



OBSERVATOIRE DES
MÉTIERS DU NÉGOCE
DES MATÉRIAUX DE
CONSTRUCTION

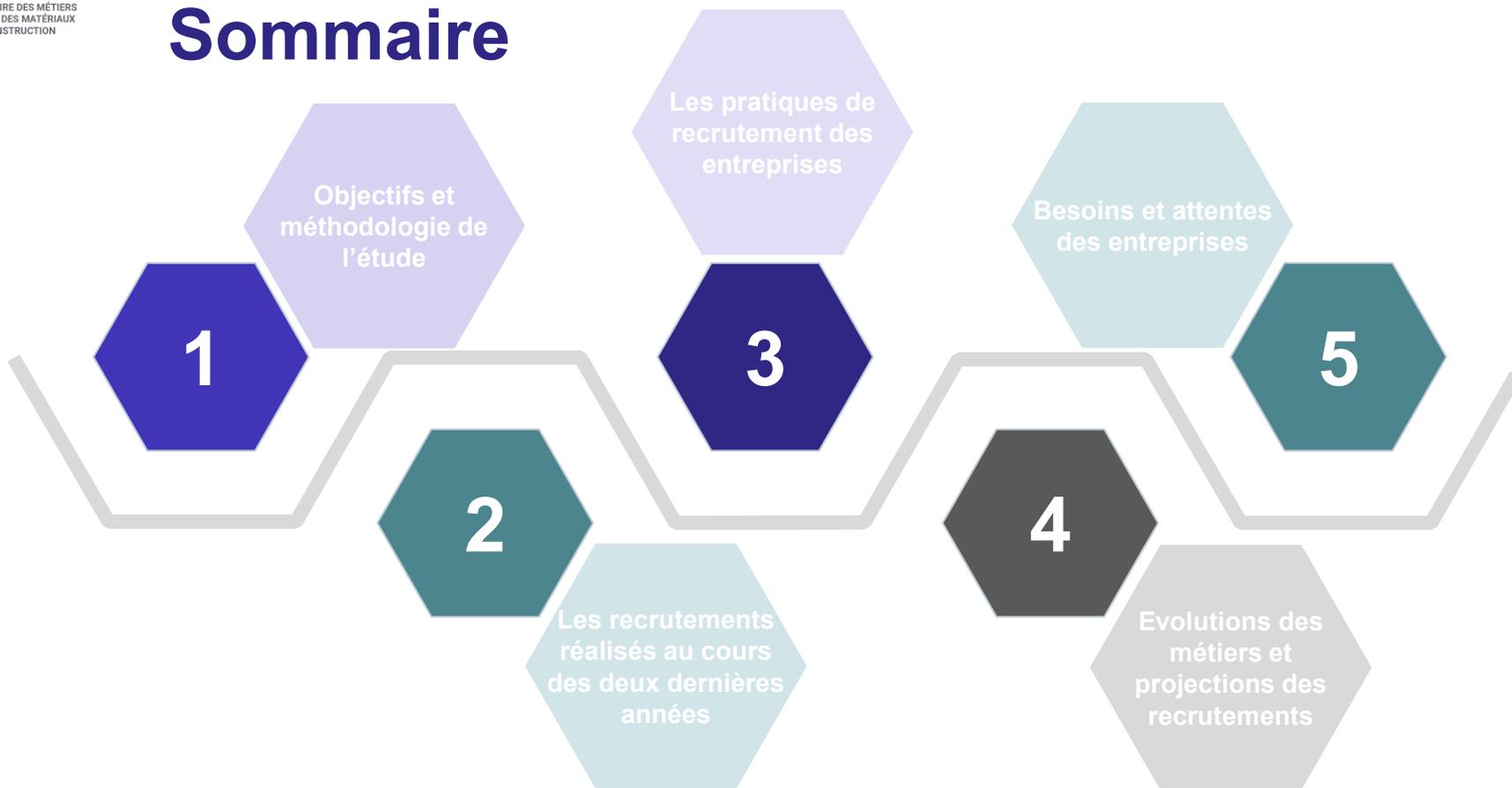
Etude sur les besoins et pratiques de recrutement dans le négoce des matériaux de construction

Réalisée à la demande
de la CPNEFP du négoce
des matériaux de construction





Sommaire





01

Objectifs et méthodologie de l'étude



Trois grands objectifs

Mesurer et quantifier les besoins en recrutement des entreprises du négoce des matériaux de construction

- Analyse des besoins et de leurs évolutions ;
- Offrir une meilleure visibilité des besoins en recrutement par métier et régionalement.

Analyser les pratiques de recrutement des entreprises du négoce des matériaux de construction

- Identifier ce qui caractérise et différencie le besoin en main-d'œuvre dans le secteur ;
- Analyser les pratiques de recrutement selon la taille des entreprises (définition du besoin, *sourcing*, sélection, accueil et intégration des candidats).

Formaliser des préconisations afin de renforcer les pratiques de recrutement des entreprises de la branche

- Identifier et définir les actions à entreprendre par les entreprises de la branche pour améliorer leurs pratiques de recrutement ;
- Identifier et définir les actions relatives au renforcement de l'image et de l'attractivité des métiers ;
- Identifier et définir les actions relatives au renforcement du lien avec l'offre de formation initiale.

Méthodologie et phasage de l'étude

Phase 1

Lancement et cadrage de l'étude

- Préciser les enjeux et objectifs de l'étude pour la branche ;
- Ajuster la méthodologie et le calendrier de l'étude ;
- Repérer et s'approprier les documents et sources de données ;
- Affiner la connaissance des métiers de la branche et leurs spécificités ;
- Caractériser les besoins en recrutement par des analyses documentaires et statistiques.

Recensement et analyse de la documentation existante

Exploitation des données statistiques des besoins et difficultés de recrutement

Synthèse de l'analyse documentaire et statistique

Phases 2 et 3

Conduite des investigations qualitatives et quantitatives

- Approfondir l'analyse des besoins et difficultés de recrutement ;
- Décrire l'éventail des principales pratiques de recrutement dans la branche, aux différentes étapes (identification du besoin, *sourcing*, sélection et intégration) ;
- Identifier les actions conduites à l'échelle de la branche pour soutenir le recrutement des entreprises et expérimenter de nouvelles pratiques de recrutement ;
- Quantifier la réalité des pratiques de recrutement des entreprises par l'intermédiaire d'une enquête téléphonique ;
- Analyser la manière dont elles s'articulent à la diversité des besoins et des difficultés de recrutement.

Entretiens auprès de représentants d'entreprises et CFA

Analyse transversale des entretiens

Synthèse intermédiaire

Réalisation de l'enquête téléphonique (LVDC)

Traitement et analyse des données recueillies dans le cadre de l'enquête

Support de présentation des résultats

Phase 4

Formalisation des préconisations et des livrables

- Croiser et mettre en perspective l'ensemble des données et matériaux collectés afin de décrire finement les besoins et pratiques de recrutement, caractériser les freins et difficultés rencontrés et les bonnes pratiques ;
- Identifier les pistes d'actions pour répondre aux besoins et difficultés des entreprises et les valider ;
- Rédiger et restituer le rapport d'étude, le plan d'actions retenu et la synthèse

Exploitation des matériaux

Deux ateliers de co-construction

Formalisation des livrables

Rapport final et plan d'actions
Synthèse

Périmètre de l'étude

Négoce du
bois (IDCC
1947)*

Négoce
matériaux de
construction
(IDCC 3216)

- 46.13Z- Intermédiaires du commerce en bois et matériaux de construction
- 46.19A - Centrales d'achat non alimentaires
- 46.72Z - Commerce de gros de minerais et métaux
- **46.73A - Commerce de gros de bois et de matériaux de construction**
- **46.73B - Commerce de gros d'appareils sanitaires et produits de décoration**
- **46.74B - Commerce de gros de fournitures pour la plomberie et le chauffage**
- 47.52A - Comm. détail de quincaillerie, peintures et verres (mag.< 400 m2)
- 47.53Z - Comm. détail tapis, moquettes & revêts murs & sols (magas. spéc.)
- 77.39Z - Location et location-bail machines, équipements et biens divers

en 2020
89 000 emplois
(source rapport de branche**)

Intitulés des familles de métiers	Part parmi les salariés (source Rapport de branche)
Attachés technico-commerciaux	11%
Chauffeurs livreurs	8%
Magasiniers	20%
Managers d'équipe et chefs d'agence	10%
Vendeurs-conseil	20%
Autres familles de métiers	31%

* La fusion des deux branches est effective depuis l'arrêté ministériel du 5 août 2021

** Ainsi, les données du rapport de branche 2020, n'intègrent pas les données de la branche du négoce de bois

Entretiens qualitatifs

Dans le cadre du volet qualitatif des investigations, dix entreprises et un organisme de formation internalisé ont été rencontrés :

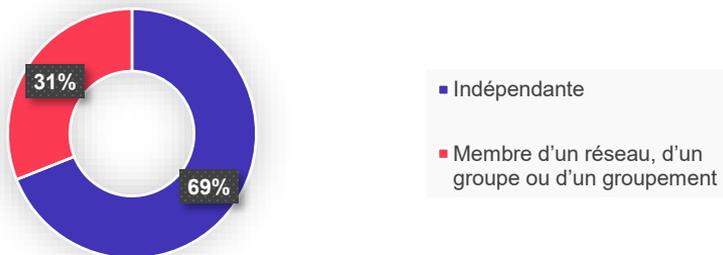
Structures	Taille de la structure		Implantation régionale	Date de l'entretien
Entreprises	A	1.400 salariés	PACA	20 septembre 2023
	B	27 salariés	Ile-de-France	21 septembre 2023
	C	1.800 salariés	National	27 septembre 2023
	D	273 salariés	Occitanie	27 septembre 2023
	E	430 salariés	Auvergne-Rhône-Alpes	28 septembre 2023
	F	500 salariés	Bretagne	28 septembre 2023
	G	45 salariés	Corse	29 septembre 2023
	H	24.000 salariés	National	29 septembre 2023
	I	510 salariés	PACA et Occitanie	2 octobre 2023
	J	200 salariés	Normandie	18 octobre 2023
CFA d'entreprise	-	National	8 décembre 2023	

Enquête téléphonique

Suite aux investigations qualitatives, une enquête quantitative administrée par voie téléphonique a été conduite auprès d'un échantillon de 300 entreprises de la branche professionnelle du négoce des matériaux de construction.

