnalisation** est un **dispositif d'insertion en alternance** destiné aux jeunes de 16 à 25 ans, aux demandeurs d'emploi âgés de 26 ans et plus et aux bénéficiaires du revenu de solidarité active (RSA), de l'allocation de solidarité spécifique (ASS) ou de l'allocation aux adultes handicapés (AAH) et aux personnes ayant bénéficié d'un contrat unique d'insertion. » Dans le cadre d'une expérimentation, le contrat peut être conclu sans nécessairement viser de titre ou diplôme inscrit au RNCP ou une certification reconnue par la branche.

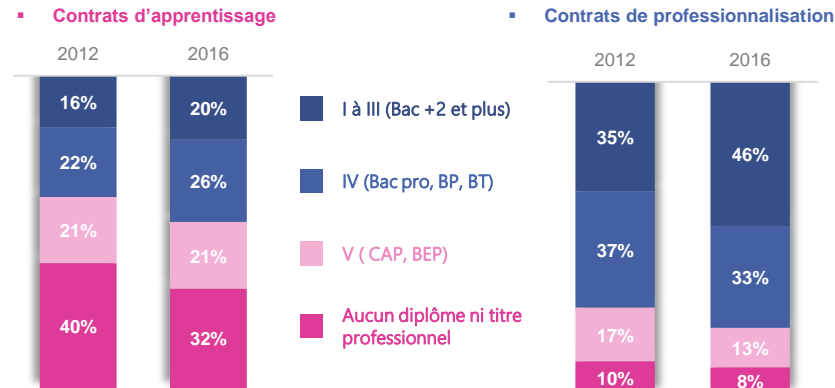
Évolution du nombre de contrats en alternance signés en France

Source DARES 2017 & 2018



Niveau de diplôme ou titre le plus élevé du bénéficiaire à l'entrée du contrat

Source DARES 2017 & 2018, en %

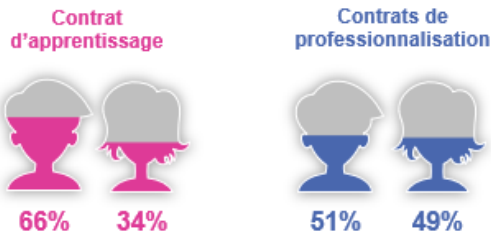


Chiffres de l'alternance

Au plan national, l'alternance se démocratise et touche un public varié

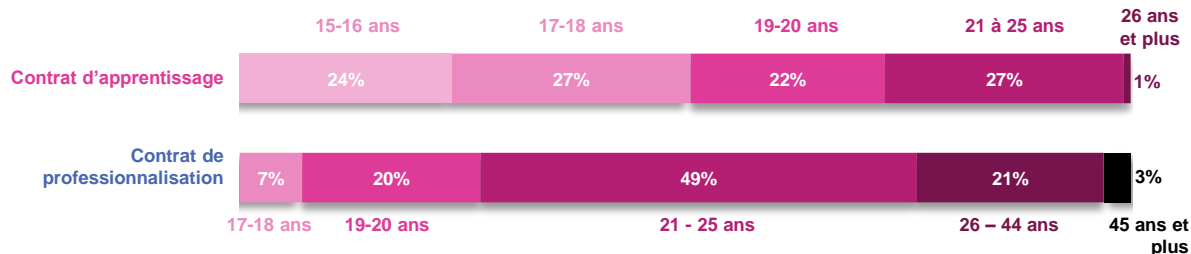
Répartition femmes / hommes

Source DARES 2017



Répartition des bénéficiaires de contrats en alternance par âge

Source DARES 2017



En France, les contrats en alternance sont en hausse depuis 10 ans et concernent de plus en plus les diplômés de l'enseignement supérieur

Cette hausse est essentiellement portée par les **contrats de professionnalisation** qui ont augmenté de 35% en 10 ans.

Néanmoins, ces derniers restent minoritaires dans l'ensemble des contrats en alternance, car **3 contrats sur 5 sont des contrats d'apprentissage** – dont le nombre est relativement stable depuis 10 ans.

L'alternance concerne de plus en plus de **diplômés du supérieur**, que ce soit dans l'apprentissage qui compte 25% d'apprentis de niveau I à III en plus depuis quatre ans ou parmi les bénéficiaires des contrats de professionnalisation, pour lesquels les diplômés de niveau I à III sont les seuls à voir leur part augmenter (+32%).

L'âge des bénéficiaires de l'alternance augmente

La loi Avenir professionnel a porté à 29 ans révolus l'âge maximum pour entrer en apprentissage. Il est donc possible que **l'âge moyen des apprentis augmentera** dans les années à venir.

S'agissant des contrats de professionnalisation, les mineurs sont près de trois fois moins nombreux en 2016 qu'en 2006 (4,7% contre 1,7%) ; la part des moins de 20 ans a elle aussi diminué de près de moitié (42%) en 10 ans. Cette diminution s'est faite au profit des **26 ans et plus**, dont la part est deux fois plus importante en 2016 qu'en 2006 (24% contre 12%).

La **répartition femmes/hommes** parmi les bénéficiaires des contrats d'alternance est quant à elle stable. On constate par ailleurs un meilleur équilibre dans les contrats de professionnalisation.

Chiffres de l'alternance

L'apprentissage, des niveaux de qualification en constante augmentation

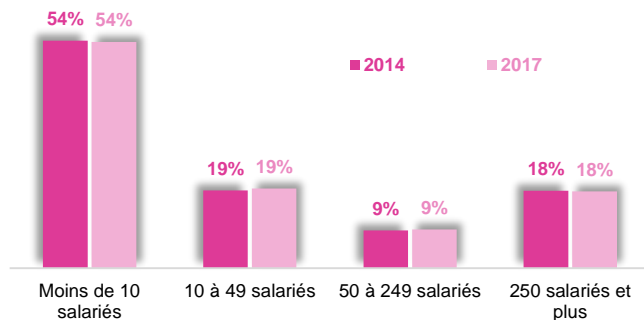
Plus de 280 400 nouveaux contrats d'apprentissage ont été signés dans le secteur privé en 2017

Soit une **hausse de 1,8% par rapport à 2016**, un chiffre nettement inférieur au secteur public qui a connu une croissance de 7,9% du nombre de nouveaux contrats en 2017 par rapport à 2016.

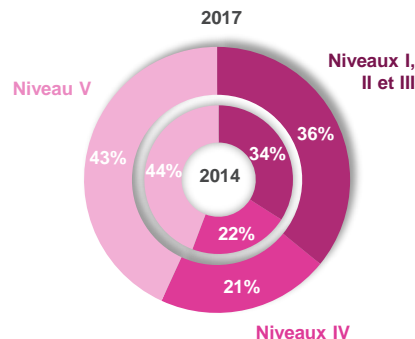
Dans le secteur privé, l'essentiel de l'augmentation du nombre d'apprentis repose sur les embauches **en formation de niveau bac + 2 ou plus (+3,6%)**, dans la **construction (+3,8%)** ou encore dans le tertiaire (+1,9%)

Répartition des contrats d'apprentissage conclus par taille d'entreprise

Source DARES 2018



Répartition des contrats d'apprentissage par niveau de diplôme préparé - Source DARES 2018



L'essentiel des apprentis sont des hommes de 18 ans préparant un **diplôme de niveau V dans une entreprise de moins de 11 salariés**

La part des diplômés de l'enseignement supérieur a augmenté de 5,3% en 4 ans. Toutefois, 43% des apprentis préparent un CAP ou un BEP.

En 1996, la part des apprentis préparant un **diplôme de l'enseignement supérieur** était de 5,8%, soit **6 fois moins qu'aujourd'hui**.

Durée moyenne des contrats



20,1 mois

Près de 2/3 des contrats durent entre 13 et 24 mois

Profil des apprentis

34% de femmes (stable depuis 2014)

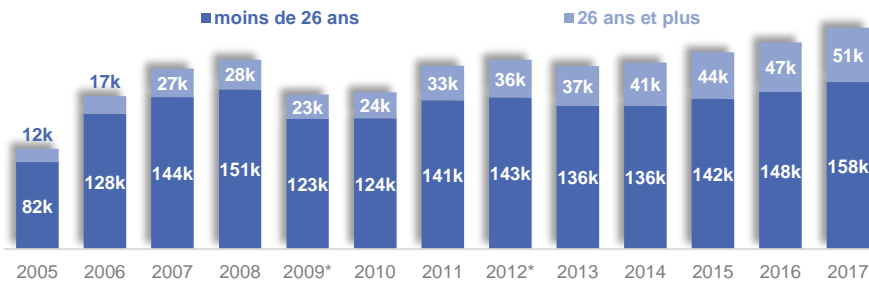
18,9 ans en moyenne



Chiffres de l'alternance

Contrats de professionnalisation, une hausse de 7% des recrutements entre 2016 et 2017

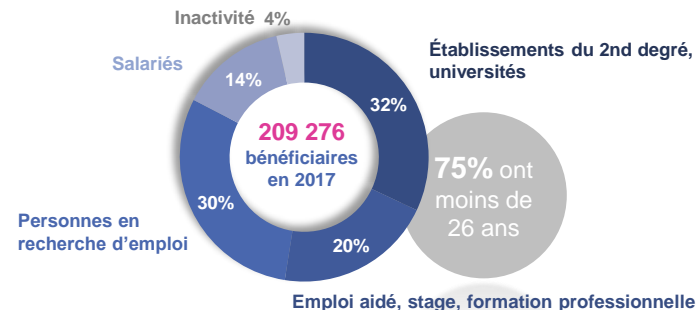
Évolution du nombre de nouveaux contrats de professionnalisation (CP) signés Source DARES 2017



*Rupture de série due au changement de mode de comptage

23,4% des CP sont réalisés dans le secteur du commerce au sens large

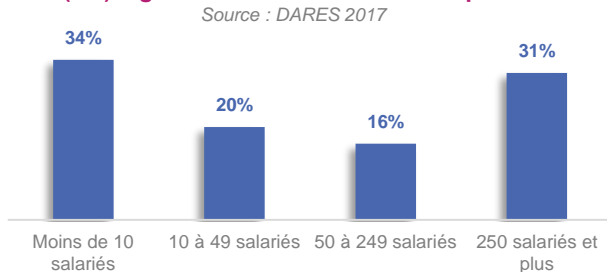
Provenance des bénéficiaires de contrats de professionnalisation (CP) Source DARES 2017



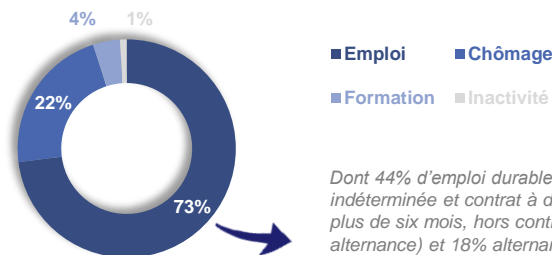
209 276 bénéficiaires en 2017

75% ont moins de 26 ans

Répartition des contrats de professionnalisation (CP) signés selon la taille de l'entreprise Source : DARES 2017



Situation des bénéficiaires 6 mois après leur contrat de professionnalisation (CP) - Source DARES 2016



Dont 44% d'emploi durable (contrat à durée indéterminée et contrat à durée déterminée de plus de six mois, hors contrat aidé et contrat en alternance) et 18% alternance.

Durée moyenne des contrats de professionnalisation

13,7 mois

56% des contrats de professionnalisation durent entre 1 et 2 ans



Crédits photos : Adobe Stock - Jacques Giral, Thomas Koszul, Alex Krasowsky pour Intergros - tous droits réservés

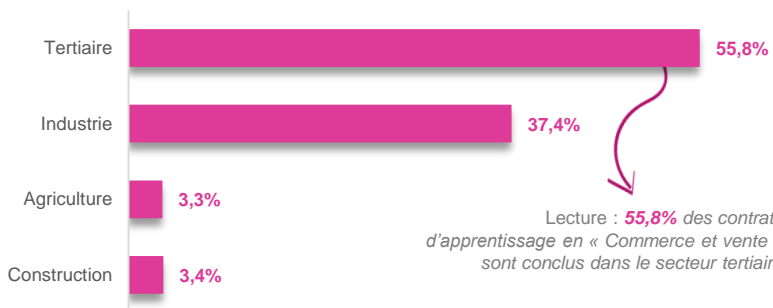
Chiffres clés sur l'alternance

- Dans le secteur

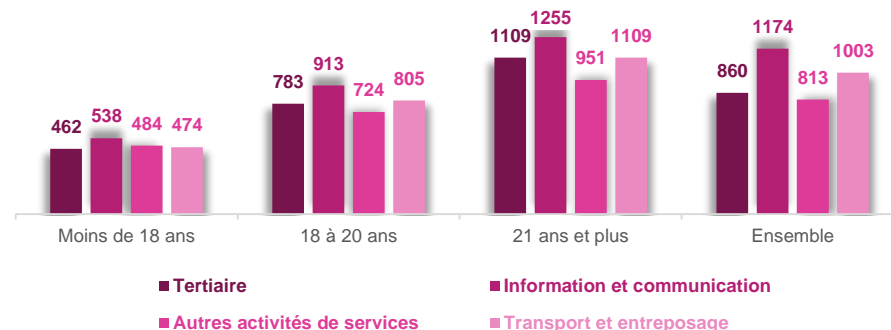
Chiffres de l'alternance

L'apprentissage dans le commerce en général

Répartition des contrats d'apprentissage ayant pour thème le commerce et la vente par secteur d'activité de l'employeur - Source DARES 2018, en %



Salaire mensuel net des apprentis en 2014 selon le secteur d'activité et l'âge - Source DARES 2017, en euros



Taux de rupture et d'abandon selon le métier préparé

Source DARES 2018

Métier	Taux de rupture	Taux d'abandon
Transport - logistique	20,2%	17,3%
Commerce - gestion	27,9%	21,7%
Autres services	24,8%	18,6%

Lecture : 27,9% des primo-entrants en commerce-gestion rompent précocement leur contrat d'apprentissage avec leur entreprise. Parmi ces 27,9%, 77,8% finissent par abandonner l'apprentissage 360 jours après leur rupture, soit un taux d'abandon global de 21,7%.

On retrouve les apprentis en formation commerciale dans plusieurs secteurs d'activité

Les apprentis dans le domaine commercial représentent **plus d'un tiers des contrats d'apprentissage dans le tertiaire** « commerce et la réparation d'automobile » et **1 contrat sur 5 pour le tertiaire** « information et communication, activités financières, d'assurance et immobilières ».

Enfin, environ 1 contrat d'apprentissage sur 5 (18%) concerne le commerce et la vente dans le **secteur tertiaire**.