La population des entreprises ayant répondu à l'enquête téléphonique est constituée à **plus des deux-tiers d'entreprises indépendantes** (69%) ; les autres répondants étant des entreprises membre d'un réseau, d'un groupe ou d'un groupement (31%).

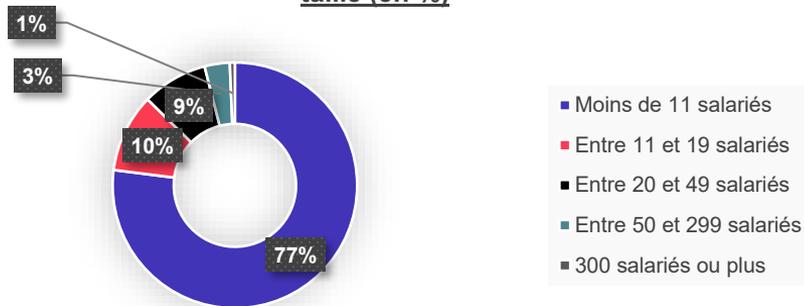
Part des entreprises indépendantes et membres d'un réseau, groupe ou groupement (en %)



Source : Enquête Amnyos-LVDC (Base complète : 300 répondants)

Les TPE (moins de 11 salariés) constituent plus de trois-quarts de la population des entreprises répondantes. La répartition des entreprises répondantes par taille **reflète la population globale des entreprises de la branche professionnelle** (telle que présentée dans le rapport de branche 2023).

Répartition des entreprises répondantes selon leur taille (en %)

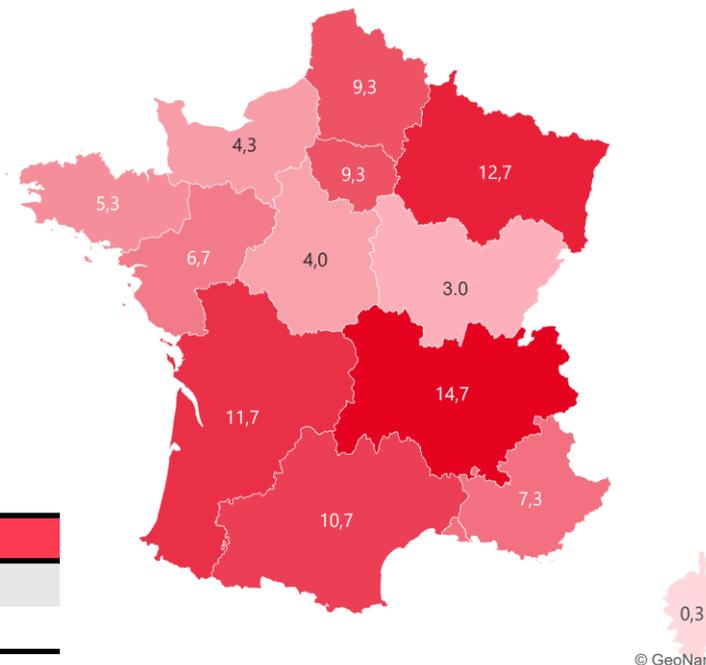


Source : Enquête Amnyos-LVDC (Base complète : 300 répondants)

Enquête téléphonique

Les entreprises répondantes sont implantées sur l'**ensemble du territoire métropolitain** ainsi que dans **deux territoires ultramarins**. Elles sont relativement nombreuses en région Auvergne-Rhône-Alpes, Grand-Est, Occitanie, Nouvelle-Aquitaine et Ile-de-France (phénomène observé dans le recensement des entreprises du rapport de branche 2023).

Répartition géographique des entreprises répondantes (en %)



Guadeloupe	Guyane
1 entreprise	1 entreprise
0.3% de l'échantillon	0.3% de l'échantillon

Source : Enquête Amnyos-LVDC (Base complète : 300 répondants)

Méthode statistique visant une approche prospective des effectifs

Horizon prospectif

Nous avons situé les projections à un **horizon de 3 à 5 ans**. Les projections ont été réalisées pour les **six métiers** (emplois repères) qui comptent à la fois les effectifs les plus importants dans la branche, mais également les volumes et les difficultés de recrutement les plus importants (attachés technico-commerciaux, magasiniers, vendeurs conseil, chauffeurs-livreurs, managers d'équipe et chefs d'agence) .

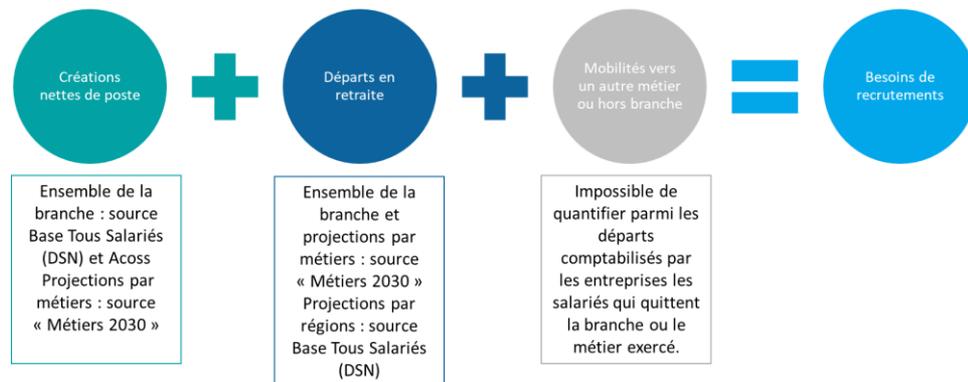
Sources des données

La réalisation des **projections de départs en retraite et de créations de poste s'appuie principalement** sur les données de la **Base Tous Salariés (BTS) de l'Insee (ex. DADS et DSN)**.

Pour une estimation à moyen terme, nous avons également appliqué **la structure des emplois en 2020 aux projections réalisées par la Dares et France stratégie à l'horizon 2030**.

Enfin les volumes et difficultés de recrutement repose sur les données de l'enquête **Besoins en main d'œuvre** (BMO) et l'outil **Textkernel** d'analyse des offres d'emploi.

Les projections d'emplois



L'application d'un prorata aux prévisions de France Stratégie et la Dares en fonction du poids de la branche dans les différentes familles professionnelles :

- Suppose que le poids de la branche n'évolue pas au cours des 10 prochaines années
- Suppose que l'évolution entre 2019 et 2024 soit identique à celle de 2024 à 2030.



OBSERVATOIRE DES MÉTIERS
DU NÉGOCE DES MATÉRIAUX
DE CONSTRUCTION

02

Retour sur les recrutements réalisés dans les entreprises du négoce des matériaux de construction

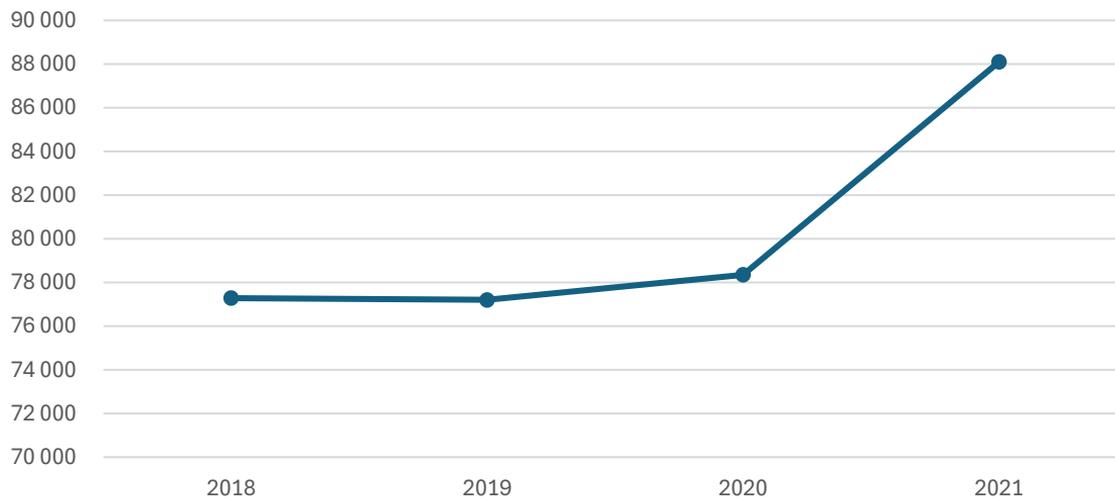
23/05/2024



Retour sur les évolutions des effectifs au sein de la branche professionnelle du négoce des matériaux de construction

Entre 2018 et 2020, la branche professionnelle du négoce des matériaux de construction a connu une **croissance modérée de ses effectifs salariés (+1,3%)**, avec une accélération en 2021, liée notamment à la prise en compte des effectifs salariés de la filière bois.

Evolution des effectifs salariés entre 2018 et 2021

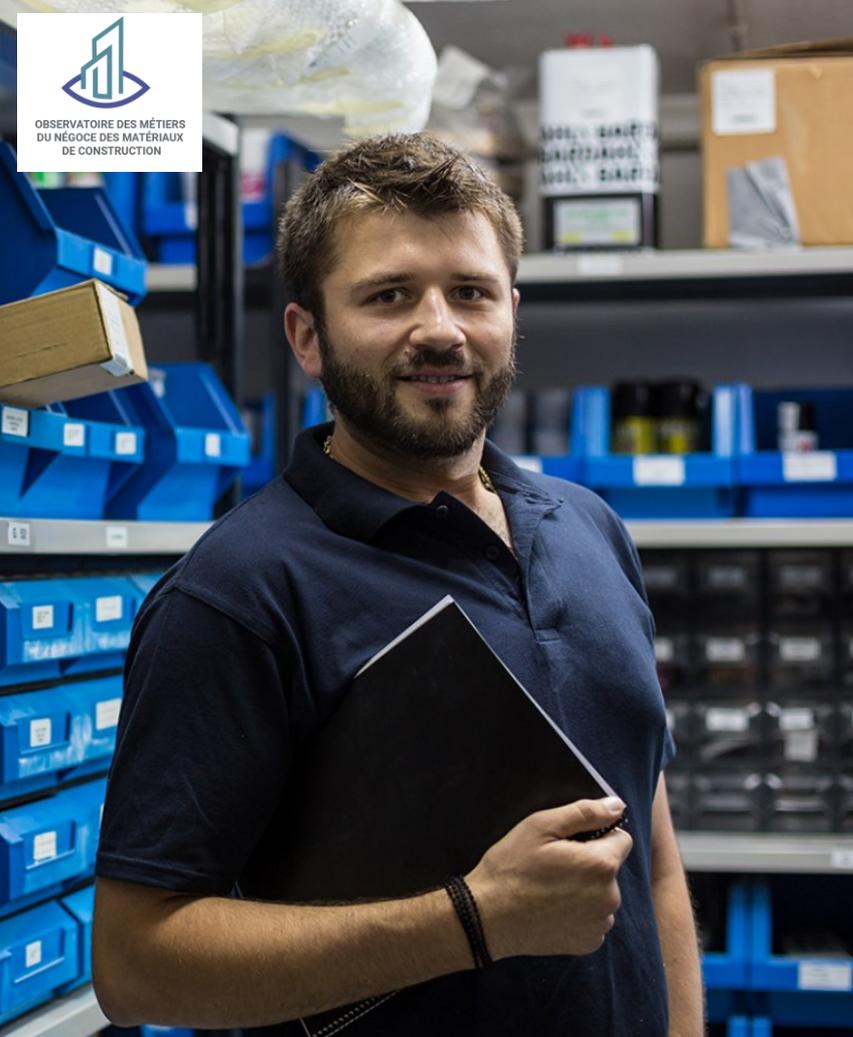


Année	Effectifs salariés
2018	77 280
2019	77 200
2020	78 350
2021	88 100

Source : Constructys – Rapports de branche 2020 à 2023



Les recrutements réalisés au cours des deux dernières années

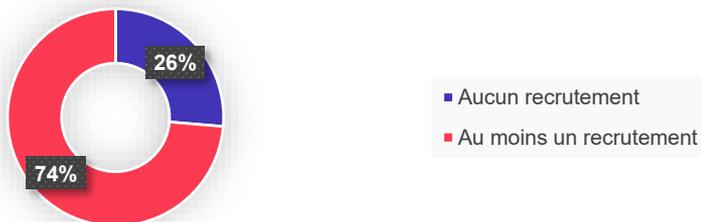


Trois-quarts des entreprises ont recruté au moins une personne

Parmi les entreprises ayant répondu à l'enquête, **74% ont recruté au moins une fois au cours des deux dernières années**. Lorsqu'au moins un recrutement a été réalisé, les entreprises ont recruté un **nombre médian de 3 personnes** et un **nombre moyen de 5.6 personnes**.

La part des entreprises ayant recruté au moins une personne au cours des deux dernières années croît à mesure que la taille de l'entreprise augmente. Alors que les deux-tiers des entreprises de moins de 11 salariés ont recruté au moins une personne ce sont presque toutes les entreprises de plus de 20 salariés qui ont recruté. Les plus grandes entreprises sont également celles qui ont réalisé le plus grand nombre de recrutements.

Part des entreprises ayant réalisé au moins un recrutement au cours des deux dernières années (en %)



Source : Enquête Amnyos-LVDC (Base complète : 300 répondants)

Nombre minimal de recrutement	1 recrutement
Nombre médian de recrutement	3 recrutements
Nombre moyen de recrutement	5.6 recrutements
Nombre maximal de recrutement	158 recrutements

Taille des entreprises	Nombre moyen de recrutements	Part des entreprises ayant recruté au moins une personne
Moins de 11 salariés	3.3	68%
Entre 11 et 19 salariés	3.6	87.1%
Entre 20 et 49 salariés	5.7	96.2%
Entre 50 et 299 salariés	22.4	100%
300 salariés ou plus	121.5	100%

Source : Enquête Amnyos-LVDC (221 répondants ; Entreprises ayant réalisé au moins un recrutement au cours des deux dernières années)



Les données relatives aux entreprises de plus de 50 salariés sont à apprécier avec précaution au regard du faible nombre d'entreprises concernées.

Des entreprises qui recrutent quelle que soit leur implantation

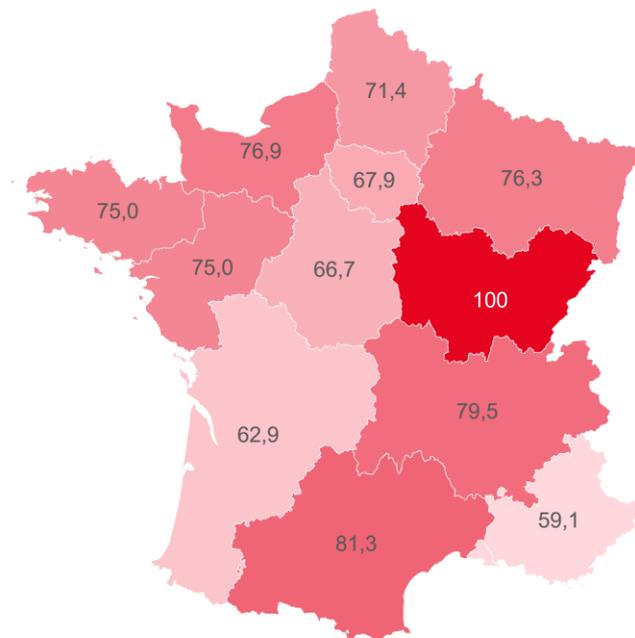
74% des entreprises ayant répondu à l'enquête téléphonique, en moyenne, ont réalisé au moins un recrutement (sur n'importe quel métier).

Les entreprises ayant recruté sont situées dans toutes les régions de France métropolitaine (deux entreprises ayant recruté se situent dans des territoires ultramarins : en Guadeloupe et en Guyane). Certaines régions abritent des entreprises ayant plus fréquemment recruté que la moyenne :

- **Bourgogne-Franche-Comté et Corse** (à interpréter avec précaution au regard du faible volume d'entreprises de ces territoires faisant partie de l'échantillon de répondants) ;
- **Occitanie** (où 81.3% des entreprises répondantes ont recruté) ;
- **Auvergne-Rhône-Alpes** (où 79.5% des entreprises répondantes ont recruté).

A l'inverse, les recrutements semblent moins fréquents que la moyenne en région Provence-Alpes-Côte-d'Azur (PACA), Nouvelle-Aquitaine, Centre-Val de Loire et Ile-de-France.

Part des entreprises ayant réalisé au moins un recrutement au cours des deux dernières années par région (en %)



Avec Bing
© GeoNames, Microsoft, TomTom

Source : Enquête Amnyos-LVDC (221 répondants ; Entreprises ayant réalisé au moins un recrutement au cours des deux dernières années)

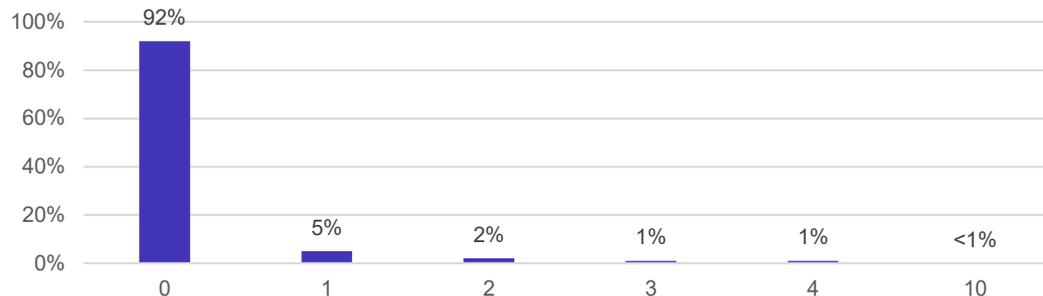
8% des entreprises ont recruté au moins un chef d'agence

Sur le métier de chef d'agence ou de dépôt, **seulement 8% des entreprises signalent avoir réalisé des recrutements au cours des deux dernières années.**

Les plus petites entreprises de l'échantillon (moins de 20 salariés) sont relativement nombreuses à avoir recruté sur le métier de chef d'agence ou de dépôt. Dans la population de répondants, ce sont ainsi 6.1% des entreprises de moins de 11 salariés qui ont recruté au moins une personne sur le métier de chef d'agence ou de dépôt.