Plus, d'un quart des apprentis dans le domaine commerce-gestion rompt le contrat d'apprentissage avant la fin de celui-ci, pour un taux d'abandon global de 21,7%

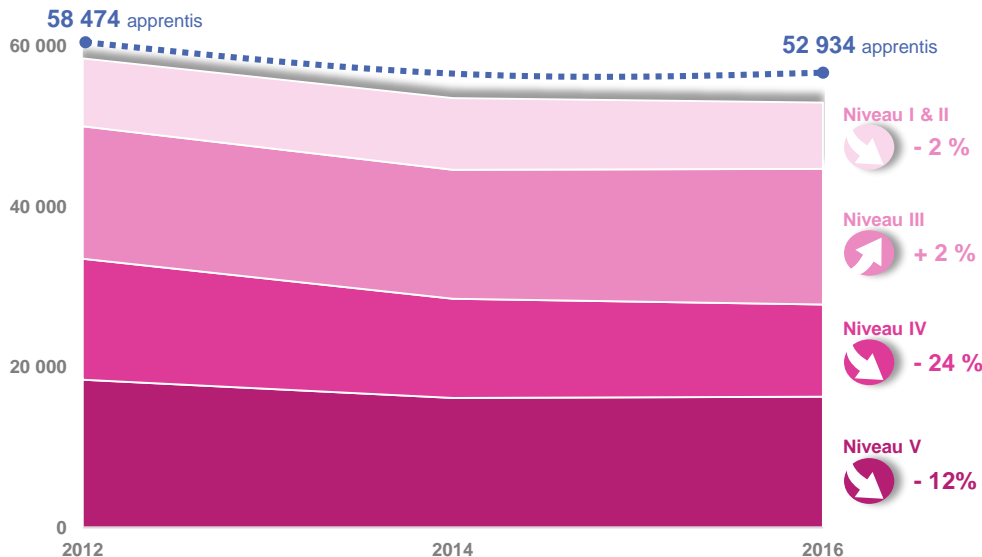
Chiffres de l'alternance

L'apprentissage dans le commerce de gros BtoB – *Vivier du commerce de gros BtoB

*Par « vivier » on entend tous les apprentis **inscrits** dans des formations pouvant mener aux **métiers** du commerce de gros BtoB

Évolution du nombre d'apprentis suivant une formation pouvant mener aux métiers du commerce de gros BtoB par niveau de diplôme visé

Source DEPP 2012, 2014 et 2016



58,6% des apprentis qui effectuent leur contrat dans le secteur privé en France (280 388 apprentis en 2017) sont recrutés dans le **secteur tertiaire** (toutes spécialités confondues).

(source DARES 2017)

Entre 2012 et 2016, le nombre d'apprentis suivant une formation pouvant mener au commerce de gros BtoB est en baisse de 9,5% (source DEPP 2017)

Cette baisse intervient dans une **période de forte chute de ce type de contrat au niveau national** (moins 9,6%). À noter, le nombre de ces contrats d'apprentissage augmente toutefois timidement entre 2015 et 2016 (de 52 805 contrats à 52 934 en 2016).

Les **contrats d'apprentissage qui visent des diplômes de niveau V et IV** connaissent la plus forte diminution entre 2012 et 2016 : respectivement -12% et -24%.

Les **diplômes de niveau I, II et III** représentent quasiment la moitié des **diplômes préparés par les apprentis** suivant des formations pouvant mener aux métiers du commerce de gros BtoB en 2016 (47%).

Chiffres de l'alternance

L'apprentissage dans le commerce de gros BtoB – *Vivier du commerce de gros BtoB

*Par « vivier » on entend tous les apprentis **inscrits** dans des formations pouvant mener aux **métiers** du commerce de gros BtoB

Durée moyenne des contrats

25 mois



70% des contrats durent 2 ans

Profil des apprentis

55% de femmes (+3 points en 4 ans)



21 ans en moyenne (contre 25 ans en 2012)

Des contrats plus longs, des apprentis plus âgés et davantage de femmes parmi les apprentis suivant une formations pouvant mener aux métiers du commerce de gros BtoB

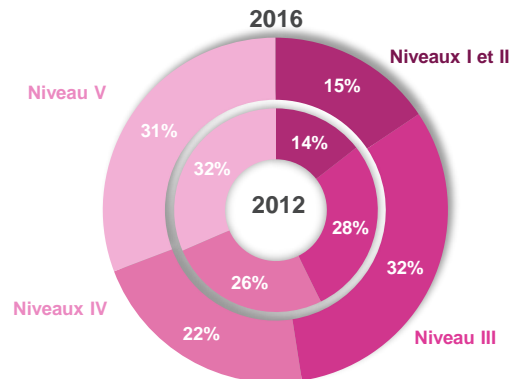
Les contrats d'apprentissage des apprentis faisant partie du vivier du commerce de gros BtoB sont **en moyenne plus longs que dans les autres secteurs** (20,1 mois en moyenne), **les apprentis sont en moyenne plus âgés** (environ 18 ans en moyenne, contre 21 ans dans le commerce de gros BtoB) et **les recrutements se font davantage à parité** (avec 34% de femmes en contrats d'apprentissage au national, soit un apprenti sur trois, contre 55% parmi les apprentis du vivier).

On note une hausse de la part des apprentis faisant partie du vivier du commerce de gros BtoB qui visent des diplômes de niveau III (+ 4 points)

Enfin, le secteur du commerce de gros BtoB recrute 10% d'apprentis de niveau V de moins que la moyenne nationale, un écart qui est compensé par les niveaux I, II et III qui sont 10% plus nombreux dans le secteur qu'au plan national (source DARES 2017).

Répartition des apprentis suivant une formation pouvant mener aux métiers du commerce de gros BtoB selon le diplôme visé en 2016 et 2012

Source DEPP 2016 et 2012.



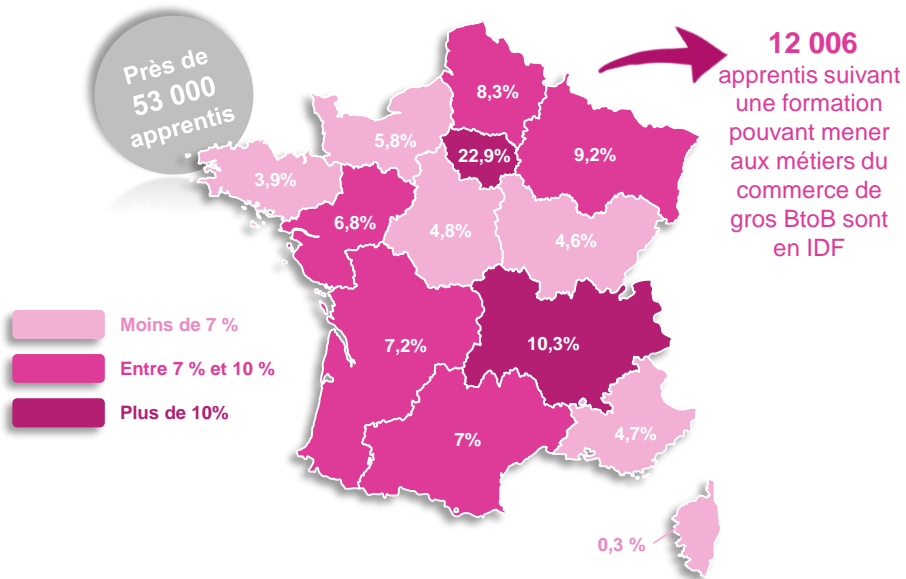
Chiffres de l'alternance

L'apprentissage dans le commerce de gros BtoB – *Vivier du commerce de gros BtoB

*Par « vivier » on entend tous les apprentis **inscrits** dans une formation pouvant mener aux **métiers** du commerce de gros BtoB

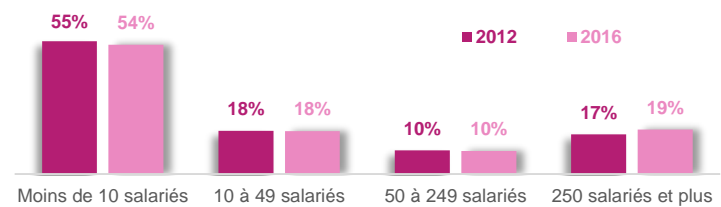
Répartition des apprentis suivant une formation pouvant mener aux métiers du commerce de gros BtoB selon la région de l'établissement employeur

Source DEPP 2016 (Direction de l'Évaluation, de la Prospective et de la Performance – ministère de l'Éducation Nationale)



Répartition des apprentis suivant des formations pouvant mener aux métiers du commerce de gros BtoB par taille d'entreprise

Source DEPP 2016 et 2012



L'Île-de-France concentre le plus d'apprentis (12 000) suivant une formation pouvant mener aux métiers du commerce de gros BtoB

Plus de la moitié des apprentis suivant une formation pouvant mener aux métiers du commerce de gros BtoB est recruté dans des entreprises de moins de 10 salariés

Entre 2012 et 2016, la répartition des apprentis est restée stable : les entreprises de moins de 10 salariés attirent plus de la moitié des apprentis et au total **81% des apprentis sont répartis dans les TPE/PME (contre 83% en 2012).**

La répartition des apprentis par taille d'entreprise est équivalente à la répartition au national des entreprises, quel que soit le secteur d'activité.

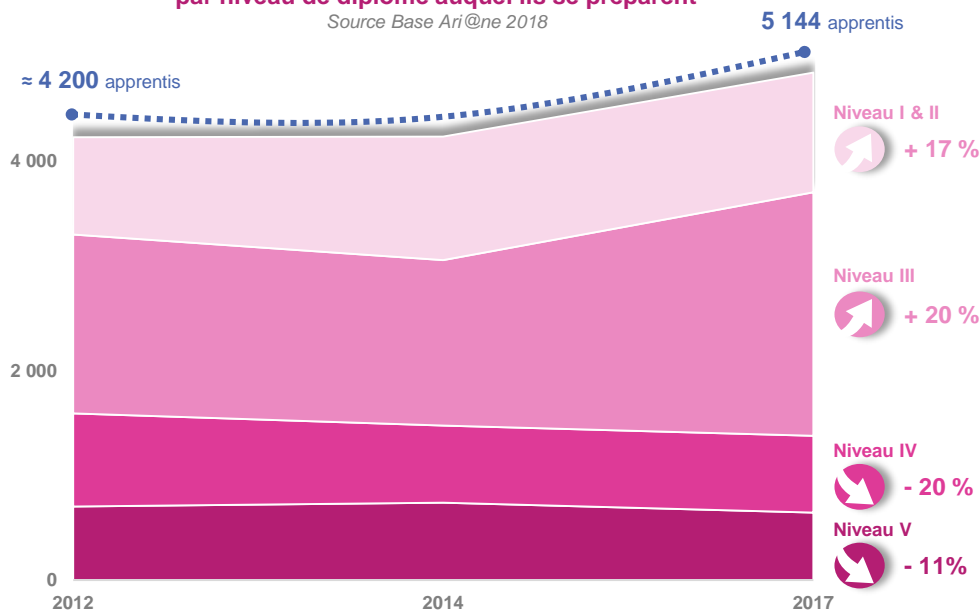
Chiffres de l'alternance

L'apprentissage dans le commerce de gros BtoB – Apprentis du commerce de gros BtoB*

*Apprentis *inscrits* dans une formation pouvant mener aux métiers du commerce de gros BtoB et travaillant effectivement dans une entreprise du secteur

Évolution du nombre d'apprentis du commerce de gros BtoB par niveau de diplôme auquel ils se préparent

Source Base Ari@ne 2018



Pour rappel, **52 934** apprentis suivent une formation pouvant mener aux métiers du commerce de gros BtoB en 2016.

Parmi ces apprentis, **5 144** travaillent effectivement dans des entreprises du secteur, soit **9,7%** du vivier global.

(source DEPP 2017)

Le nombre d'apprentis dans le commerce de gros BtoB a connu une baisse entre 2012 et 2014 (- 6%), avant de remonter de façon significative entre 2014 et 2016 (+ 12,6%).

Au total, entre 2012 et 2016, les contrats d'apprentissage dans le secteur ont **augmenté de 6%**. On note que **le nombre d'apprentis qui visent des niveaux I, II et III progresse, au détriment de celui des apprentis visant les premiers niveaux de qualification (IV et V).**

Si l'on compare ces chiffres à ceux de l'ensemble du vivier du commerce de gros BtoB, on remarque des dynamiques d'évolution similaires pour les apprentis visant des niveaux de qualification IV et V. En revanche, **le nombre d'apprentis visant des diplômes de niveaux I, II et III connaît quant à lui une augmentation bien supérieure (respectivement +17% et +20%) pour les apprentis du secteur du commerce de gros BtoB, par rapport au vivier total du secteur.**

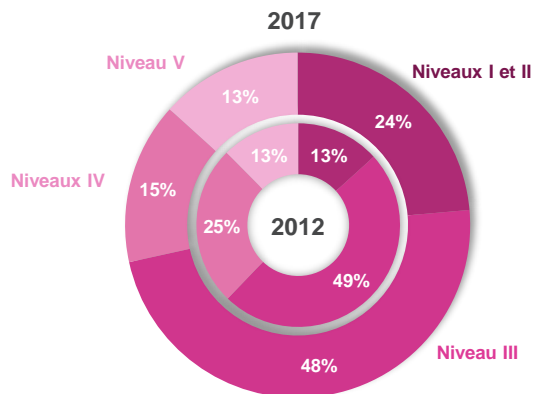
Chiffres de l'alternance

L'apprentissage dans le commerce de gros BtoB – Apprentis du commerce de gros BtoB*

*Apprentis *inscrits* dans une formation pouvant mener aux métiers du commerce de gros BtoB et travaillant effectivement dans une entreprise du secteur

Répartition des apprentis en commerce de gros BtoB selon le diplôme visé

Source DEPP 2012 et base Ari@ne 2018



De façon générale, on note une très forte présence des apprentis visant des diplômes de niveau III dans le secteur (48%), présence stable entre 2012 et 2017

Les niveaux I et II ont quant à eux progressé sur la période (+ 11 points). Cette hausse se fait essentiellement au **détriment des effectifs visant un diplôme de niveau IV et en particulier de niveau V.**

Durée moyenne des contrats

25,5 mois

70% des contrats durent 2 ans



Profil des apprentis

29% de femmes (+1 point en 4 ans)

20 ans en moyenne (contre 21 ans en 2012)



Des apprenties très peu nombreuses (29%) dans le commerce de gros BtoB, par rapport à la sociodémographie des apprentis suivant une formation pouvant mener aux métiers du commerce de gros BtoB (55% de femmes) et à celle du secteur du commerce de gros BtoB (34% de femmes)

Néanmoins, au global, **les apprentis travaillant dans le secteur ont un profil sociodémographique proche de celui des apprentis constituant le vivier du commerce de gros BtoB.**

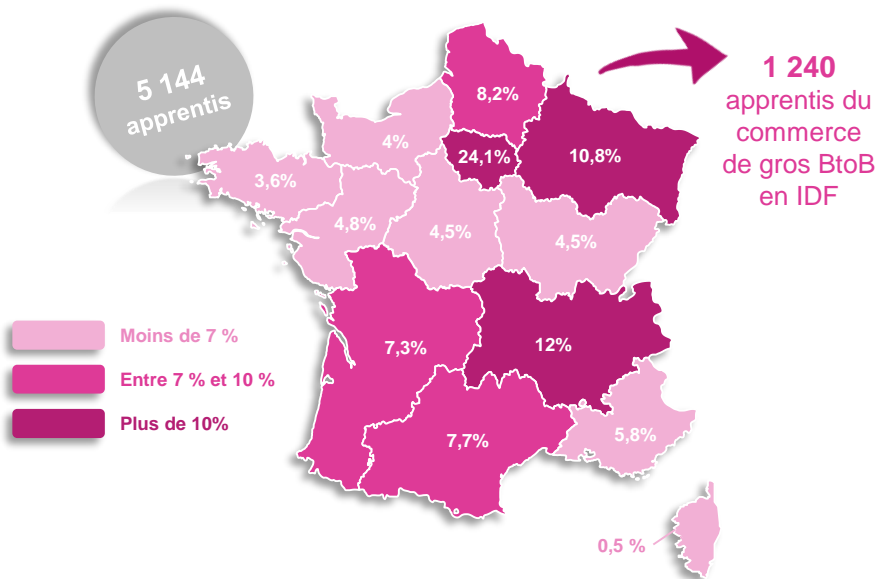
Chiffres de l'alternance

L'apprentissage dans le commerce de gros BtoB – Apprentis du commerce de gros BtoB*