Le nombre moyen de recrutements réalisés pour ce métier varie peu selon la taille de l'entreprise à l'origine du recrutement.

Nombre de chefs d'agence ou de dépôt recrutés dans les entreprises au cours des deux dernières années (en %)



Source : Enquête Amnyos-LVDC (Base complète : 300 répondants)

Taille des entreprises	Nombre moyen de recrutements	Part des entreprises ayant recruté au moins une personne
Moins de 11 salariés	1.9	6.1%
Entre 11 et 19 salariés	1.8	12.9%
Entre 20 et 49 salariés	3.0	3.8%
Entre 50 et 299 salariés	1.8	40.0%
300 salariés ou plus	2.5	100%

Source : Enquête Amnyos-LVDC (25 répondants ; Entreprises ayant recruté au moins un chef d'agence ou de dépôt au cours des deux dernières années)

Les entreprises ayant recruté des chefs d'agence par région

Le recrutement d'au moins un chef d'agence ou de dépôt a été particulièrement fréquent dans trois régions (au regard des 8% d'entreprises ayant recruté sur ce métier à l'échelle nationale) :

- 18.2% des entreprises de la région Provence-Alpes-Côte-d'Azur ont réalisé au moins un recrutement sur ce métier ;
- 15.4% des entreprises de Normandie (à interpréter avec des précautions de lecture au regard du faible nombre d'entreprises interrogées dans cette région) ;
- 15.0% des entreprises des Pays-de-la-Loire.

A l'inverse, les recrutements de chefs d'agence ou de dépôt semblent plus rares en région Occitanie (3.1%).

Régions	Part des entreprises ayant réalisé au moins un recrutement sur le métier de chef d'agence au cours des deux dernières années (en %)
Auvergne-Rhône-Alpes	6.8%
Bourgogne-Franche-Comté	Non-significatif (0.0%)
Bretagne	6.3%
Centre-Val de Loire	Non-significatif (0.0%)
Corse	Non-significatif (0.0%)
Grand-Est	5.3%
Hauts-de-France	10.7%
Ile-de-France	10.7%
Normandie	Non-significatif (15.4%)
Nouvelle-Aquitaine	8.6%
Occitanie	3.1%
Provence-Alpes-Côte-d'Azur	18.2%
Pays-de-la-Loire	15.0%
Guadeloupe	Non-significatif (0.0%)
Guyane	Non-significatif (0.0%)
Total	8%

Source : Enquête Amnyos-LVDC (Base complète 300 répondants).



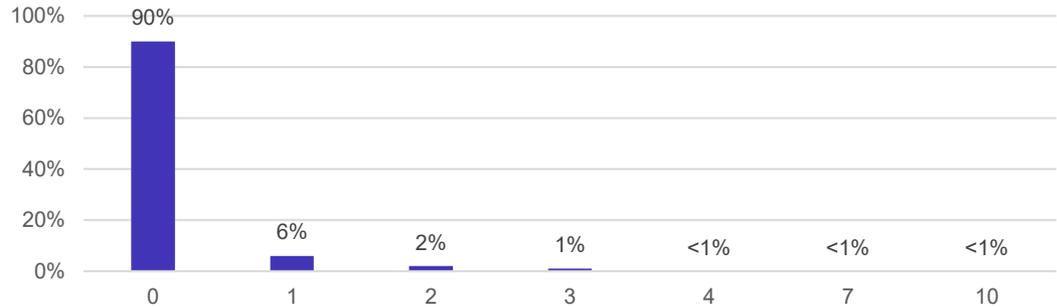
10% des entreprises ont recruté au moins un manager

Sur le métier de manager ou de responsable d'équipe (commerciale, logistique, etc.) **seulement 10% des entreprises signalent avoir réalisé des recrutements au cours des deux dernières années.**

Les recrutements pour le métier de manager ou de responsable d'équipe est bien plus fréquent dans les entreprises de 20 salariés ou plus que dans les entreprises de moins de 20 salariés. Cela va de pair avec le phénomène de structuration de niveaux d'encadrement intermédiaires à mesure que la taille d'une organisation augmente.

De surcroît, le nombre moyen de recrutement sur ce métier tend à augmenter selon la taille de l'entreprise ; les entreprises de moins de 11 salariés recrutant moins en volume que celle de 20 salariés ou plus.

Nombre de managers ou de responsables d'équipe recrutés dans les entreprises au cours des deux dernières années (en %)



Source : Enquête Amnyos-LVDC (Base complète : 300 répondants)

Taille des entreprises	Nombre moyen de recrutements	Part des entreprises ayant recruté au moins une personne
Moins de 11 salariés	1.5	5.6%
Entre 11 et 19 salariés	1.0	6.5%
Entre 20 et 49 salariés	1.2	23.1%
Entre 50 et 299 salariés	2.5	60.0%
300 salariés ou plus	6.0	100%

Source : Enquête Amnyos-LVDC (29 répondants ; Entreprises ayant recruté au moins un manager ou responsable d'équipe au cours des deux dernières années)



Les entreprises ayant recruté des managers par région

Les entreprises ayant recruté au moins un manager au cours des deux dernières années sont particulièrement nombreuses en :

- Normandie (30.8%) (à interpréter avec des précautions de lecture au regard du faible nombre d'entreprises interrogées dans cette région) ;
- Provence-Alpes-Côte-d'Azur (18.2%) ;
- Pays-de-la-Loire (15.0%).

A l'inverse, ce type de recrutement s'avère particulièrement rare en Ile-de-France (3.6%) et relativement rare en Nouvelle-Aquitaine (5.7%).

Régions	Part des entreprises ayant réalisé au moins un recrutement sur le métier de manager au cours des deux dernières années (en %)
Auvergne-Rhône-Alpes	6.8%
Bourgogne-Franche-Comté	Non-significatif (11.1%)
Bretagne	6.3%
Centre-Val de Loire	Non-significatif (0.0%)
Corse	Non-significatif (0.0%)
Grand-Est	10.5%
Hauts-de-France	10.7%
Ile-de-France	3.6%
Normandie	Non-significatif (30.8%)
Nouvelle-Aquitaine	5.7%
Occitanie	9.4%
Provence-Alpes-Côte-d'Azur	18.2%
Pays-de-la-Loire	15.0%
Guadeloupe	Non-significatif (0.0%)
Guyane	Non-significatif (0.0%)
Total	10%

Source : Enquête Amnyos-LVDC (Base complète 300 répondants).

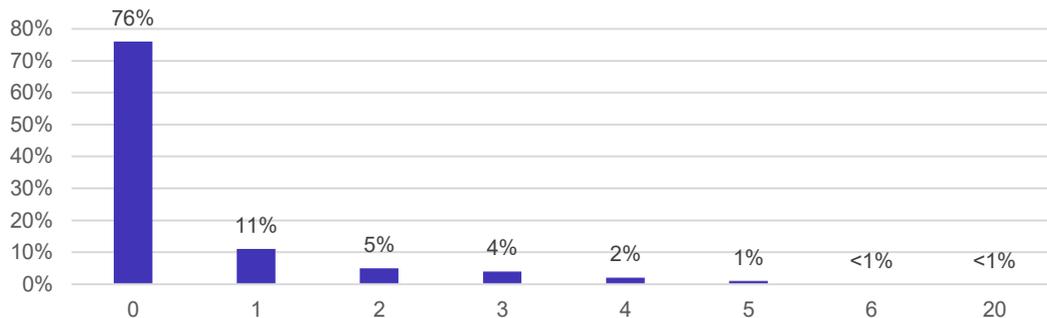
24% des entreprises ont recruté au moins un ATC

Sur le métier d'attaché technico-commercial, **près d'un quart (24%) des entreprises signalent avoir réalisé des recrutements au cours des deux dernières années.**

La part des entreprises ayant recruté sur ce métier est toutefois plus importante dans les **entreprises de taille moyenne et de grande taille** que dans les plus petites entreprises (moins de 11 salariés notamment). En effet, **environ un tiers des entreprises de 11 à 49 salariés ont recruté au moins un attaché technico-commercial** alors que les recrutements visant ce métier n'ont eu lieu que dans une entreprise de moins de 11 salariés sur cinq.

En revanche, peu d'évolutions sur les volumes d'attachés technico-commerciaux sont à relever selon la taille des entreprises ; le nombre moyen de recrutement avoisinant deux personnes dans les entreprises de moins de 50 salariés.