*Apprentis *inscrits* dans une formation pouvant mener aux métiers du commerce de gros BtoB et travaillant effectivement dans une entreprise du secteur

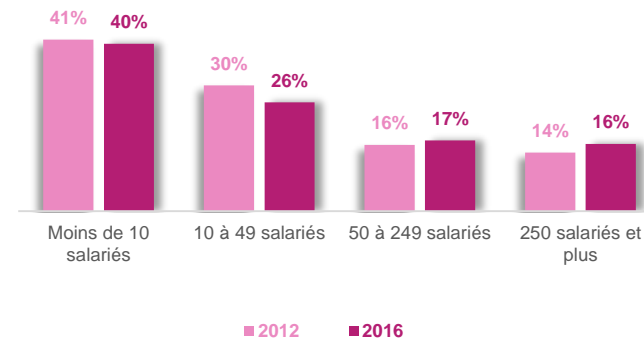
Répartition des apprentis en formation dans le secteur du commerce de gros BtoB selon la région de l'établissement employeur

Source DEPP 2016 (Direction de l'Évaluation, de la Prospective et de la Performance – ministère de l'Éducation nationale)



Répartition des apprentis par taille d'entreprise

Source DEPP 2016 et 2012



L'Île-de-France concentre le plus grand nombre d'apprentis dans le secteur du commerce de gros BtoB, avec 1 240 apprentis

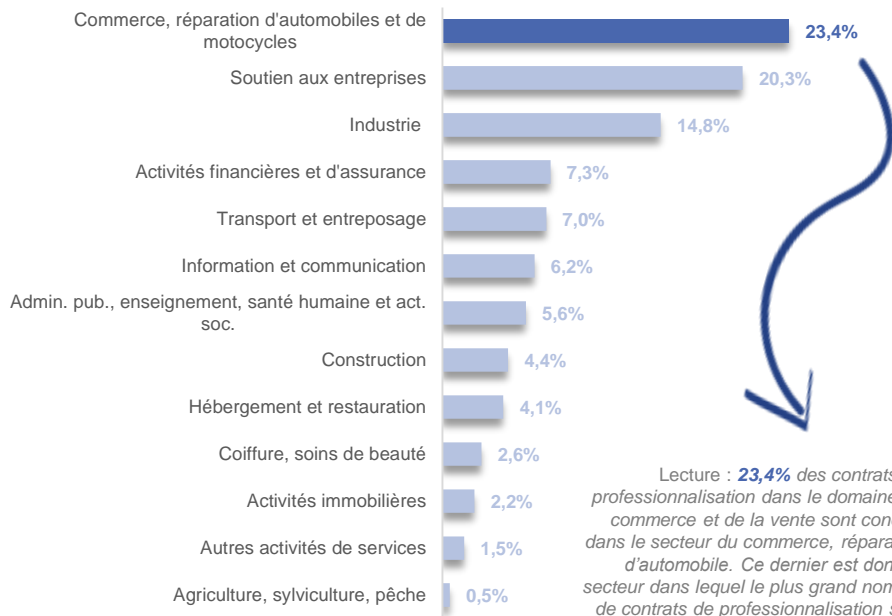
Cette répartition est d'ailleurs cohérente avec celle des effectifs salariés du secteur au plan national.

Entre 2012 et 2016, la part des apprentis travaillant dans les entreprises de 50 salariés et plus augmente, au détriment de la part des apprentis travaillant dans les entreprises de plus petite taille.

Chiffres de l'alternance

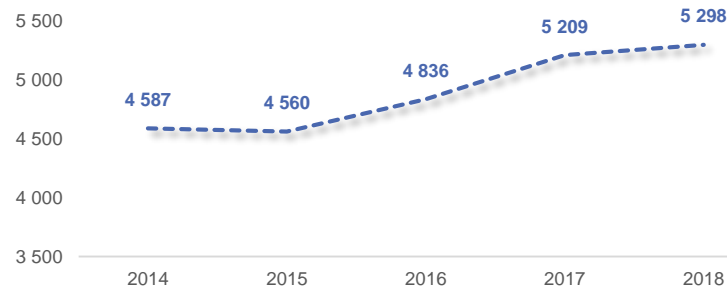
Les contrats de professionnalisation dans le commerce de gros BtoB

Répartition des contrats de professionnalisation ayant pour thème le commerce et la vente par secteur d'activité - Source DARES 2017



Lecture : **23,4%** des contrats de professionnalisation dans le domaine du commerce et de la vente sont conclus dans le secteur du commerce, réparation d'automobile. Ce dernier est donc le secteur dans lequel le plus grand nombre de contrats de professionnalisation sont conclus sur ces thématiques.

Évolution du nombre de recrutement en contrat de professionnalisation dans le secteur du commerce de gros BtoB entre 2014 et 2018 - Source Intergros 2018



Le nombre de contrats de professionnalisation augmente chaque année depuis 2015

Le nombre de contrats de professionnalisation conclus dans le commerce de gros BtoB a **progressé de 16% sur la période**.

Cette augmentation s'inscrit dans la dynamique nationale positive qui touche les contrats de professionnalisation (+18% entre 2014 et 2017).

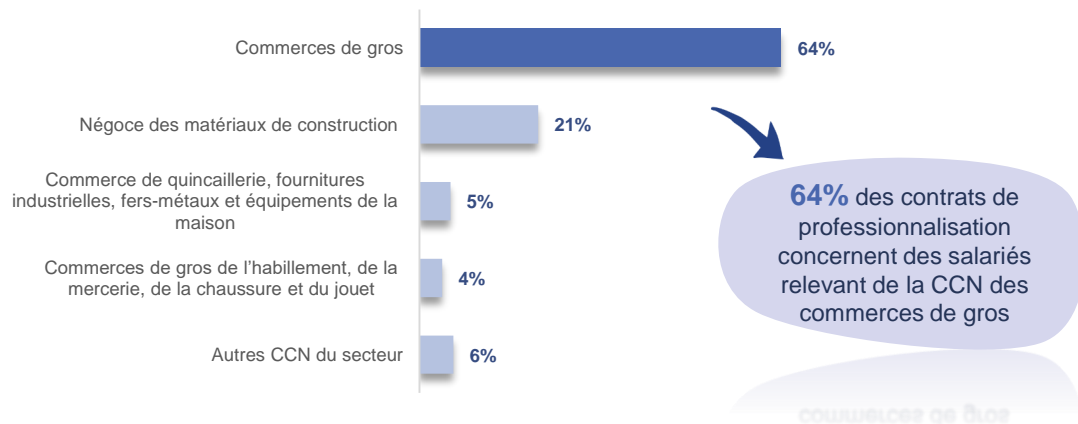
Cette tendance à la hausse connaît néanmoins un ralentissement, puisqu'après des augmentations respectives de 6% et de 7% entre les deux précédentes années, l'augmentation du nombre de contrats entre 2017 et 2018 n'est que de 1,7%.

Chiffres de l'alternance

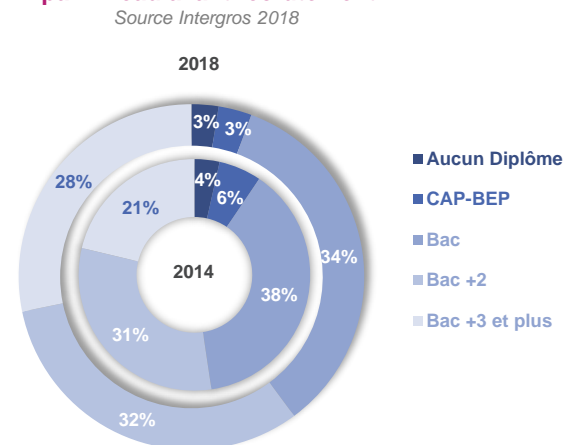
Les contrats de professionnalisation dans le commerce de gros BtoB



Répartition des contrats de professionnalisation conclus dans le commerce de gros BtoB selon la convention collective (CCN) – Source Intergros 2018



Répartition des salariés en contrat de professionnalisation par niveau avant recrutement – Source Intergros 2018



Contrats de professionnalisation : des diplômes de niveau Bac+2 et plus et des femmes plus nombreux dans la CCN des commerces de gros

Les femmes représentent près de la moitié des recrutements en contrat de professionnalisation dans le secteur du commerce de gros BtoB (43%). Cette part est supérieure à celle des femmes dans le secteur (33%), ce dispositif participe donc à sa féminisation croissante.

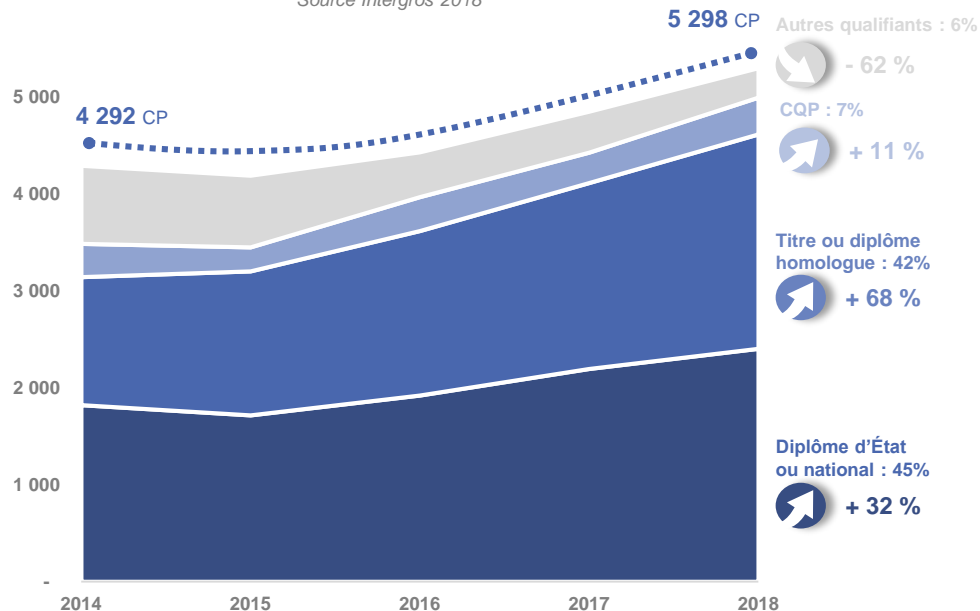
Par ailleurs, dans la CCN des commerces de gros, les diplômés de niveau Bac+2 et plus représentent une plus grande part (64%) que dans les autres CCN (53%). Au global, cette part, de 60% dans l'ensemble du secteur, augmente ces dernières années. Elle n'était en effet que de 52% en 2014.

Chiffres de l'alternance

Les contrats de professionnalisation dans le commerce de gros BtoB

Répartition des contrats de professionnalisation selon la sanction visée

Source Intergros 2018



Entre 2014 et 2018, les contrats de professionnalisation (CP) ont augmenté de 23% dans le commerce de gros BtoB

La majorité des bénéficiaires de CP visent des diplômes d'Etat ou nationaux (45%) et des titres ou diplômes homologués* (42%).

Les CQP et les autres qualifications ne représentent que 13% des sanctions visées en 2018. Si la part des CQP reste stable sur la période, celle des autres qualifications décline (de 19% en 2014 à 6% en 2018), au profit des titres qui ont connu une augmentation de 11 points pendant cette même période.

La majorité des bénéficiaires de CP qui suivent des diplômes d'Etat ou des titres (formations certifiantes seules) (87%) visent des niveaux de qualification I, II ou III

En 4 ans, la part représentée par ces niveaux de qualification est passée de 69% à 83%.

En 2018, parmi les niveaux I, II et III, plus de 9 stagiaires sur 10 ont moins de 26 ans. Parmi les stagiaires qui visent des niveaux IV et V, un quart des stagiaires a plus de 26 ans. Les niveaux de formation I à III sont également davantage à parité (en moyenne, 46% de ces formations sont suivies par des femmes), que les niveaux de formation IV et V (29% de femmes).

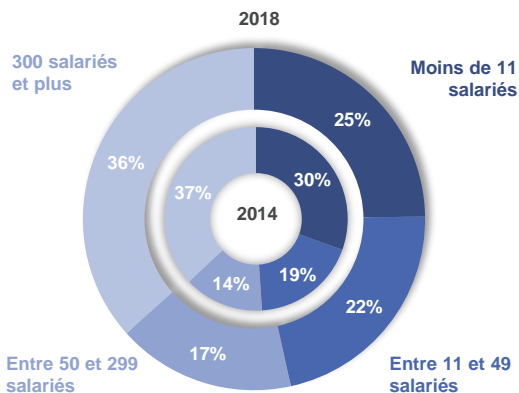
* Les titres ou diplômes homologués sont délivrés par les branches professionnelles pour attester la maîtrise de compétences liées à un métier.

Chiffres de l'alternance

Les contrats de professionnalisation dans le commerce de gros BtoB

Répartition des salariés recrutés en contrat de professionnalisation selon la taille de l'entreprise

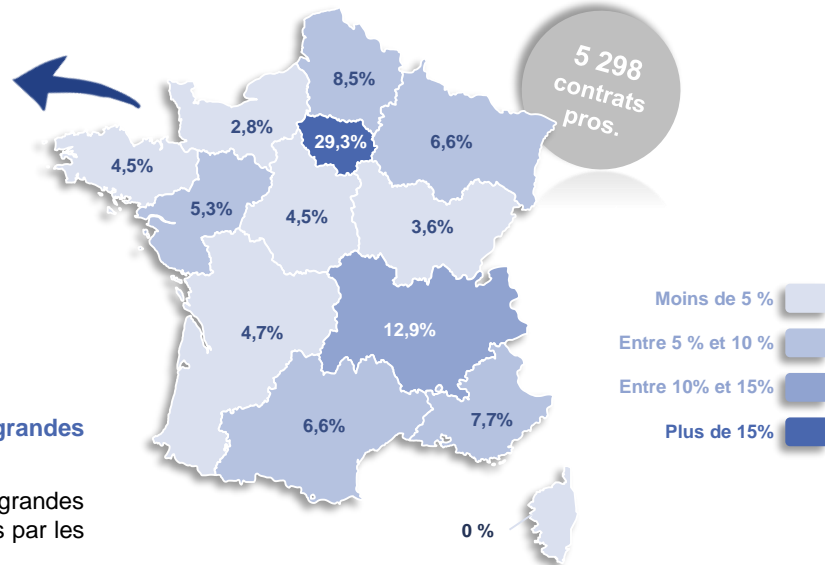
Source Intergros 2018



Dans le commerce de gros BtoB, l'île-de-France concentre le plus grand nombre de contrats de professionnalisation avec **1 552** stagiaires.