Nombre d'attachés technico-commerciaux recrutés dans les entreprises au cours des deux dernières années (en %)



Source : Enquête Amnyos-LVDC (Base complète : 300 répondants)

Taille des entreprises	Nombre moyen de recrutements	Part des entreprises ayant recruté au moins une personne
Moins de 11 salariés	1.7	18.6%
Entre 11 et 19 salariés	1.9	35.5%
Entre 20 et 49 salariés	2.3	30.8%
Entre 50 et 299 salariés	3.9	70.0%
300 salariés ou plus	12.5	100%

Source : Enquête Amnyos-LVDC (71 répondants ; Entreprises ayant recruté au moins un attaché technico-commercial au cours des deux dernières années)

Les entreprises ayant recruté des ATC par région

Les entreprises ayant recruté au moins un attaché technico-commercial (ATC) au cours des deux dernières années sont particulièrement nombreuses en :

- Région Pays-de-la-Loire (où 40% des entreprises disent avoir recruté sur ce métier) ;
- Région Provence-Alpes-Côte-d'Azur (où 31.8% des entreprises disent avoir recruté sur ce métier) ;
- Région Hauts-de-France (où 28.6% des entreprises disent avoir recruté sur ce métier).

A l'inverse, les recrutements d'attachés technico-commerciaux ont été plus rares dans les régions Bretagne (12.5%) et Grand-Est (13.2%).

Régions	Part des entreprises ayant réalisé au moins un recrutement sur le métier d'ATC au cours des deux dernières années (en %)
Auvergne-Rhône-Alpes	25.0%
Bourgogne-Franche-Comté	Non-significatif (22.2%)
Bretagne	12.5%
Centre-Val de Loire	Non-significatif (33.3%)
Corse	Non-significatif (100%)
Grand-Est	13.2%
Hauts-de-France	28.6%
Ile-de-France	17.9%
Normandie	Non-significatif (30.8%)
Nouvelle-Aquitaine	20.0%
Occitanie	18.8%
Provence-Alpes-Côte-d'Azur	31.8%
Pays-de-la-Loire	40.0%
Guadeloupe	Non-significatif (0.0%)
Guyane	Non-significatif (100%)
Total	24%

Source : Enquête Amnyos-LVDC (Base complète 300 répondants).

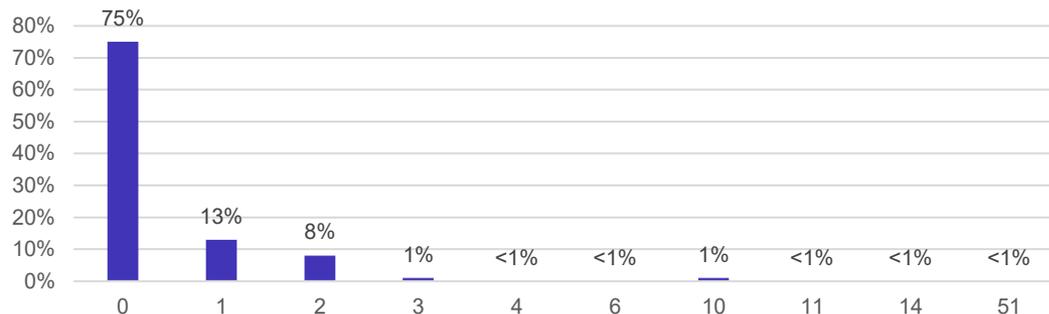
25% des entreprises ont recruté au moins un vendeur-conseil

Sur le métier de vendeur-conseil, **un quart des entreprises signalent avoir réalisé des recrutements au cours des deux dernières années.**

Quelle que soit leur taille, toutes les entreprises ont eu tendance à recruter sur ce métier. Néanmoins, **plus du tiers des entreprises de plus de 11 salariés ont recruté au moins une personne sur le métier de vendeur conseil contre un cinquième des entreprises de moins de 11 salariés.**

En volume peu de distinctions sur les recrutements réalisés par les entreprises de moins de 50 salariés. Une tendance haussière s'esquisse dans les entreprises de plus de 50 salariés (avec les précautions de lecture induites par la structuration de l'échantillon).

Nombre de vendeurs-conseil recrutés dans les entreprises au cours des deux dernières années (en %)



Source : Enquête Amnyos-LVDC (Base complète : 300 répondants)

Taille des entreprises	Nombre moyen de recrutements	Part des entreprises ayant recruté au moins une personne
Moins de 11 salariés	1.8	19.9%
Entre 11 et 19 salariés	1.5	38.7%
Entre 20 et 49 salariés	1.6	34.6%
Entre 50 et 299 salariés	5.8	50.0%
300 salariés ou plus	30.5	100%

Source : Enquête Amnyos-LVDC (74 répondants ; Entreprises ayant recruté au moins un vendeur-conseil au cours des deux dernières années)

Les entreprises ayant recruté des vendeurs-conseil par région

Les entreprises ayant recruté au moins un vendeur-conseil au cours des deux dernières années sont particulièrement nombreuses en :

- Région Auvergne-Rhône-Alpes (29.5% des entreprises ont réalisé au moins un recrutement sur ce métier) ;
- Région Hauts-de-France (28.6% des entreprises ont réalisé au moins un recrutement sur ce métier) ;
- Région Normandie (46.2% des entreprises ont réalisé au moins un recrutement sur ce métier) (à interpréter avec des précautions de lecture au regard du faible nombre d'entreprises interrogées dans cette région) ;
- Région Pays-de-la-Loire (40.0% des entreprises ont réalisé au moins un recrutement sur ce métier).

A l'inverse, les recrutements de vendeurs-conseil ont été plus rares dans les régions Bretagne (18.8%), Grand-Est (18.4%), Ile-de-France (17.9%), Occitanie (18.8%) et Provence-Alpes-Côte-d'Azur (18.2%).

Régions	Part des entreprises ayant réalisé au moins un recrutement sur le métier de vendeur-conseil au cours des deux dernières années (en %)
Auvergne-Rhône-Alpes	29.5%
Bourgogne-Franche-Comté	Non-significatif (33.3%)
Bretagne	18.8%
Centre-Val de Loire	Non-significatif (16.7%)
Corse	Non-significatif (0.0%)
Grand-Est	18.4%
Hauts-de-France	28.6%
Ile-de-France	17.9%
Normandie	Non-significatif (46.2%)
Nouvelle-Aquitaine	25.7%
Occitanie	18.8%
Provence-Alpes-Côte-d'Azur	18.2%
Pays-de-la-Loire	40.0%
Guadeloupe	Non-significatif (0.0%)
Guyane	Non-significatif (0.0%)
Total	25%

Source : Enquête Amnyos-LVDC (Base complète 300 répondants).

40% des entreprises ont recruté au moins un magasinier

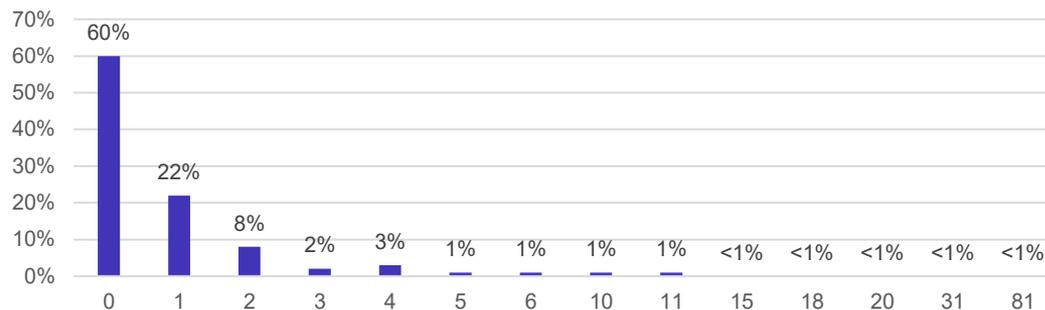
Sur le métier de magasinier ou de magasinier-cariste, **40% des entreprises signalent avoir réalisé des recrutements au cours des deux dernières années.**

Au regard des recrutements opérés sur les autres métiers, celui-ci est le métier pour lequel le nombre d'entreprises ayant réalisé au moins un recrutement est le plus élevé.

D'une part, **un tiers des entreprises de moins de 11 salariés** ont réalisé un recrutement pour le métier de magasinier ou de magasinier-cariste. D'autre part, **plus de la moitié des entreprises de plus de 11 salariés** ont recruté au moins une personne sur ce métier.

Tous métiers confondus, celui de magasinier ou de magasinier-cariste est celui pour lequel les volumes de recrutement ont été les plus élevés, y compris dans les plus petites entreprises.

Nombre de magasiniers et magasiniers-caristes recrutés dans les entreprises au cours des deux dernières années (en %)



Source : Enquête Amnyos-LVDC (Base complète : 300 répondants)

Taille des entreprises	Nombre moyen de recrutements	Part des entreprises ayant recruté au moins une personne
Moins de 11 salariés	2.1	33.3%
Entre 11 et 19 salariés	1.7	58.1%
Entre 20 et 49 salariés	3.3	57.7%
Entre 50 et 299 salariés	8.1	90.0%
300 salariés ou plus	50.5	100%

Source : Enquête Amnyos-LVDC (121 répondants ; Entreprises ayant recruté au moins un magasinier ou magasinier-cariste au cours des deux dernières années)



Les entreprises ayant recruté des magasiniers par région

Plus de la moitié (ou presque) des entreprises de certaines régions ont recruté au moins une personne pour le métier de magasinier ou de magasinier-cariste :

- En Auvergne-Rhône-Alpes (52.3%) ;
- En Bourgogne-Franche-Comté (55.6%) (à interpréter avec des précautions de lecture au regard du faible nombre d'entreprises interrogées dans cette région) ;
- En Nouvelle-Aquitaine (48.6%).

D'autre part, environ un tiers des entreprises ont recruté sur ce métier (à un moindre niveau que la moyenne nationale) :

- En Bretagne (31.3%) ;
- En Grand-Est (34.2%) ;
- En Hauts-de-France (32.1%) ;
- En Ile-de-France (32.1%) ;
- En Provence-Alpes-Côte d'Azur (31.8%).

Régions	Part des entreprises ayant réalisé au moins un recrutement sur le métier de magasinier au cours des deux dernières années (en %)
Auvergne-Rhône-Alpes	52.3%
Bourgogne-Franche-Comté	Non-significatif (55.6%)
Bretagne	31.3%
Centre-Val de Loire	Non-significatif (25.0%)
Corse	Non-significatif (0.0%)
Grand-Est	34.2%
Hauts-de-France	32.1%
Ile-de-France	32.1%
Normandie	Non-significatif (61.5%)
Nouvelle-Aquitaine	48.6%
Occitanie	40.6%
Provence-Alpes-Côte-d'Azur	31.8%
Pays-de-la-Loire	40.0%
Guadeloupe	Non-significatif (0.0%)
Guyane	Non-significatif (100%)
Total	40%

Source : Enquête Amnyos-LVDC (Base complète 300 répondants).

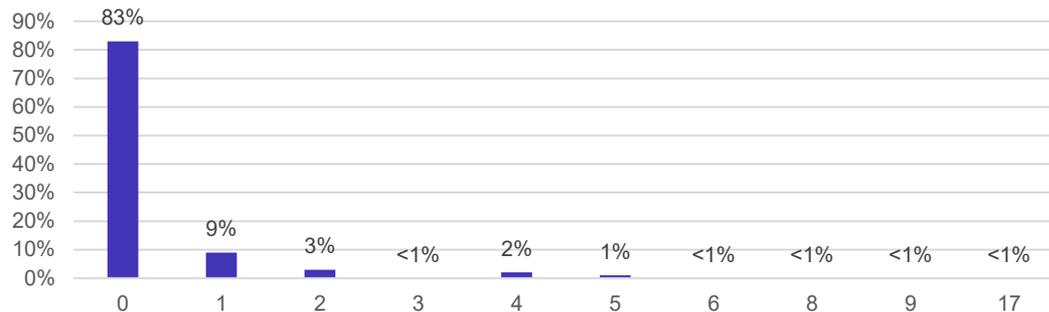
17% des entreprises ont recruté au moins un chauffeur-livreur

Sur le métier de chauffeur-livreur, **moins d'une entreprise sur cinq (17%) signale avoir réalisé au moins un recrutement au cours des deux dernières années.**

Les recrutements sur le métier de chauffeur-livreur semblent être plus fréquent à mesure que la taille de l'entreprise augmente. Effectivement, moins de 12% des entreprises de moins de 11 salariés ont recruté au moins un chauffeur livreur, contre près du tiers dans les entreprises employant 20 à 49 salariés.

Les **volumes des recrutements réalisés sur le métier de chauffeur-livreur sont relativement faibles** (au regard du volume des recrutements réalisés sur d'autres métiers), à l'exception des entreprises de moins de 11 salariés qui ont recrutés des volumes plus importants de chauffeurs-livreurs que les entreprises de 11 à 49 salariés.

Nombre de chauffeurs-livreurs recrutés dans les entreprises au cours des deux dernières années (en %)



Source : Enquête Amnyos-LVDC (Base complète : 300 répondants)

Taille des entreprises	Nombre moyen de recrutements	Part des entreprises ayant recruté au moins une personne
Moins de 11 salariés	2.5	11.7%
Entre 11 et 19 salariés	1.1	22.6%
Entre 20 et 49 salariés	2.1	30.8%
Entre 50 et 299 salariés	4.7	60.0%
300 salariés ou plus	3.0	100%

Source : Enquête Amnyos-LVDC (50 répondants ; Entreprises ayant recruté au moins un chauffeur-livreur au cours des deux dernières années)

Les entreprises ayant recruté des chauffeurs-livreurs par région

Les entreprises ayant recruté au moins un chauffeur-livreur au cours des deux dernières années sont sensiblement nombreuses en :

- Région Occitanie (25.0%) ;
- Région Pays-de-la-Loire (25.0%) ;
- Région Normandie (23.1%) (à interpréter avec des précautions de lecture au regard du faible nombre d'entreprises interrogées dans cette région).

En revanche, les entreprises des régions suivantes ont moins recrutés sur le métier de chauffeur-livreur : Grand-Est (5.3%) et Provence-Alpes-Côte-d'Azur (9.1%).

Régions	Part des entreprises ayant réalisé au moins un recrutement sur le métier de chauffeur-livreur au cours des deux dernières années (en %)
Auvergne-Rhône-Alpes	15.9%
Bourgogne-Franche-Comté	Non-significatif (11.1%)
Bretagne	18.8%
Centre-Val de Loire	Non-significatif (16.7%)
Corse	Non-significatif (0.0%)
Grand-Est	5.3%
Hauts-de-France	21.4%
Ile-de-France	21.4%
Normandie	Non-significatif (23.1%)
Nouvelle-Aquitaine	14.3%
Occitanie	25.0%
Provence-Alpes-Côte-d'Azur	9.1%
Pays-de-la-Loire	25.0%
Guadeloupe	Non-significatif (0.0%)
Guyane	Non-significatif (0.0%)
Total	17%

Source : Enquête Amnyos-LVDC (Base complète 300 répondants).

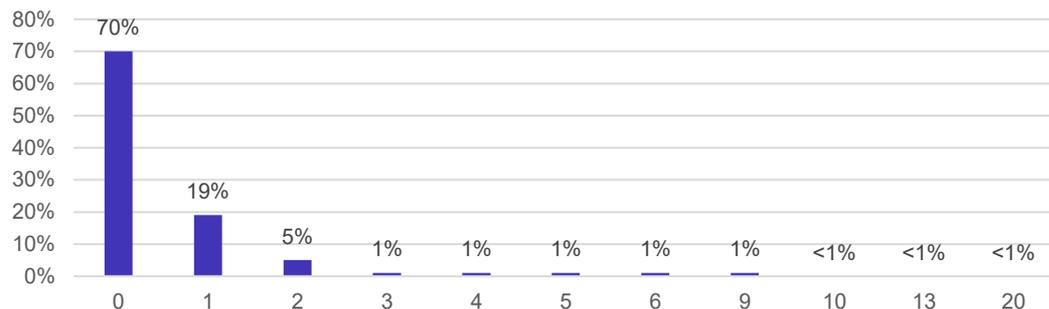
30% des entreprises ont recruté sur un métier administratif

Près d'un-tiers des entreprises (30%) signale avoir réalisé au moins un recrutement au cours des deux dernières années sur des métiers administratifs et/ou des fonctions supports.

Les recrutements sur ces métiers concernent un quart ou presque des entreprises de moins de 20 salariés.

Les volumes recrutés sur les métiers administratifs et fonctions supports sont relativement importants (au regard des volumes recrutés sur d'autres métiers situés sur le « cœur d'activité »).

Nombre de recrutements réalisés sur des métiers administratifs et des fonctions supports au cours des deux dernières années (en %)



Source : Enquête Amnyos-LVDC (Base complète : 300 répondants)

Taille des entreprises	Nombre moyen de recrutements	Part des entreprises ayant recruté au moins une personne
Moins de 11 salariés	1.5	25.1%
Entre 11 et 19 salariés	1.7	22.6%
Entre 20 et 49 salariés	2.6	50.0%
Entre 50 et 299 salariés	5.0	90.0%
300 salariés ou plus	16.5	100%

Source : Enquête Amnyos-LVDC (89 répondants ; Entreprises ayant recruté au moins une personne sur les métiers administratifs ou fonctions supports au cours des deux dernières années)

Les entreprises ayant recruté sur des métiers administratifs par région

Les recrutements sur des métiers administratifs ou des fonctions supports ont été plus nombreux dans certaines régions qu'à l'échelle nationale :

- Auvergne-Rhône-Alpes (45.5%) ;
- Bretagne (37.5%) ;
- Ile-de-France (35.7%).

A contrario, ces recrutements ont été plus rares dans les entreprises des régions suivantes :

- Centre-Val-de-Loire (16.7%) (à interpréter avec des précautions de lecture au regard du faible nombre d'entreprises interrogées dans cette région) ;
- Nouvelle-Aquitaine (20.0%) ;
- Occitanie (21.9%) ;
- Pays-de-la-Loire (25.0%).

Régions	Part des entreprises ayant réalisé au moins un recrutement sur des métiers administratifs au cours des deux dernières années (en %)
Auvergne-Rhône-Alpes	45.5%
Bourgogne-Franche-Comté	Non-significatif (22.2%)
Bretagne	37.5%
Centre-Val de Loire	Non-significatif (16.7%)
Corse	Non-significatif (100%)
Grand-Est	31.6%
Hauts-de-France	25.0%
Ile-de-France	35.7%
Normandie	Non-significatif (15.4%)
Nouvelle-Aquitaine	20.0%
Occitanie	21.9%
Provence-Alpes-Côte-d'Azur	27.3%
Pays-de-la-Loire	25.0%
Guadeloupe	Non-significatif (100%)
Guyane	Non-significatif (100%)
Total	30%

Source : Enquête Amnyos-LVDC (Base complète 300 répondants).