Répartition des contrats de professionnalisation en formation dans le commerce de gros BtoB selon l'implantation régionale de l'entreprise

Source Intergros 2018



Dans le commerce de gros BtoB, des alternants qui font majoritairement partie des grandes entreprises

Dans le secteur, la proportion de contrats de professionnalisation conclus par les très grandes entreprises (36% en 2018) est supérieure à celle des contrats de professionnalisation conclus par les très grandes entreprises au plan national (31% en 2017).

Chiffres de l'alternance

Les contrats de professionnalisation dans le commerce de gros BtoB

Durée moyenne des contrats

15 mois

57% des contrats durent entre 6 mois et 1 an



Profil des stagiaires

57% d'hommes (-2 points en 4 ans, contre environ 50% au niveau national)

23 ans en moyenne (contre 24 ans en 2014)

Répartition des salariés recrutés en contrat de professionnalisation selon l'âge

Source Intergros 2018

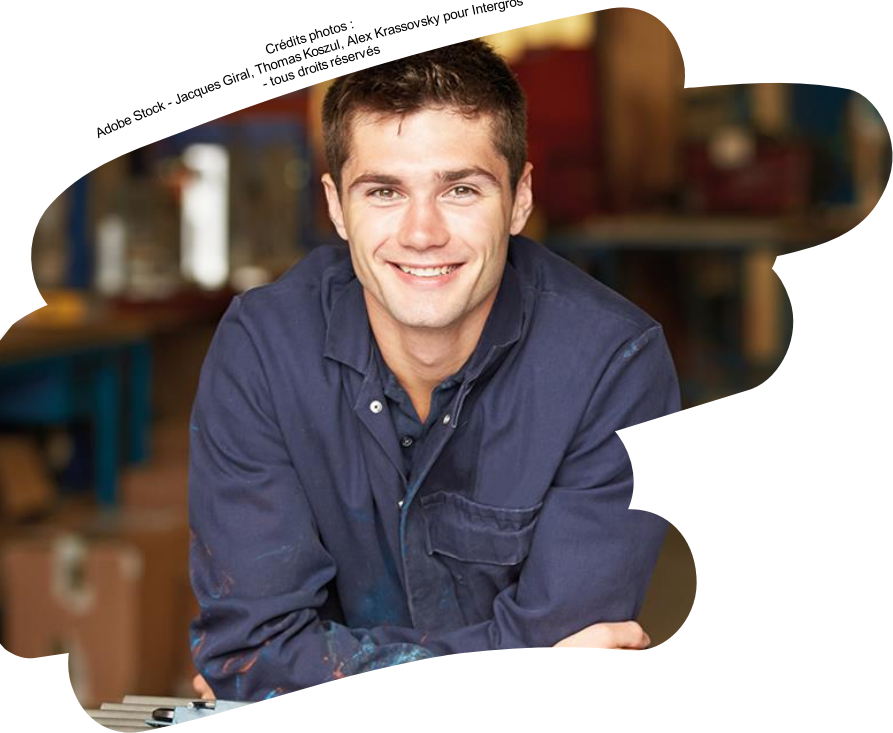


Des jeunes en contrats de professionnalisation qui rajeunissent

Entre 2014 et 2018, la part des **moins de 26 ans en contrat de professionnalisation a augmenté de 7 points**. Ils sont les premiers bénéficiaires de la hausse du nombre de contrats de professionnalisation pendant la période. Une tendance à relier avec le développement de ce type d'alternance qui se rapproche de plus en plus du contrat d'apprentissage (les contrats de professionnalisation étaient autrefois davantage mobilisés par des personnes en moyenne plus âgées que celles recrutées en contrat d'apprentissage).

Adobe Stock - Jacques Giral, Thomas Koszul, Alex Krassovsky pour Intergros
Crédits photos :
- tous droits réservés

BtoB
myjob!
By CGI
& INTERGROS



Pratiques et perception de l'alternance

EN FRANCE



Crédits photos : Adobe Stock - Jacques Giral, Thomas Koszul, Alex Krasowsky pour Intergros - tous droits réservés

Présentation des panels des sondages

Présentation des panels

Sondage destiné aux **entreprises** du commerce de gros en BtoB

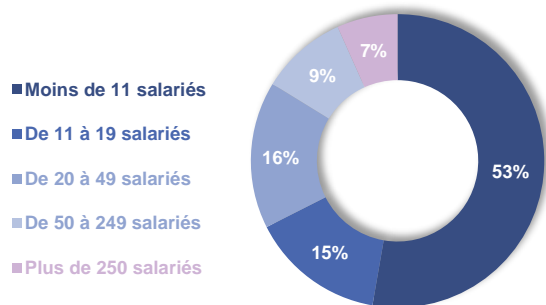
Une enquête ayant mobilisé **550 répondants**

Une forte représentation des TPE (**53%**) et des PME (**40%**)

70% des répondants travaillent dans une **entreprise des commerces de gros** (CCN n°3044)

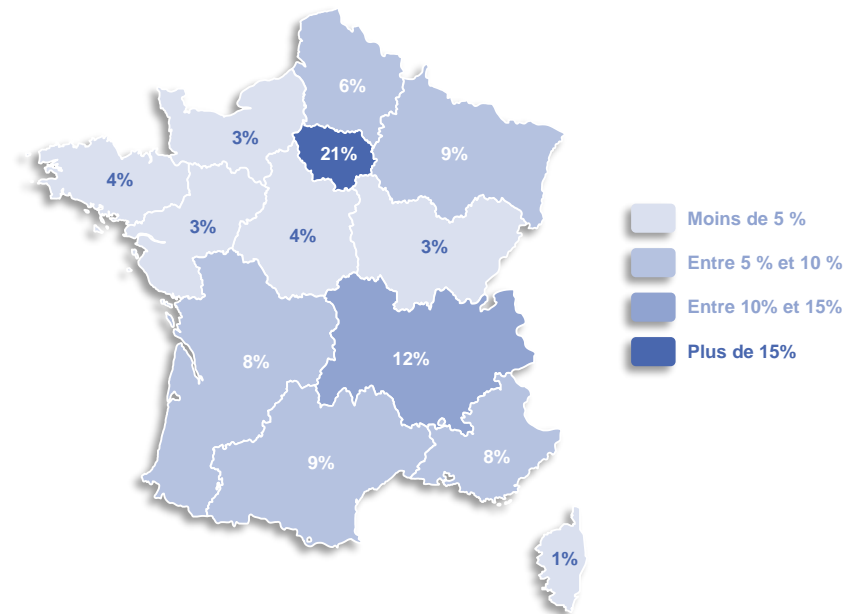
Répartition des répondants selon la taille de leur entreprise

Source KYU Lab 2018 – Sondage entreprises – 494 répondants



Répartition des répondants selon la région dans laquelle est implantée leur entreprise

Source KYU Lab 2018 – Sondage entreprises – 494 répondants



Présentation des panels

Sondage destiné aux **établissements** formant aux métiers du commerce de gros BtoB

Une enquête ayant mobilisé

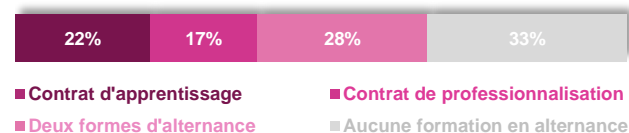
164 établissements scolaires et supérieurs formant aux métiers du commerce de gros BtoB

82% de lycées généraux, techniques ou professionnels ou de CFA

11% de grandes écoles ou d'établissements d'enseignement supérieur privé

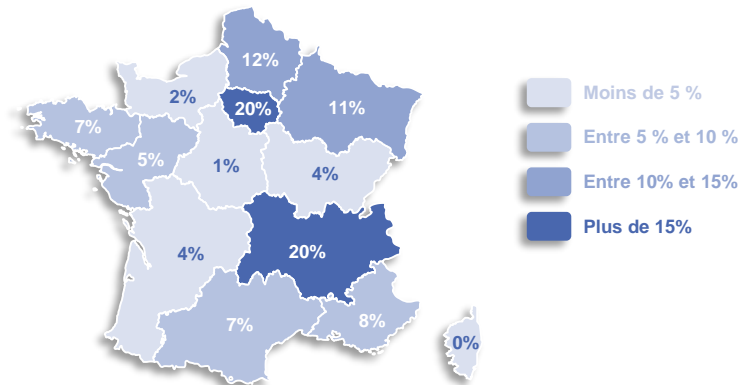
Types d'alternance proposés par les établissements

Source KYU Lab 2018 – Sondage établissements – 90 répondants



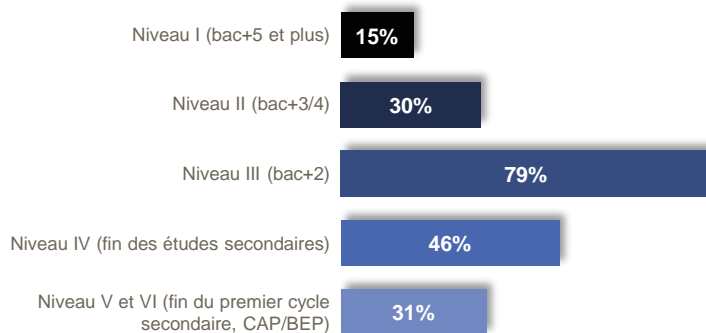
Répartition des établissements répondants par région

Source KYU Lab 2018 – Sondage établissements – 90 répondants



Niveaux de formation auxquels les établissements répondants forment

Source KYU Lab 2018 – Sondage établissements – 56 répondants



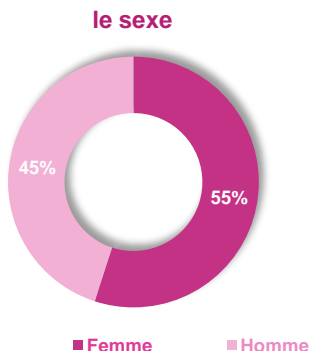
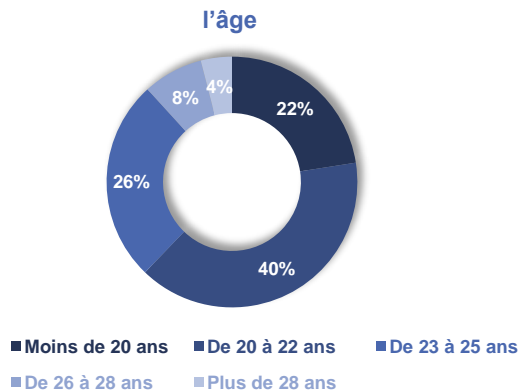
Présentation des panels

Sondage destiné aux **alternants** en formation et aux **anciens alternants** formés aux métiers du commerce de gros en BtoB

Une enquête ayant mobilisé
744 répondants

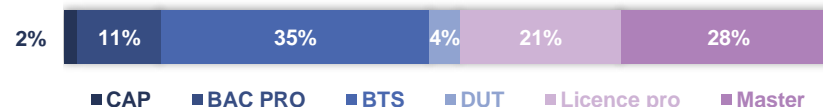
Répartition des répondants selon...

Source KYU Lab 2018 – Sondage alternants et anciens alternants – 684 répondants



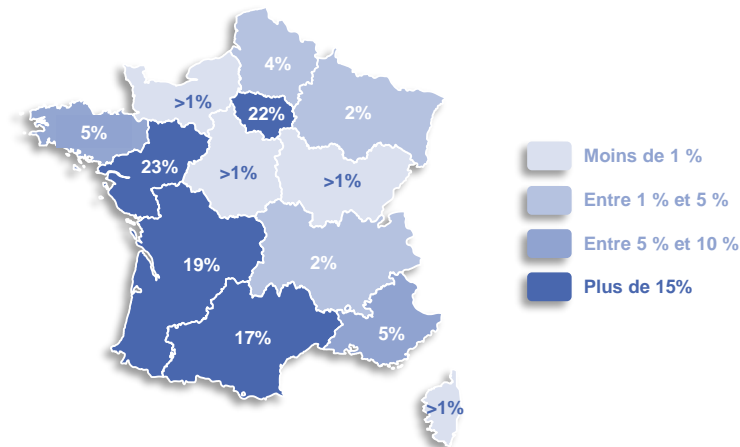
Plus haut niveau de diplôme obtenu par les répondants

Source KYU Lab 2018 – Sondage alternants et anciens alternants – 249 répondants



Répartition des répondants selon la région dans laquelle ils ont étudié

Source KYU Lab 2018 – Sondage alternants et anciens alternants – 681 répondants





Crédits photos : Adobe Stock - Jacques Giral, Thomas Koszul, Alex Krasovsky pour Intergros - tous droits réservés

Avant l'alternance

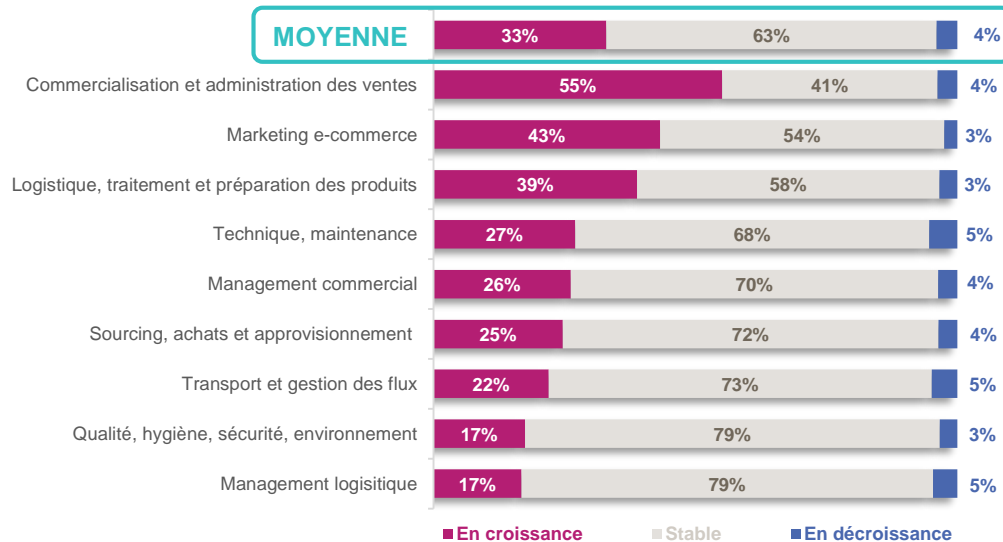
- Image de l'alternance
- Attente des entreprises et des jeunes vis-à-vis de l'alternance
- Attraits et freins de l'alternance

Avant l'alternance

Des besoins en recrutement en croissance

Perspectives d'évolution à trois ans des effectifs des familles de métiers du commerce de gros BtoB

Source KYU Lab 2018 – Sondage entreprises – 496 répondants



Note : sur chaque famille de métiers, le présent graphique ne contient que les réponses des entreprises employant des salariés de ces familles. Pour chaque famille de métiers, environ 77,7% des entreprises ont répondu. Les familles de métiers qui sont les plus représentées sont : le « *management logistique* », la « *logistique, traitement et préparation des produits* », le « *transport et la gestion des flux* », la « *technique, maintenance* » et la « *qualité, l'hygiène, la sécurité et l'environnement* ».

Un tiers des entreprises anticipent des recrutements au cours des trois prochaines années toutes fonctions confondues et 63% répondent que leurs effectifs resteront stables. Ceci augure des perspectives de croissance intéressantes pour les métiers du secteur dans les prochaines années

La taille de l'entreprise comme principale variable influençant les prévisions de recrutement

De façon globale, **ce sont les entreprises de 50 salariés et plus qui prévoient le plus de recrutements dans les trois prochaines années.** Cela provient du fait qu'elles ont un large éventail de métiers et de fortes capacités d'expansion. Par exemple, si l'on prend la famille des métiers qui a les meilleures projections de croissance dans les prochaines années (la « *commercialisation et l'administration des ventes* »), le taux de croissance anticipé par les entreprises de 50 à 250 salariés s'élève à 77%. De même, le taux de croissance anticipé pour les métiers du marketing et du e-commerce est de 48% pour les 50 salariés et plus, contre 43,2% au global.

« *Mon entreprise est jeune, donc si tout se passe bien, il y aura d'autres embauches, principalement sur le commercial.* »
- TPE, Centre-Val de Loire

Avant l'alternance

Des entreprises qui recherchent principalement des profils qualifiés, voire très qualifiés

Des profils de niveau I et II très recherchés par les entreprises (43%)

En effet, hormis pour les familles de métier « *technique, maintenance* », « *commercialisation et administration des ventes* », ainsi que « *logistique, traitement et préparation des produits* », **en moyenne plus de la moitié des profils recherchés sont des profils très qualifiés, de niveau I à II**. Ce taux atteint même 65% pour la famille de métiers « *management logistique* », qui a contrario ne recrute que 6% de profils de niveau de qualification IV et V. **Assez logiquement, les fonctions supports et de management se focalisent sur des profils très qualifiés.**

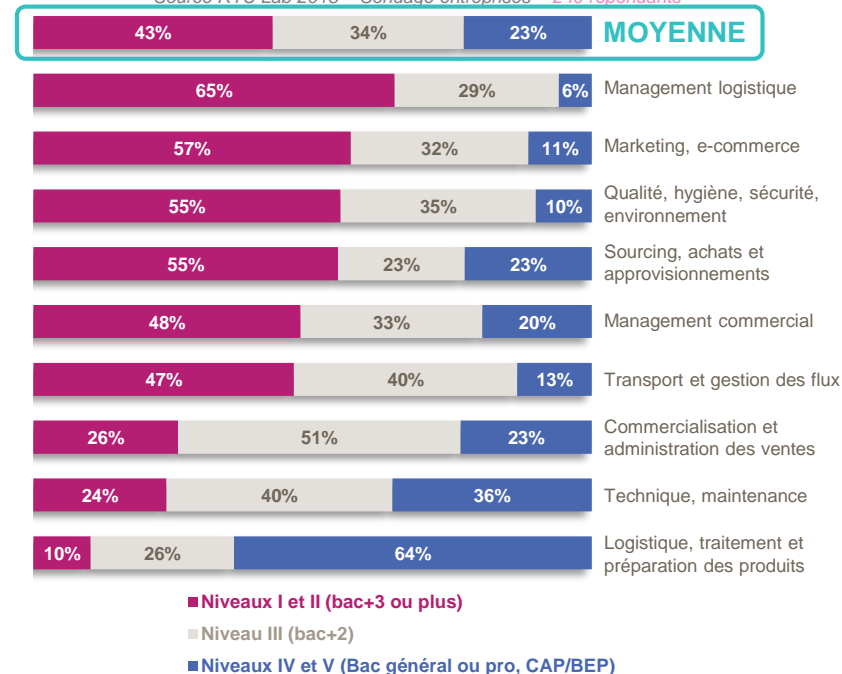
Des écarts peuvent également s'observer sur certaines fonctions, suivant la taille de l'entreprise répondante : les entreprises de 50 salariés et plus recrutent proportionnellement plus de profils de niveau I ou II pour la fonction « *marketing, e-commerce* » (72%) et de profils niveau III pour la fonction « *commercialisation et administration des ventes* » que les autres entreprises.

Pour rappel, les entreprises prévoient 55% de croissance d'effectifs dans la fonction « *commercialisation et administration des ventes* », 43% pour la fonction « *marketing, e-commerce* » et 39% pour la fonction « *logistique, traitement et préparation de produits* ». Si l'on compare ces chiffres aux niveaux de recrutement les plus fréquents de ces familles de métier, **il apparaît alors que des profils variés en matière de niveau de formation initiale sont attendus par les entreprises.**



Niveau de recrutement le plus fréquent suivant la famille de métiers concernée

Source KYU Lab 2018 – Sondage entreprises – 249 répondants



Avant l'alternance

L'alternance bénéficie d'une image positive auprès des entreprises

Image de l'alternance auprès des entreprises répondantes

Source KYU Lab 2018 – Sondage entreprises – 472 répondants



84% des entreprises ont une image positive ou très positive de l'alternance

L'alternance a une image positive, quelle que soit la taille de l'entreprise interrogée ou son activité de commerce de gros BtoB

De plus, **55% des entreprises interrogées évoquent avoir choisi l'alternance comme un moyen de pré-embauche** (ce taux monte même à 71% pour les entreprises de 50 salariés et plus) et **54% parlent d'un engagement pour la formation des jeunes**. Ce taux n'est toutefois que de 48% pour les entreprises de moins de 11 salariés (contre 61% pour les entreprises de 11 salariés et plus). D'ailleurs, pour **un tiers des entreprises**, ces deux objectifs sont liés. Ces deux motifs conjoints constituent la modalité de réponse la plus fréquemment donnée par les entreprises.

Par ailleurs, **22% des entreprises voient l'alternance comme un moyen d'apporter de nouvelles compétences en interne**.

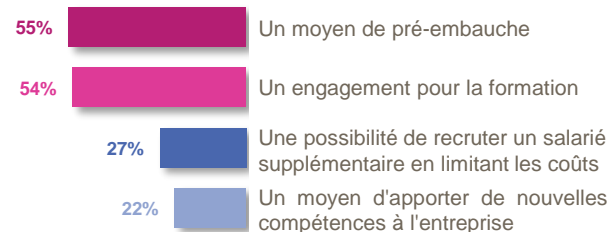
Enfin, **le coût de l'alternance n'est un critère déterminant que pour un quart des entreprises**.

« *L'alternance permet au jeune d'apprendre à la fois un métier et le fonctionnement de l'entreprise, et à l'entreprise de mesurer les capacités du jeune pour bâtir son avenir.* »
- PME, Pays de la Loire

« *L'alternance n'est pas assez développée. On a privilégié les filières post bac au détriment de l'alternance alors que ce sont des voies de formation qui permettent la transmission de l'expérience et savoir-faire.* »
- TPE, Pays de la Loire

Objectif de l'alternance selon les entreprises répondantes

Source KYU Lab 2018 – Sondage entreprises – 463 répondants



Avant l'alternance

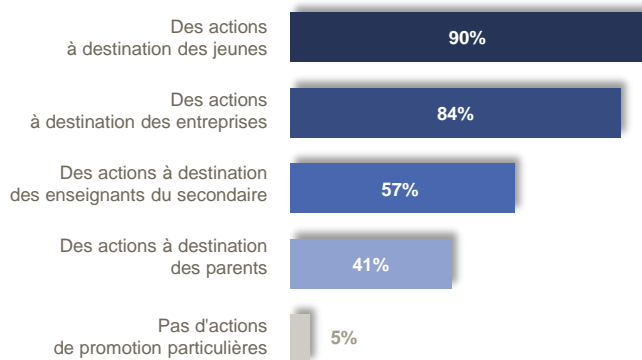
Des établissements de formation mettant en place des actions de promotion de l'alternance



Des établissements qui mettent en place
2,7 actions
de promotion de l'alternance en moyenne

Actions que les établissements déclarent mettre en place pour promouvoir l'alternance dans le secteur

Source KYU Lab 2018 – Sondage établissements – 61 répondants



« Pour attirer de nouveaux alternants, on intervient sur des salons et dans tous les établissements avoisinants pour présenter nos formations. On utilise aussi de plus en plus les réseaux sociaux et le parrainage. Et puis on organise des portes ouvertes de notre établissement, on fait des événements comme des marches ou des lotos pour attirer un maximum de personnes... »

- Lycée général, technique ou professionnel / CFA, Bourgogne-Franche-Comté

Les jeunes et les entreprises sont logiquement les publics les plus visés par les actions de promotion de l'alternance mises en place par les établissements

Les actions à destination des jeunes les plus fréquemment mises en place sont **des rencontres qui prennent la forme de participation à des salons/forums ou l'organisation de journées portes ouvertes/d'immersion** dans les établissements. Le **recours aux réseaux sociaux se développe** également, tandis que l'édition de brochures est de moins en moins fréquente.

Les établissements de formation sont en relation avec les entreprises et les acteurs de l'emploi (Pôle Emploi, missions locales, fédérations professionnelles) à travers des **salons, des échanges téléphoniques réguliers ou des job datings**.

Les actions à destination des enseignants du secondaire, ainsi que des parents sont moins fréquentes.

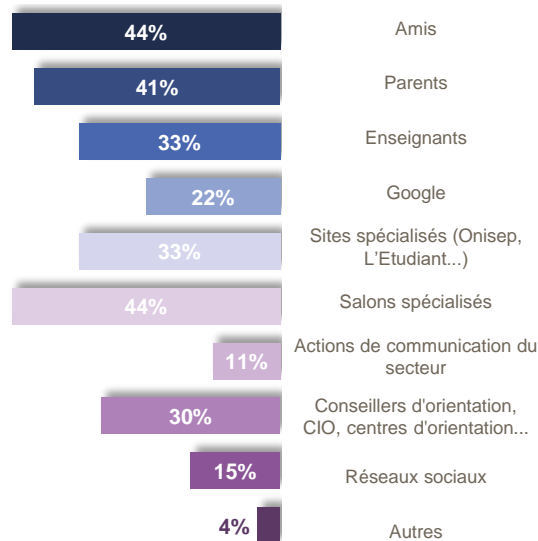
Avant l'alternance

Les proches et les enseignants, principaux prescripteurs de l'alternance pour les jeunes

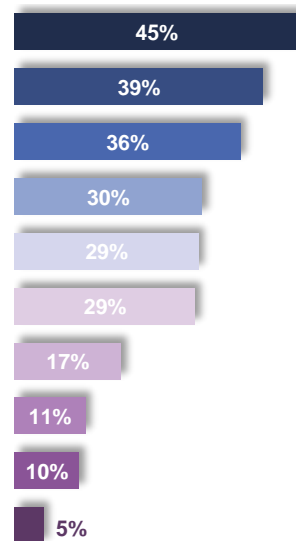
Sources d'information ayant le plus influencé les alternants et anciens alternants dans le choix de l'alternance

Source KYU Lab 2018 – Sondage alternants et anciens alternants – 240 répondants

... les alternants et anciens alternants de niveaux IV, V et VI



... les alternants et anciens alternants de niveaux I, II et III



Des alternants et anciens alternants du commerce de gros BtoB qui expliquent avoir été influencés en majorité par leurs amis (43%), leurs parents (38%) et leurs enseignants (34%)

Ce sont les personnes côtoyant les alternants et anciens alternants interrogés qui ont le plus d'influence sur eux. On remarque que **les actions pouvant émaner du secteur** (présence d'écoles sur les salons spécialisés, communications via les sites spécialisés, Google, etc.) **semblent avoir moins d'influence sur les alternants selon ces derniers**, quel que soit le plus haut niveau de diplôme obtenu. En effet, 92% des établissements interrogés expliquaient mettre en place des actions de communication à destination des jeunes.

Néanmoins, on peut supposer que ces actions de communication peuvent toutefois influencer les amis, parents et enseignants des alternants et donc **finalement se répercuter sur le choix de formation de ces derniers**.

On note également que les actions des conseillers d'orientation, CIO, centres d'orientation, BIP, SCUIOIP, etc. ont été peu mentionnées par les alternants et anciens alternants de niveaux I, II et III (11%), tout comme les salons spécialisés (29%), par rapport aux alternants et anciens alternants de niveaux IV, V et VI qui citent respectivement ces actions à 30% et 44%.

Avant l'alternance

La rémunération pendant les études, raison principale du choix de l'alternance

Les principales raisons du choix de l'alternance selon...

... les alternants et anciens alternants

Source KYU Lab 2018 – Sondage alternants et anciens alternants – 240 répondants

... les établissements de formation

Source KYU Lab 2018 – Sondage établissements – 56 répondants



88% des alternants recommandent fortement l'alternance pour se former

Note : Les textes de réponse proposés dans les deux sondages différaient, d'où les écarts de libellés sur cette page.

Avant l'alternance

Pourquoi choisir le commerce de gros BtoB ?



Une décision tournée vers l'avenir professionnel pour les alternants

Les opportunités d'emplois qu'offre le secteur sont le premier critère indiqué par les alternants, les perspectives d'évolution professionnelles arrivent en 4^e place, et la rémunération en 5^e place.

Une différence de perception sur l'attrait du secteur entre les alternants et les établissements

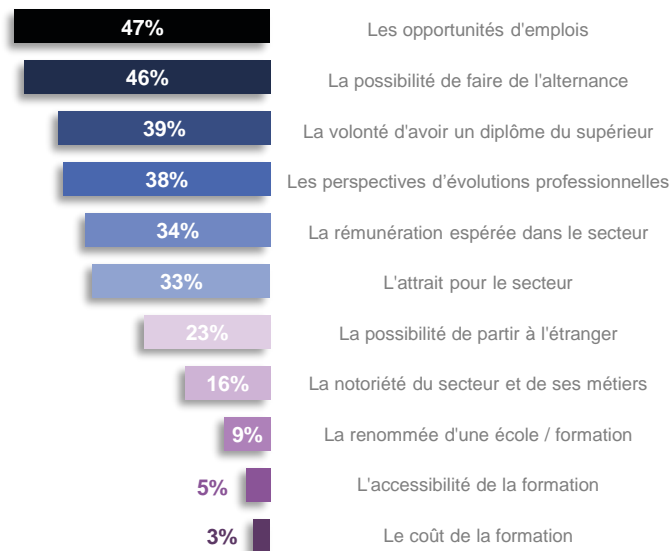
L'attrait pour le secteur et sa notoriété n'arrivent pas en tête des critères de décision mis en avant par les alternants, même si **un tiers d'entre eux se disent attirés par le secteur** et **16% citent la notoriété du secteur** dans leur choix.

Au contraire, les établissements ont placé ces deux critères en dernière et avant-dernière place (13% et 5%). Ces **derniers mettent en avant leur formation et sa renommée (64%)**, la **possibilité d'avoir recours à l'alternance (86%)** et les **opportunités d'emplois qu'ils offrent (73%)**.

Les principales raisons du choix du commerce de gros BtoB selon...