Des intentions de recrutement en forte hausse

Près de 36 000 offres d'emploi ont été recensées en 2022.

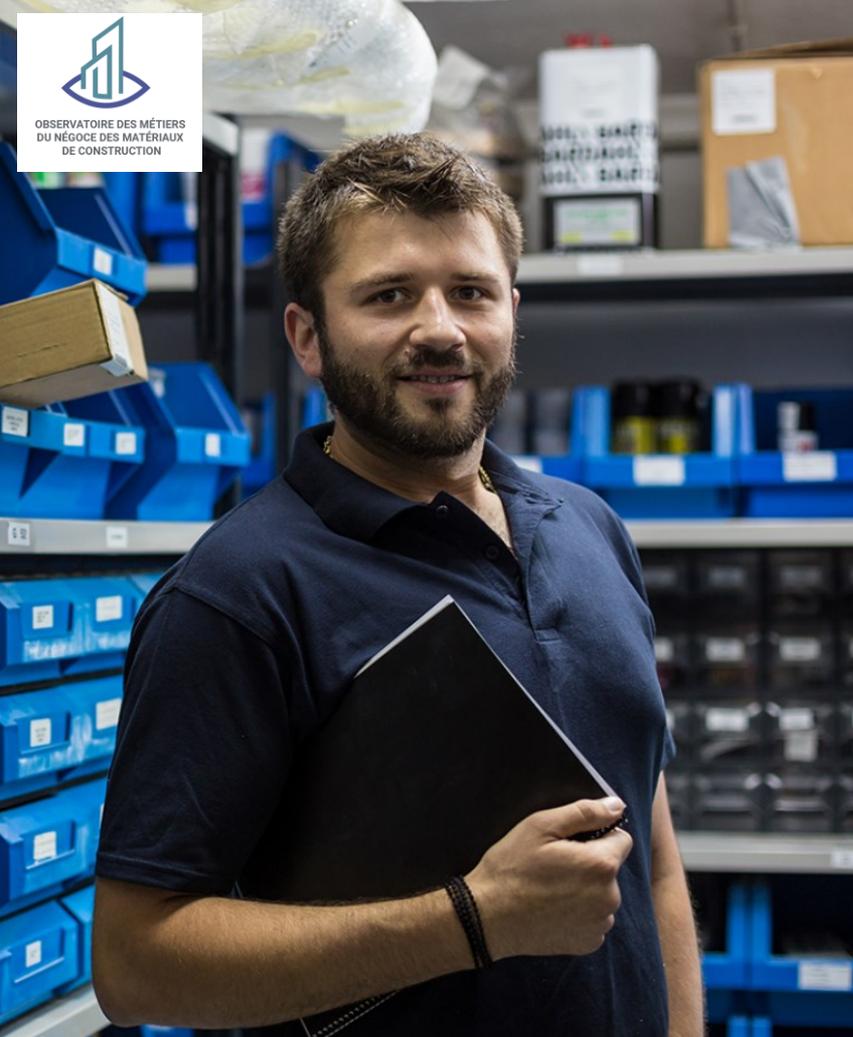
Les métiers qui ont fait l'objet du plus grand nombre d'offres d'emploi cette année-là étaient : les vendeurs, les technico-commerciaux, les magasiniers et les commerciaux sédentaires.

Entre 2018 et 2022, le nombre d'offres d'emploi s'est fortement accru et en particulier sur certains métiers :

- Commerciaux sédentaires (x3);
- Hôtes de caisse (x2,5);
- Responsables de magasin (+90%);
- Vendeurs (+71%)

Volumes d'offres d'emploi publiés sur les sites d'annonces d'emploi

Familles de métiers	2018	2019	2020	2021	2022
Vendeur (h/f)	2212	2215	2732	3388	3774
Technico-Commercial (h/f)	3579	3318	3315	3908	3445
Magasinier (h/f)	2143	2334	2368	2812	2853
Commercial Sédentaire (h/f)	354	500	660	814	1068
Vendeur en Bricolage (h/f)	788	462	419	579	1000
Hôte de Caisse (h/f)	357	422	633	871	859
Commercial Terrain (h/f)	445	424	564	600	683
Responsable de Magasin (h/f)	281	218	382	448	541
Conducteur Livreur (h/f)	474	480	551	560	528
Assistant Commercial (h/f) (autres)	299	247	330	333	512
Conducteur poids lourds	501	352	368	368	414
Conseiller commercial	491	488	536	333	395



Les difficultés de recrutement exprimées par les entreprises



Des difficultés de recrutement prégnantes pour les métiers pour lesquels les recrutements sont les plus nombreux

Du retour des investigations qualitatives (par entretiens) menées auprès d'un panel d'entreprises de la branche, les difficultés de recrutement rencontrées sont sous-tendues, en premier lieu, par un **faible nombre de candidatures**. Or, ce faible volume de candidatures dépend, d'une part, de la **spécificité des profils recherchés** par les employeurs : disposant à la fois de compétences commerciales et de connaissance suffisamment fines sur les matériaux et procédés constructifs. D'autre part, les entreprises et les métiers du négoce des matériaux de construction pâtissent d'un **déficit de visibilité** (contrairement aux enseignes de bricolage par exemple) et d'un **manque d'attractivité** (niveaux de rémunération, conditions et horaires de travail, *etc.*).

De surcroît et dans le contexte actuel du marché de l'emploi plus favorable aux candidats que par le passé, ces derniers se font l'écho d'**exigences accrues** (en termes de rémunération, de conditions de travail, de solutions quant à la conciliation de leur vie professionnelle et de leur vie personnelle, *etc.*).

Toutefois, certaines des entreprises interrogées notent un **fléchissement des difficultés de recrutement depuis l'été 2023** (notamment pour les emplois de magasiniers et de magasiniers-caristes) en raison d'une diminution du nombre d'offres d'emploi. De même, d'autres métiers (dont ceux de chefs d'agence et de dépôt et de managers) seraient relativement épargnés par ces difficultés, étant souvent pourvus à la suite de mobilités internes.

Des difficultés de recrutement prégnantes pour les métiers pour lesquels les recrutements sont les plus nombreux

L'essentiel des difficultés de recrutement exprimées par les entreprises ayant répondu au questionnaire se cristallisent sur les métiers pour lesquels elles ont effectué au cours des deux dernières années des recrutements importants (notamment sur les métiers de magasinier et de magasinier-cariste ainsi que de vendeurs-conseil).

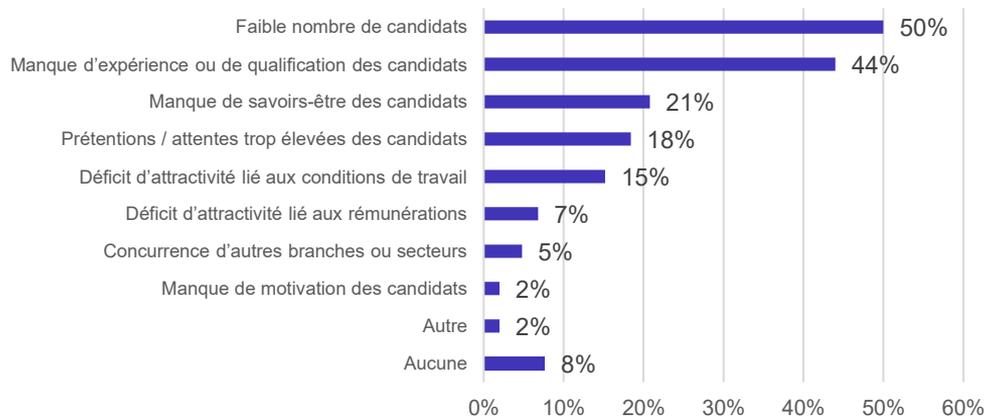
Les difficultés rencontrées par les entreprises dans le cadre de leurs projets de recrutement sont diverses. En premier lieu, ces difficultés ont trait à un faible volume de candidatures (50%) et/ou à un manque d'expérience ou de qualification des candidats (44%).