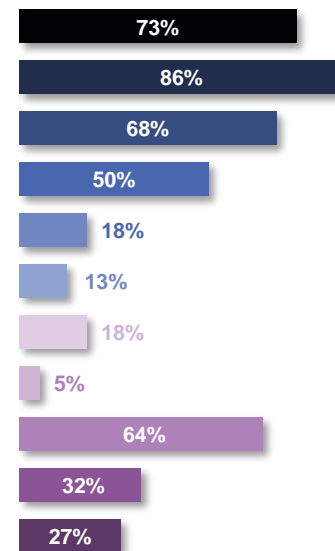
... les alternants et anciens alternants

Source KYU Lab 2018 – Sondage alternants et anciens alternants
222 répondants



... les établissements de formation

Source KYU Lab 2018 – Sondage établissements
56 répondants



Note de lecture : 47% des alternants et 73% des établissements qui ont répondu au sondage ont indiqué que « les opportunités d'emploi » étaient un critère décisif dans le choix des jeunes qui se tournent vers la filière du commerce de gros BtoB

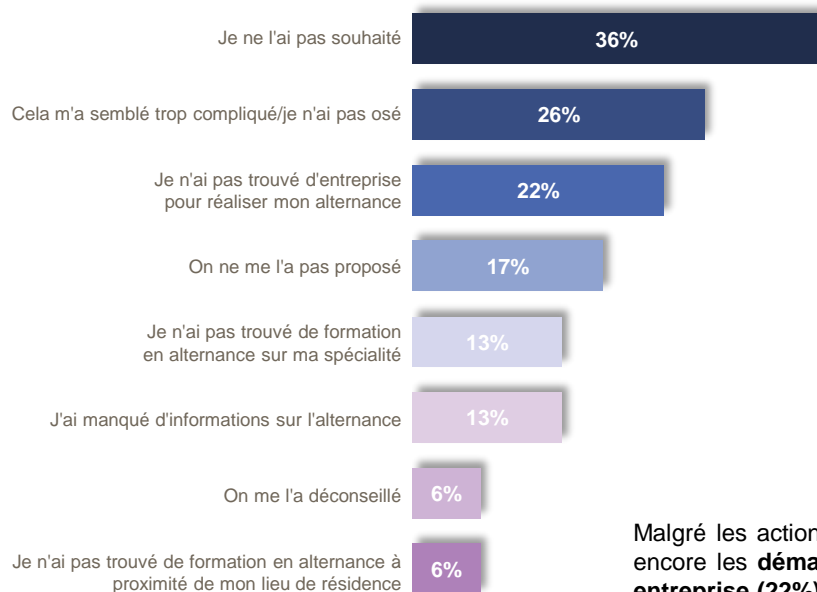
Avant l'alternance

Les principaux freins à l'alternance selon les élèves/étudiants et les entreprises



Les principales raisons pour lesquelles les élèves/étudiants n'ont pas choisi l'alternance pour suivre une formation pouvant mener au commerce de gros BtoB

Source KYU Lab 2018 – Sondage alternants et anciens alternants – 165 répondants



Les principaux freins de l'alternance selon les entreprises

Source KYU Lab 2018 – Sondage entreprises – 413 répondants

- 1 Les rythmes entreprise - école proposés (38%)**

« Le rythme ne permet pas toujours de confier des dossiers à l'alternant. »
- PME, Pays de la Loire
- 2 La capacité d'encadrement de l'entreprise (36%)**

« L'encadrement et la formation de l'alternant nécessitent beaucoup d'investissements de la part de l'entreprise. »
- TPE, Ile-de-France
- 3 Le coût de l'alternance (34%)**

« Des coûts élevés pour une rentabilité faible. »
- TPE, Centre-Val de Loire

« Contrat de professionnalisation trop cher par rapport à l'apprentissage. »
- PME, Occitanie

Malgré les actions mises en place par les établissements, un certain nombre d'élèves/étudiants trouvent encore les **démarches de l'alternance trop compliquées (26%)** et **ont des difficultés à trouver une entreprise (22%)**... Pour les entreprises, ce sont plutôt les rythmes d'alternance qui ne conviennent pas et qui freinent le recours à ce type de contrats.

Avant l'alternance

Les freins à l'alternance dans le commerce de gros BtoB, différents selon les établissements et leurs élèves, ne sont pas insurmontables

Les principaux freins de l'alternance dans le commerce de gros BtoB selon...

... les établissements de formation

Source KYU Lab 2018 – Sondage établissements – 54 répondants



... les élèves/étudiants et anciens élèves/étudiants

Source KYU Lab 2018 – Sondage alternants et anciens alternants – 209 répondants



À nouveau, il est intéressant de noter que les élèves et anciens élèves citent souvent la difficulté à trouver un emploi/une entreprise comme un frein dans leur alternance, tandis que les établissements, qui offrent d'ailleurs souvent des aides à leurs élèves pour trouver un emploi, ne le citent pas.



Crédits photos : Adobe Stock - Jacques Giral, Thomas Koszul, Alex Krasovskiy pour Intergros - tous droits réservés

Pendant l'alternance

- Accompagnement des alternants par leur établissement au cours de leur formation
- Satisfaction des alternants et des entreprises vis-à-vis de l'alternance

Pendant l'alternance

Des établissements qui proposent différentes actions d'accompagnement pour leurs alternants



« Nous avons recruté une chargée de développement de l'apprentissage assurant l'accompagnement des candidats pour trouver une entreprise (coaching, TRE, mise en relation avec des entreprises, utilisation d'outils de définition de profils pour apprécier les points forts en partenariat avec une association spécialisée dans l'insertion).
- Autre établissement de formation, Île-de-France »

Des établissements de formation qui se déclarent très engagés dans l'accompagnement de leurs alternants au cours de leur cursus en alternance.

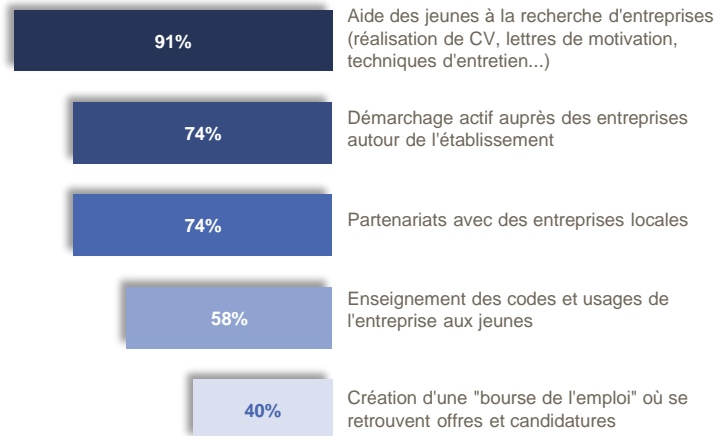
Tous les établissements déclarent proposer un accompagnement des alternants dans la recherche d'une entreprise d'accueil pour leur alternance.

L'accompagnement de jeunes dans leurs démarches de recherche d'entreprises (ateliers, rendez-vous de suivi...), la création de postes de chargés de relation école-entreprise et le maintien de liens/réseaux avec les entreprises sont parmi les actions que les établissements déclarent le plus fréquemment mettre en place.

Des établissements qui mettent en place
3,5 actions d'accompagnement
en moyenne

Actions d'accompagnement que les établissements mettent en place pour aider leurs alternants à trouver une entreprise

Source KYU Lab 2018 – Sondage établissements – 53 répondants



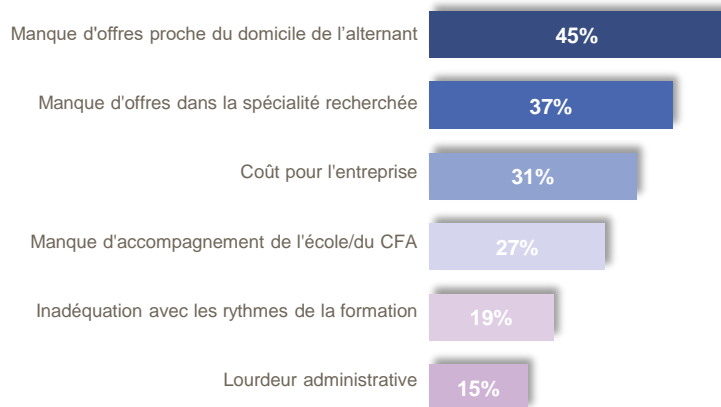
Pendant l'alternance

La moitié des alternants ne rencontrent pas de difficultés à trouver une entreprise

47% des alternants ou anciens alternants n'ont pas rencontré de difficultés à trouver une alternance

Difficultés rencontrées par les alternants et anciens alternants dans leur recherche d'entreprise

Source KYU Lab 2018 – Sondage alternants et anciens alternants – 231 répondants



Les alternants qui ont eu des difficultés à trouver une entreprise citent le manque d'offres près de chez eux (45%) ou dans leur spécialité (37%) comme principaux freins dans leur recherche

Suivent le coût pour l'entreprise, qui est cité dans un tiers des cas et le manque d'accompagnement par l'école dans la démarche de recherche d'entreprise. En effet, **27% des alternants et anciens alternants estiment ne pas avoir été assez accompagnés par leur école/CFA**, ce qui est à mettre en perspective avec les déclarations de ces derniers qui expliquent mettre en place de nombreuses actions de communication, notamment pour accompagner leurs élèves/étudiants dans la recherche d'une alternance (voir page précédente).

« *Peu d'entreprises ont une structure pouvant accueillir un alternant, ça demande quand même du temps et de l'argent. Et puis les PME ou TPE sont très peu demandeuses ou preneuses de ce genre de profils, car leurs structures ne sont pas adaptées.*

- Ancien alternant en BTS, Occitanie ↘

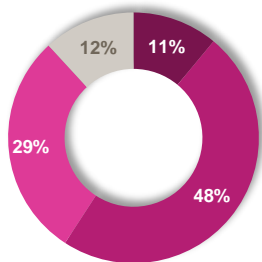
Pendant l'alternance

Des relations écoles-entreprises majoritairement trimestrielles

Fréquence des contacts entreprises-écoles,

...selon les entreprises

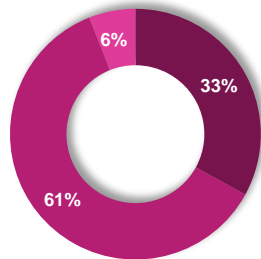
Source KYU Lab 2018 – Sondage entreprises
245 répondants



■ Mensuellement ■ Trimestriellement ■ Annuellement ■ Jamais

...selon les établissements de formation

Source KYU Lab 2018 – Sondage établissements
51 répondants



« Je suis moi-même issu d'une formation en alternance. J'en ai un souvenir très positif et pour moi, cela provient d'une part du fait que j'étais un élève attentif et surtout de l'implication de mon tuteur. Il m'a appris beaucoup de choses ! Mais si un seul des deux s'investit, alors c'est voué à l'échec... »
- TPE, Nouvelle-Aquitaine

Un décalage entre les déclarations des entreprises et des écoles, quand elles s'expriment sur la fréquence de leurs relations dans le cadre de l'alternance

La majorité des entreprises, quelle que soit leur taille ou leur spécialité de commerce ont, selon elles, **des contacts trimestriels (48%) ou annuels (30%) avec l'école de leur alternant**. Au final, c'est une **petite partie des entreprises qui déclare avoir des rapports mensuels avec l'école de leur alternant**.

Au contraire, **les établissements de formation déclarent avoir des contacts plus réguliers avec les entreprises de leurs alternants**. Pour un tiers d'entre eux, ils sont mensuels et pour 61% ils sont trimestriels.

Enfin, **tous les établissements déclarent avoir au moins un échange annuel** avec les entreprises qui accueillent des alternants, alors que **12% d'entre elles déclarent ne jamais entrer en contact avec les établissements de leur(s) alternant(s)**.

Le lien téléphonique et la visite d'entreprise comme lien privilégié

Les modalités de contacts que les établissements déclarent mettre en place sont en général les **visites en entreprise** et les **contacts téléphoniques** (en début d'alternance pour créer du lien, puis au besoin).

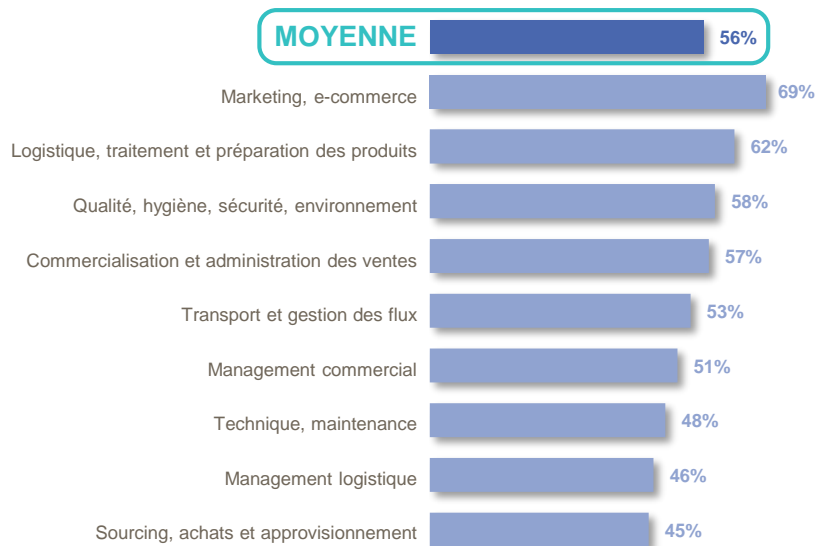
Pendant l'alternance

56% des entreprises satisfaites de la qualité et de la quantité des formations



Taux de satisfaction des entreprises vis-à-vis des formations initiales de leurs alternants en matière de contenu et de quantité

Source KYU Lab 2018 – Sondage entreprise – 262 répondants



74% des entreprises du commerce de gros BtoB déclarent préférer les formations initiales spécialisées plutôt que généralistes.

Des formations qui sont parfois insuffisantes en nombre

Selon quasiment la moitié des entreprises (43%), **les formations « management logistique » et « technique, maintenance » sont déclarées trop insuffisantes en nombre**, suivies de très près par les formations « *sourcing, achats et approvisionnement* », puis les formations « *QHSE* » et « *transport et gestion des flux* » (2 entreprises sur 5 les trouvant trop rares).

Les formations en « sourcing, achats et approvisionnement » ont été pointées du doigt par 37% des entreprises pour leurs contenus inadaptés à la pratique professionnelle (des formats plus récents qui s'ajustent encore).

Viennent ensuite les formations suivantes :

- Management commercial (34%)
- Technique, maintenance (33%)
- Commercialisation et administration des ventes (31%)
- Transport et gestion des flux (30%)
- Management logistique (29%)

Pendant l'alternance

Des alternants globalement satisfaits de leurs formations

Niveau d'adéquation entre les formations initiales des alternants et leur métier

Source KYU Lab 2018 – Sondage alternants et anciens alternants – 112 répondants



De leur côté, selon 96% des anciens alternants, le métier qu'ils exercent correspond au moins partiellement aux objectifs de leur formation

L'ensemble des répondants qui ont déclaré ne pas exercer un métier ayant un rapport avec leurs études est issu de filières commerciales (« commercialisation et administration des ventes » ou « management commercial »).

Un niveau de pertinence des formations élevé en moyenne

Avec une note moyenne de 4,6 sur 6 quant à la pertinence des formations pour les préparer à leur métier, on peut considérer que **les alternants sont satisfaits du contenu des formations qu'ils ont suivi.**

Il existe cependant des écarts entre les familles de formation. Les formations liées au commerce et à la vente, qui sont les plus nombreuses, se situent quant à elles dans la moyenne.

Niveau moyen de pertinence des formations selon les alternants

Source KYU Lab 2018 – Sondage alternants et anciens alternants – 112 répondants



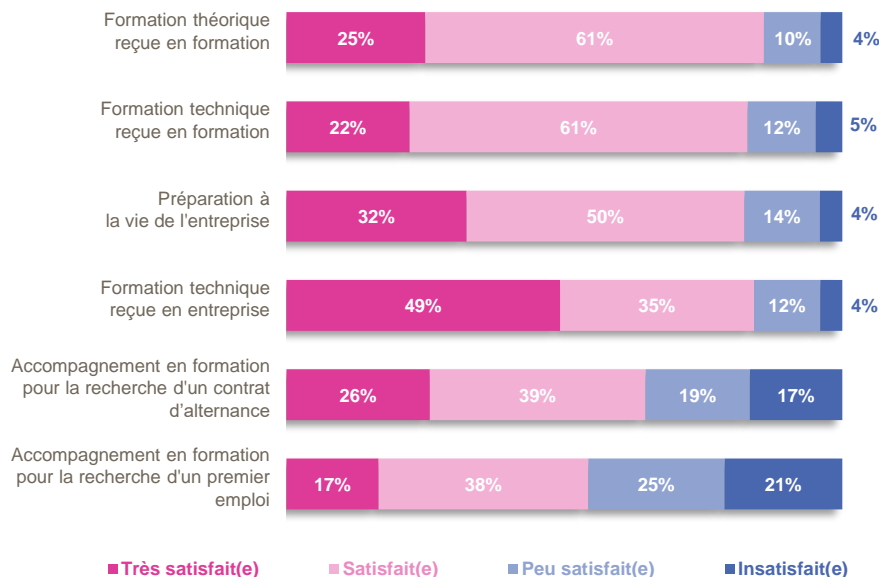
Pendant l'alternance

Des formations pertinentes sur le plan théorique, mais qui peinent à accompagner les alternants dans leurs recherches de stages et d'emploi



Niveau de satisfaction des alternants vis-à-vis de leur formation initiale

Source KYU Lab 2018 – Sondage alternants et anciens alternants – 256 répondants (chiffres prenant en compte uniquement les répondants « concernés »)



Des alternants globalement satisfaits de leurs formations

Avec respectivement 86% et 82% de taux de satisfaction, **les formations menant aux métiers du commerce de gros BtoB autant théoriques que techniques sont plébiscitées par les alternants**. De plus, presque la moitié (**48%**) des alternants ont été ou sont très satisfaits de la formation technique reçue en entreprise. Sur ce point, le niveau de satisfaction des alternants est moitié moindre quand il s'agit de la formation technique reçue en formation.

Concernant l'accompagnement fourni par les établissements, les résultats sont moins bons, ce qui illustre à nouveau **le décalage entre ce que les établissements expliquent mettre en place en matière d'accompagnement et ce que les alternants jugent recevoir ou attendre**.

Des différences entre les domaines de formation

Les familles de métiers suivantes ont enregistré **plus de 93% de taux de satisfaction** en moyenne pour leur formation autant théorique que technique : « *technique, maintenance* » et « *marketing, e-commerce* ».

Enfin, **les formations de type QHSE sont celles dont les alternants sont les plus satisfaits concernant leur accompagnement pour la recherche d'entreprise**, que ce soit d'une alternance ou d'un premier emploi.

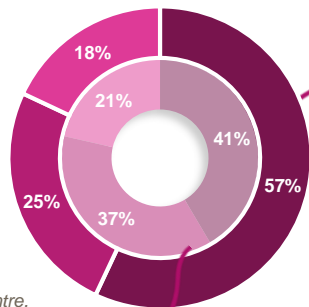
Pendant l'alternance

Les ruptures de contrats : des causes qui alternent entre orientation et motivation

Selon les entreprises, lorsqu'il y a rupture de contrat, la décision provient de l'alternant dans plus de 2 tiers des cas.

Niveau où les ruptures de contrats sont les plus fréquentes selon les entreprises

Source KYU Lab 2018 – Sondage entreprises – 146 répondants



Lecture : 57% des entreprises du commerce de gros BtoB ont déclaré que les ruptures de contrats étaient plus fréquentes avec les alternants de niveau I à III. Celles-ci sont plus fréquentes que dans les autres niveaux d'étude.

Lecture : au centre, répartition globale des alternants par niveau

- Niveau I à III
- Niveau IV (BAC pro, BP, BT...)
- Niveau V et VI (fin du premier cycle secondaire, CAP/BEP)

Dans la grande majorité des cas lorsque l'alternant est à l'initiative de la rupture du contrat, la cause donnée par les entreprises est un problème d'orientation :

« Notre alternant a pris conscience que son choix de parcours n'était pas le bon. »
- TPE, Nouvelle-Aquitaine

Lorsque l'entreprise est à l'origine de la rupture du contrat, la cause principale avancée est le comportement de l'alternant (motivation et/ou maturité). Viennent ensuite les problèmes d'adéquation entre la formation de l'alternant et le travail qui lui est demandé :

« Sur l'alternance en général, quelques problèmes de comportements / savoir-être donnant lieu à rupture de la part de l'employeur. Nécessité d'inclure des règles de base de vie en entreprise dans les programmes... »
- PME, Hauts-de-France

Il existe également des cas où la rupture est expliquée par une mauvaise gestion des alternants :

« Parfois, les conditions de travail et de management sont mauvaises. L'alternant est trop souvent pris pour un simple salarié et non un étudiant. »
- PME, Île-de-France/Hauts-de-France



Crédits photos : Adobe Stock - Jacques Giral, Thomas Koszul, Alex Krasovsky pour Intergros - tous droits réservés

Après l'alternance

- Avantages et freins constatés à l'alternance
- Insertion professionnelle des jeunes
- Évolution probable des formations
- Axes d'amélioration proposés

Après l'alternance

L'alternance, un moyen de recruter et d'innover pour les entreprises

Les principaux avantages de l'alternance selon les entreprises du secteur du commerce de gros BtoB

Source KYU Lab 2018 – Sondage entreprises – 445 répondants

Le choix de l'alternance par les entreprises permet d'obtenir une main-d'œuvre qualifiée et spécialisée

Identifiée comme un moyen de recrutement intéressant, l'alternance est également l'occasion pour l'entreprise de « forger » un salarié qui connaît l'ensemble de la chaîne de valeur de l'entreprise et ses besoins.

Une stimulation de l'innovation

84% des entreprises ont une image positive ou très positive de l'alternance

« Cela permet de capturer de nouvelles méthodes (acquises et mises en pratique par l'alternant) pour que l'entreprise ne se repose pas sur ses habitudes. »
- PME, ARA

30%

Une main-d'œuvre à moindre coût

« L'alternant vient en renfort, en complément, a besoin d'être encadré et de recevoir de la formation complémentaire en entreprise. Si la personne convient pour le poste, c'est un bon investissement. »
- PME, NA

33%



Un apprentissage des spécificités du métier

« C'est pour nous un bon moyen de former nos jeunes aux spécificités de notre métier et leur apporter une bonne base pour débiter un CDI. »
- GE, ARA

« L'alternance permet de former la personne à nos besoins tout en lui assurant un diplôme. »
- PME, IdF

53%



Un bon moyen de recrutement

« L'alternance permet à l'entreprise et à l'alternant de se tester sur une période longue. »
- TPE, Nouvelle-Aquitaine

« Comme nous sommes sur un marché de l'emploi très tendu, c'est pour nous le seul moyen que nous avons pour embaucher. »
- PME, Grand Est

« Possibilité de se constituer un vivier avec embauche à l'issue du contrat d'alternance »
- GE, Pays de la Loire

74%



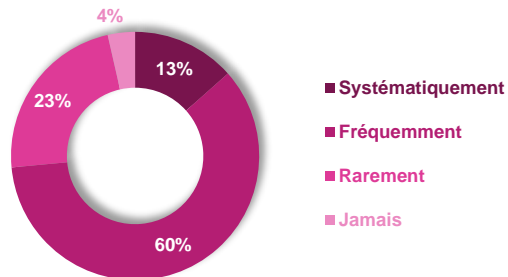
Note: Les répondants avaient la possibilité de choisir plusieurs réponses (jusqu'à 3)

Après l'alternance

De bons taux d'insertion professionnelle après une formation en alternance

Fréquence des propositions d'embauche à la suite d'une période d'alternance

Source KYU Lab 2018 – Sondage entreprises – 483 répondants



57 % des entreprises ont recruté des alternants au cours des trois dernières années (et parmi ces entreprises, elles sont 58% à en avoir recruté plus d'un)

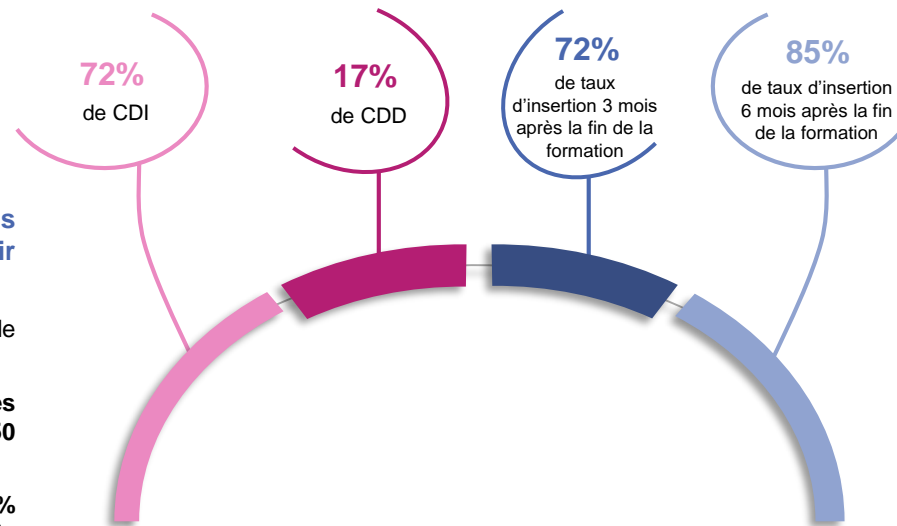
Plus de la moitié (57%) des recrutements des alternants concernent des fonctions de « commercialisation et administration des ventes » et « marketing et e-commerce ».

Les propositions d'embauches systématiques ne concernent que les entreprises qui ont moins de 50 salariés. Cependant, 88% des entreprises de plus de 50 salariés proposent fréquemment un contrat à l'alternant.

Du côté des établissements, ces derniers expliquent qu'en moyenne entre 70 et 80% de leurs effectifs sont insérés sur le marché du travail 6 mois après la fin de leurs études. Le chiffre ne varie pas, quel que soit le niveau d'étude concerné.

Premier contrat obtenu à la fin des études et taux d'insertion des anciens alternants

Source KYU Lab 2018 – Sondage alternants et anciens alternants – 112 répondants



Après l'alternance

Des établissements qui anticipent une hausse de leurs effectifs, voire l'ouverture de nouvelles classes



Selon les 50 établissements répondants, **75%** de leurs classes menant à des diplômes de niveau I, II ou III sont remplies à plus de 70%, dont 28% de classes remplies à 100%. Pour les diplômes de niveau IV, V et VI, ce taux est de **70%**, dont 25% de classes remplies à 100%.

71% des établissements interrogés comptent ouvrir de nouvelles formations en alternance dans les deux prochaines années

Des établissements qui prévoient une croissance de leurs effectifs, portée par l'alternance

51% des établissements estiment que leurs promotions vont augmenter d'ici 2 ans (63% lorsqu'il ne s'agit que de cursus qui mènent à des diplômes de niveau I, II et III). Les plus fortes baisses d'effectifs attendues concernent les cursus menant à des diplômes de niveau IV, V et VI.

En conséquence, près des trois quarts des établissements comptent ouvrir de nouvelles formations en alternance dans les deux prochaines années

Ce taux monte même à 84% pour les établissements qui proposent déjà des formations en alternance. D'ailleurs, **un établissement déjà engagé dans la démarche de mise en place d'un ou plusieurs cursus en alternance sera plus enclin à continuer ses efforts en ce sens** : en effet, seuls 50% des établissements qui ne proposent pas encore de cursus en alternance pensent en développer dans les deux prochaines années.

Différents profils d'établissements et comportements vis-à-vis de l'alternance :

1

L'établissement qui ne propose pas de cursus en alternance, mais qui est en cours de réflexion sur le sujet

Pourquoi ? Un type de cursus qui favorise l'insertion professionnelle
Un « prérequis » dans le futur (réforme de la formation professionnelle)

2

L'établissement qui propose des cursus en alternance, mais qui ne souhaite pas ouvrir de nouvelles classes

Pourquoi ? Une attente de consolidation du nombre d'effectifs/classe
Une trésorerie pour l'instant insuffisante

3

L'établissement qui ne propose pas de cursus en alternance et qui ne souhaite en proposer dans le futur

Pourquoi ? Une absence de demande élèves/étudiants et entreprises à ce sujet
Un manque de place
La concurrence d'établissements proches en proposant déjà



L'alternance permet une meilleure maîtrise des compétences, facilite l'insertion professionnelle des jeunes qui disposent ainsi d'un diplôme et d'une vraie expérience. Elle correspond aux attentes de notre public qui a souvent besoin d'une rémunération pour poursuivre leurs études ou une certaine fatigue de l'école. Elle répond aussi à des attentes de nos entreprises partenaires. ➤

- Lycée général, technique ou professionnel / CFA, Auvergne-Rhône-Alpes

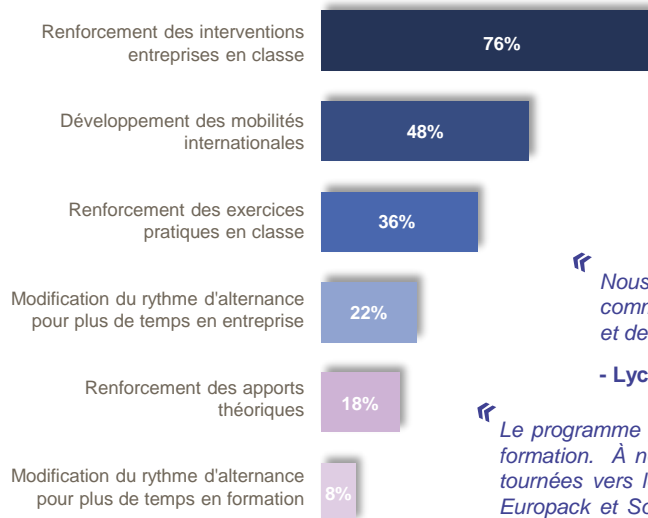
Après l'alternance

Vers un renforcement des aspects professionnalisant des formations en commerce de gros BtoB



Dans les deux prochaines années, comment l'établissement pense-t-il faire évoluer ses cursus en alternance ?

Source KYU Lab 2018 – Sondage établissements – 50 répondants



Des établissements qui cherchent à développer les aspects professionnalisants de leurs formations

Ce sont les **interventions d'entreprises en classe** et le **renforcement des exercices pratiques** qui sont les plus plébiscités par les établissements (respectivement 76% et 36%), avec la **mobilité internationale des alternants** (48%). Notons que les deux premiers sujets sont cités comme des axes d'amélioration souhaités par les entreprises.

L'utilisation du numérique, notamment pour que les alternants puissent suivre des cours à distance lorsqu'ils sont en entreprise, revient aussi régulièrement dans les commentaires des établissements.



L'idée est de travailler sur des compétences et moins des savoirs en renforçant les exercices pratiques et la présence de l'entreprise au sein de nos dispositifs de formation. ➤

- Lycée général, technique ou professionnel / CFA, Auvergne-Rhône-Alpes



Nous avons pour ambition de systématiser l'utilisation du numérique au service de la fonction commerciale (préparer le commercial 4.0), d'intégrer la formation à distance dans les cursus de nos formations afin d'optimiser le temps en entreprise, et de consolider à la fois l'accompagnement personnalisé et les valeurs humaines transmises par notre CFA. ➤

- Lycée général, technique ou professionnel / CFA, Pays de la Loire



Le programme pédagogique est national, nous n'avons donc pas beaucoup d'actions possibles en interne sur le contenu même de la formation. À notre niveau nous cherchons à développer le plus possible des partenariats avec l'étranger. Nous menons des actions tournées vers les entreprises : visites de sites professionnels (PSA Sochaux et Vesoul, U logistique, Parisot ...) et de salons (SITL, Europack et Solutrans...). Enfin nous organisons chaque année des simulations d'entretiens d'embauche à partir d'annonces réelles avec des intervenants professionnels. ➤

- IUT, Bourgogne-Franche-Comté

Après l'alternance

Axes d'amélioration proposés par les entreprises et les alternants/anciens alternants

Top 3 des axes d'amélioration de l'alternance selon...

... les entreprises

Source KYU Lab 2018 – Sondage entreprises – 417 répondants

50% - Baisser le coût des contrats d'alternance

44% - Simplifier les démarches administratives

40% - Mieux préparer les alternants à la vie de l'entreprise

... les élèves/étudiants et anciens élèves/étudiants

Source KYU Lab 2018 – Sondage alternants et anciens alternants – 222 répondants

Mieux valoriser l'alternance sur le marché du travail - 79%

Augmenter les salaires - 54%

Proposer plus de spécialités de formation – 41%

Top 3 des sujets à améliorer dans les formations en alternance selon les entreprises

Source KYU Lab 2018 – Sondage entreprises - 411 répondants



Propositions des alternants

« Il faut valoriser l'image de l'alternance, déjà pas assez valorisée par le marché du travail, mais encore moins auprès des élèves et de leur entourage, dès le collège. »
- Ancien alternant

« Permettre aux petites entreprises de pouvoir engager des alternants, car malheureusement à moins d'aller dans les grandes villes et d'être dans une grande entreprise, il est compliqué de trouver une entreprise qui ait les moyens de prendre un alternant. »
- Alternant

« Mieux informer les entreprises sur les avantages de l'alternance et réduire leurs charges afin de faciliter la venue d'un jeune. »
- Alternant

Adobe Stock - Jacques Giral, Thomas Koszul, Alex Krassovsky pour Intergros
Crédits photos :
- tous droits réservés



Pistes d'action

Méthodologie employée pour construire ces pistes d'action



1 RECUEIL D'IDÉES AUPRÈS DES PARTIES PRENANTES

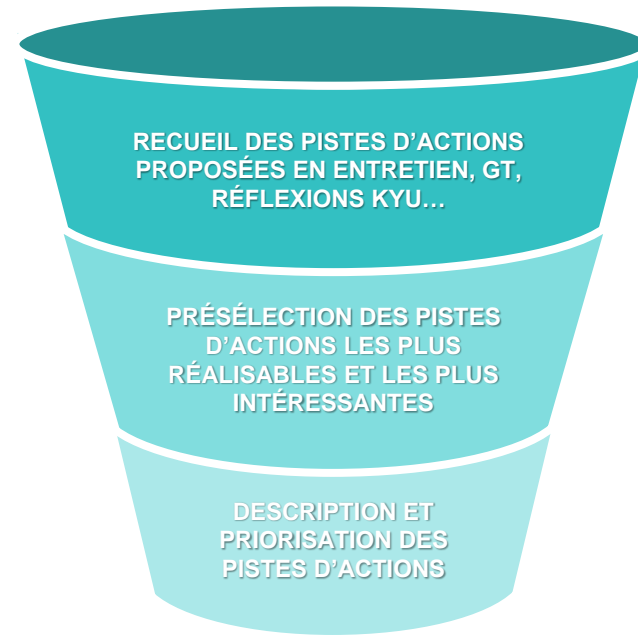
- Les entretiens et sondages réalisés auprès des entreprises du commerce de gros BtoB et de leurs salariés ont permis à de nombreuses personnes de s'exprimer et de proposer des idées d'actions.
- L'analyse documentaire a permis d'envisager des pistes complémentaires.
- Une réflexion interne KYU Lab a été menée pour enrichir ce « panier d'idées ».

2 PRÉSÉLECTION, ÉVALUATION ET DESCRIPTION

- L'équipe a conduit plusieurs séances de revue et de priorisation des idées d'actions. Ont été retenues, celles semblant à la fois les plus réalistes et les plus pertinentes au regard des enjeux du commerce de gros BtoB.
- Les pistes d'action sélectionnées ont été décrites et enrichies, la faisabilité a été évaluée ainsi que les bénéfices escomptés.

3 PRÉSENTATIONS ET PREMIERS AJUSTEMENTS

- Ces fiches de pistes d'action ont été présentées lors d'un atelier rassemblant plusieurs secteurs. Des ajustements ont été demandés et apportés.
- Elles ont ensuite été présentées en comité de pilotage paritaire. D'autres demandes et idées ont été intégrées.



5 enjeux pour le commerce de gros BtoB

- 1 → **RENFORCER LA PRÉPARATION DES ALTERNANTS À LA VIE DE L'ENTREPRISE**
- 2 → **PROMOUVOIR ET ACCOMPAGNER LE RÔLE DES TUTEURS ET DES MAÎTRES D'APPRENTISSAGE**
- 3 → **PROMOUVOIR L'ALTERNANCE AUPRÈS DES JEUNES ET DES ENSEIGNANTS**
- 4 → **SUIVRE L'ÉVOLUTION DES PRATIQUES D'ALTERNANCE ET L'AMÉLIORATION DES RÉSULTATS (RECOURS, INSERTION...) À TRAVERS UN BAROMÈTRE**
- 5 → **PROMOUVOIR LA FORMATION EN ALTERNANCE DANS LE COMMERCE DE GROS BTOB ET CRÉER UNE PLATEFORME DE MISE EN LIEN DES ENTREPRISES ET DES ALTERNANTS**

Premier enjeu

RENFORCER LA PRÉPARATION DES ALTERNANTS À LA VIE DE L'ENTREPRISE

1

RENFORCER LA PRÉPARATION DES ALTERNANTS À LA VIE DE L'ENTREPRISE

CONSTAT

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 soulignent qu'il est important de mieux préparer les alternants à la vie de l'entreprise, notamment par l'acquisition de compétences professionnelles (53%)**, ce qui sous-entend également l'acquisition de soft skills (savoir-vivre, communication, relation client...) propres à la vie de l'entreprise et parfois peu abordés en classe. Ce passage se prépare aussi bien dans l'établissement (ateliers CV et lettres de motivation, apprentissage des codes professionnels...) qu'en entreprise, par la transmission des savoirs des salariés entourant les alternants.

4 ACTIONS PRIORITAIRES PROPOSÉES À INTERGROS

- 1 **Impliquer davantage les professionnels dans les cursus scolaires en leur confiant certains enseignements** : interventions régulières de professionnels pour témoigner de leur expérience en entreprise, de leur parcours, du fonctionnement de leur entreprise... Pour que les apports des entreprises soient très concrets, se focaliser sur des cas expérimentés dans les entreprises.
- 2 Formaliser un **livret interactif (et/ou un jeu en ligne)** sur les droits et devoirs de l'alternant en entreprise.
- 3 Créer une **boîte à outils numérique** d'accompagnement à la recherche d'un contrat d'alternance (avec tutoriels sur la rédaction de CV, lettres de motivation...).
- 4 Inciter les établissements à **organiser un séminaire d'intégration pour les élèves en début de cursus** (3 jours avec des interventions de professionnels). Concevoir et fournir une boîte à outils pour les aider en ce sens.

Second enjeu

PROMOUVOIR ET ACCOMPAGNER LE RÔLE DES TUTEURS ET DES MAÎTRES D'APPRENTISSAGE

2

PROMOUVOIR ET ACCOMPAGNER LE RÔLE DES TUTEURS ET DES MAÎTRES D'APPRENTISSAGE

CONSTAT

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. Malheureusement il est à géométrie variable selon l'établissement de formation et l'entreprise. En particulier, certaines petites structures ont du mal à assurer ce rôle faute de moyens. En effet, au global, 36% des entreprises déplorent leur faible capacité à encadrer des alternants. Pourtant, **les alternances les plus réussies du point de vue des élèves sont souvent celles pour lesquelles 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.

3 ACTIONS PRIORITAIRES PROPOSÉES À INTERGROS

- 1 Développer et diffuser **un livret numérique interactif (et/ou un jeu en ligne – "serious game")** sur les missions du tuteur ou du maître d'apprentissage et les conseils pour faire face à différentes situations.
- 2 Renforcer les **incitations pour faire participer les tuteurs et les maîtres d'apprentissage aux sessions de formation d'Intergros** : prise en charge à 100% du coût pédagogique, défraiement, compensation de salaire, délivrance d'une certification sur les compétences de maître d'apprentissage et de tuteur (ministère du travail)...
- 3 **Mettre en place un suivi personnalisé des tuteurs et des maîtres d'apprentissage des petites entreprises** (moins de 11 salariés) **pour les accompagner dans leur rôle de transmission et de tutorat** : point téléphonique trimestriel avec l'équipe pédagogique, visites semestrielles dans l'entreprise, outils d'évaluation des alternants, réunions de tuteurs et/ou de maîtres d'apprentissage, petits déjeuners de partage d'expérience entre tuteurs et maîtres d'apprentissage... S'appuyer sur deux à trois régions pilotes pour tester le dispositif avant sa généralisation.

Troisième enjeu

PROMOUVOIR L'ALTERNANCE AUPRÈS DES JEUNES ET DES ENSEIGNANTS



3 PROMOUVOIR L'ALTERNANCE AUPRÈS DES JEUNES ET DES ENSEIGNANTS

CONSTAT

L'alternance est une voie de formation/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'information 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.

3 ACTIONS PRIORITAIRES PROPOSÉES À INTERGROS

- 1 Lancer une campagne de sensibilisation sur l'alternance auprès des établissements n'en faisant pas encore et leur proposer un accompagnement à la mise en place de nouvelles formations en alternance.**
- 2 Poursuivre l'information sur les perspectives proposée par l'alternance dans le commerce de gros BtoB auprès des collégiens.** Lancer par exemple une campagne nationale nommée « **Sortir des idées reçues** » sur l'alternance (*les élèves ont un bon niveau, apportent beaucoup aux entreprises...*). Pour ce type de public, les parents, amis et enseignants restent les prescripteurs les plus influents, mais il est également possible de s'informer sur l'existence de prescripteurs 2.0 pour ces élèves et de travailler avec eux.
- 3 Intégrer la promotion de l'alternance dans le secteur du commerce de gros BtoB dans les heures d'orientation** prévues en seconde dès la rentrée prochaine.

Quatrième enjeu

SUIVRE L'ÉVOLUTION DES PRATIQUES D'ALTERNANCE ET PARTICIPER À LEUR AMÉLIORATION À TRAVERS LE BAROMÈTRE

4 SUIVRE L'ÉVOLUTION DES PRATIQUES D'ALTERNANCE ET PARTICIPER À LEUR AMÉLIORATION À TRAVERS LE BAROMÈTRE

CONSTAT

Cette présente mission 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 pour Intergros et comme un outil de communication (taux d'insertion à l'issue d'un contrat, taux de satisfaction...) auquel des informations et des bonnes pratiques de l'alternance peuvent être ajoutées. Par exemple, les modalités administratives qui entourent l'alternance sont encore méconnues : **44% des entreprises souhaiteraient en effet voir les démarches administratives liées à l'alternance se simplifier** (deuxième axe d'amélioration le plus cité). De plus, elles sont **34% à estimer que le coût de l'alternance est trop élevé** par rapport au coût d'un salarié. La **baisse du coût des contrats est d'ailleurs le premier axe d'amélioration cité par les entreprises** (50%). Les démarches administratives associées, notamment celles permettant d'obtenir des aides pour financer le recours à l'alternance de l'entreprise sont également peu connues et/ou considérées trop complexes. Le baromètre pourrait donc constituer une opportunité de communiquer sur ces sujets.

3 ACTIONS PRIORITAIRES PROPOSÉES À INTERGROS

- 1 **Constituer 2 panels représentatifs** (établissements et entreprises) et **conduire 3 enquêtes** (établissements, entreprises et alternants) **pour actualiser chaque année le « Baromètre de l'alternance »** dans le commerce de gros BtoB.
- 2 Intégrer à ce baromètre la présentation **de bonnes pratiques** ou des liens vers des infographies (ex. possibilités de financement de l'alternance par région) et des vidéos mettant en valeur les bonnes pratiques du commerce de gros BtoB (actions réalisées avec des écoles comme des interventions en cours, tutorat des alternants dans l'entreprise, séminaires de rentrée...).
- 3 **Communiquer de façon annuelle sur le baromètre durant un événement** (ex. Les [Assises de l'alternance](#) dans les secteurs de la Culture, de la Création et de la Communication et de l'Afdas) auquel sont conviés les entreprises du commerce de gros BtoB, les établissements de formation (en alternance) liés au secteur, les partenaires institutionnels... et pendant lequel une table ronde avec des alternants est organisée.

Cinquième enjeu

PROMOUVOIR LA FORMATION EN ALTERNANCE DANS LE COMMERCE DE GROS BTOB ET CRÉER UNE PLATEFORME DE MISE EN LIEN DES ENTREPRISES ET DES ALTERNANTS



5 PROMOUVOIR LA FORMATION EN ALTERNANCE DANS LE COMMERCE DE GROS BTOB ET CRÉER UNE PLATEFORME DE MISE EN LIEN DES ENTREPRISES ET DES ALTERNANTS

CONSTAT

22% des jeunes n'ayant pas suivi leur formation en alternance n'ont pas eu recours à ce mode de formation, car ils n'ont pas trouvé d'entreprise. Parallèlement, certaines entreprises peinent à trouver des alternants, notamment quand elles sont situées en environnement rural. 45% des alternants expliquent avoir eu des difficultés à trouver une formation en alternance proche de leur domicile et 37% dans la spécialité recherchée. Au final, **36% des jeunes se déclarent insatisfaits de l'accompagnement dont ils ont disposé dans leur recherche d'un contrat d'alternance**. Faciliter la recherche est donc un enjeu important pour développer l'alternance, même si des actions sont déjà mises en place par un certain nombre d'établissements de formation (bourse à l'emploi, conseillers dédiés à l'alternance dans les établissements...).

2 ACTIONS PRIORITAIRES PROPOSÉES À INTERGROS

- 1 **Créer une plateforme de mise en relation des entreprises, des établissements de formation en alternance et des alternants pour faciliter la recherche d'entreprise d'accueil/d'alternants**, à l'image de l'initiative *Concepteurs d'avenirs* du FAFIEC par exemple. Insérer sur cette plateforme la cartographie des formations et des outils à destination des alternants et des entreprises pour réussir l'alternance (*bonnes pratiques pour réussir son entretien, pour se conduire en professionnel dans l'entreprise, pour assurer le tutorat, portraits d'anciens alternants ayant un parcours professionnel réussi...*).
- 2 **Diffuser la cartographie des formations réalisée dans le cadre de cette étude sous forme d'une application Android et iOS** (cf. [Constructys Grand Est](#))