Part des entreprises exprimant des difficultés de recrutement sur les différents métiers (en %)



Source : Enquête Amnyos-LVDC (250 répondants ; 50 non-concernés)

Nature des difficultés rencontrées par les entreprises dans leurs projets de recrutement (en %)



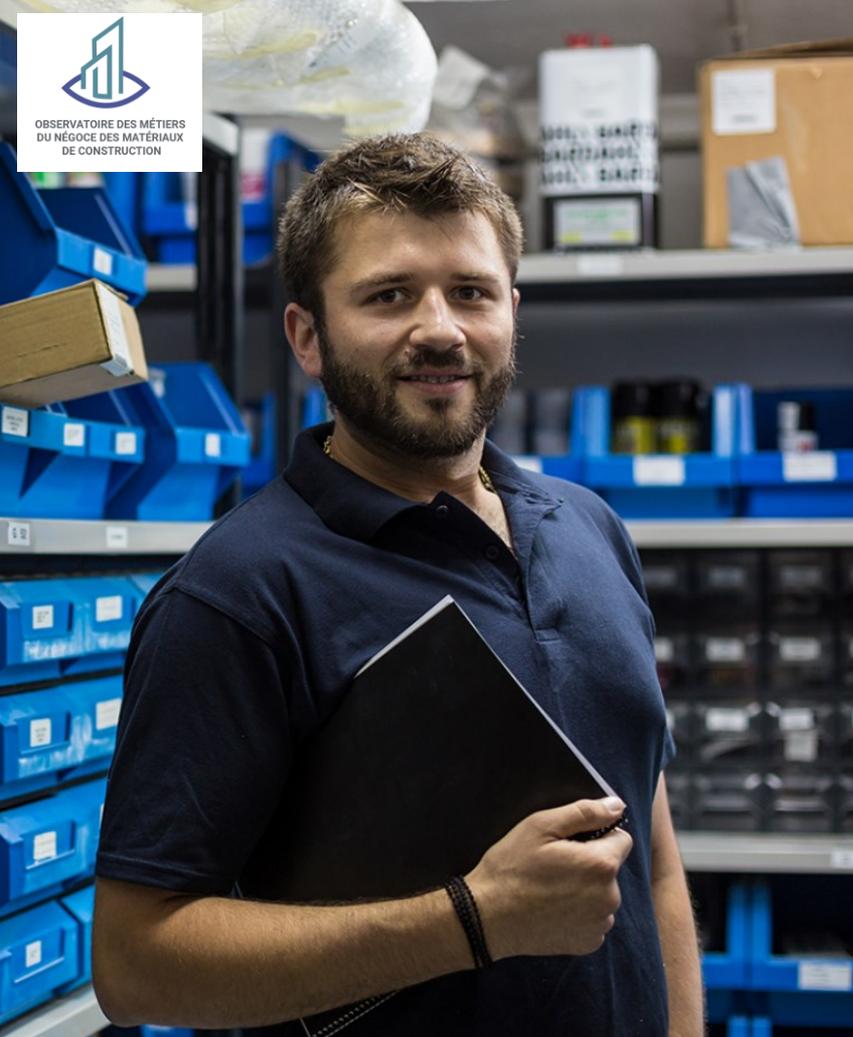
Source : Enquête Amnyos-LVDC (250 répondants ; 50 non-concernés)



03

Pratiques de recrutement dans les entreprises du négoce des matériaux de construction





OBSERVATOIRE DES MÉTIERS
DU NÉGOCE DES MATÉRIAUX
DE CONSTRUCTION

Les acteurs parties-prenantes des démarches de recrutement

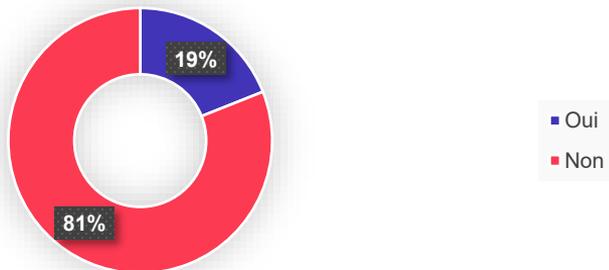


Moins de deux entreprises sur dix disposent d'un service ou d'un responsable RH

19% des entreprises disposent d'un service ou d'un responsable RH.

La **présence d'un service RH ou d'un responsable RH dans les entreprises ayant répondu est plus fréquente dans les entreprises les plus grandes**. Alors que seulement 13% des entreprises de moins de 11 salariés en dispose, ce sont près du quart (22.6%) des entreprises de moins de 20 salariés et plus du tiers des entreprises de plus de 20 salariés qui disposent d'un service ou d'un responsable RH.

Part des entreprises ayant un service ou un responsable RH (en %)



Taille des entreprises	Part des entreprises disposant d'un service RH
Moins de 11 salariés	13.0%
Entre 11 et 19 salariés	22.6%
Entre 20 et 49 salariés	34.6%
Entre 50 et 299 salariés	80.0%
300 salariés ou plus	100%

Source : Enquête Amnyos-LVDC (Base complète : 300 répondants)

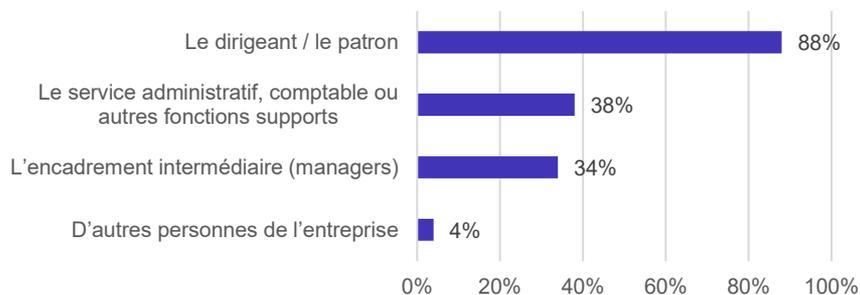
Source : Enquête Amnyos-LVDC (Base complète : 300 répondants)

Le dirigeant, un acteur particulièrement présent dans le recrutement

Lorsqu'un service ou un responsable RH existe dans l'entreprise, **le dirigeant ou le patron est impliqué dans une grande partie des recrutements réalisés (88%)**. Dans une moindre mesure, sont impliqués dans les démarches de recrutement des membres du **service administratif, comptable ou autres fonctions supports (38%)** et/ou des **managers (34%)**.

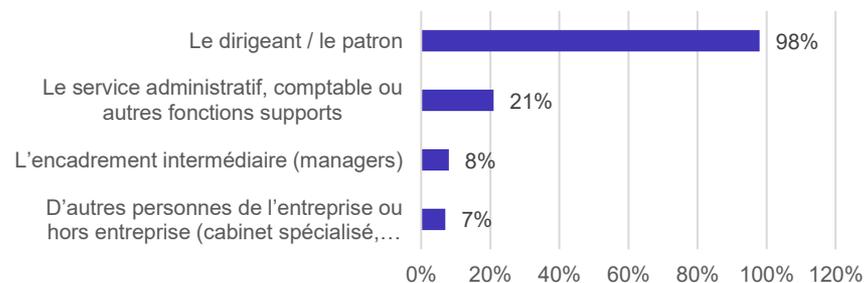
Lorsque l'entreprise ne dispose pas d'un service ou d'un responsable RH, **le dirigeant ou le patron constitue la principale figure impliquée dans le process de recrutement**. Les services administratifs, comptables et fonctions supports ainsi que les managers sont également moins fréquemment associés dans les recrutements dans les entreprises ne disposant ni d'un responsable ni d'un service RH qu'ils ne peuvent l'être dans les entreprises qui en possèdent.

Autres intervenants dans les projets de recrutement lorsque l'entreprise dispose d'un service ou d'un responsable RH (en %)

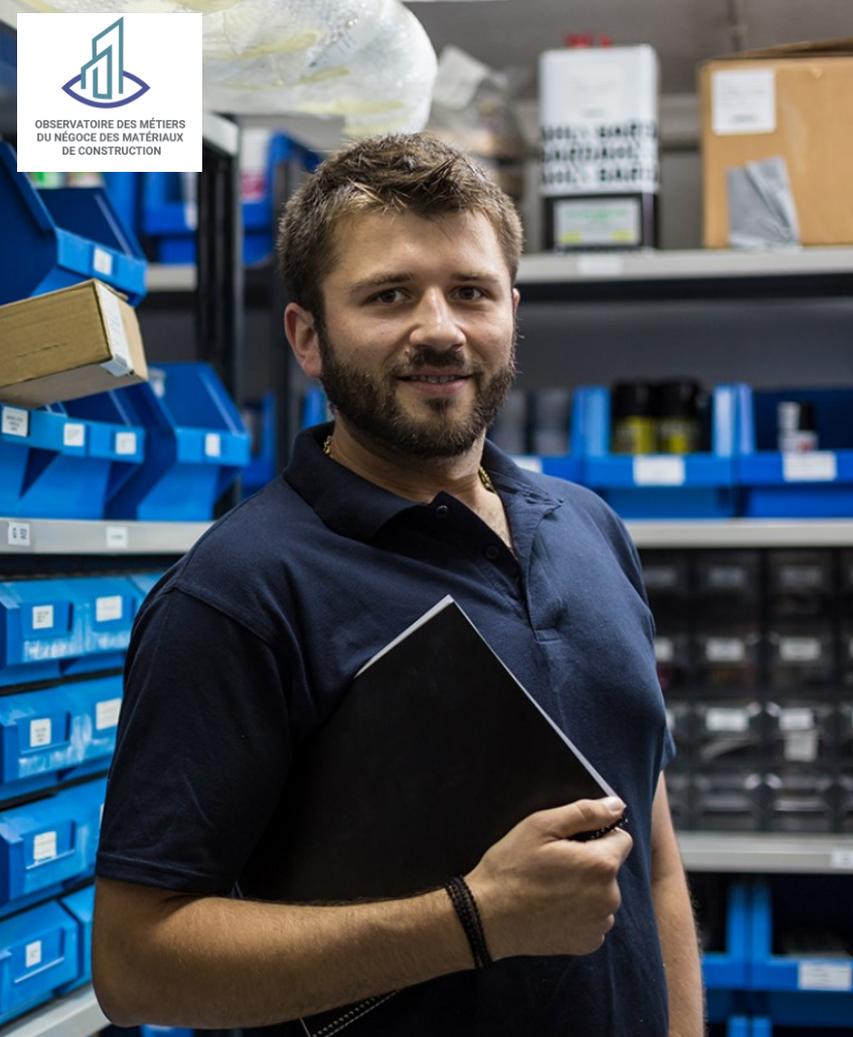


Source : Enquête Amnyos-LVDC (56 répondants ; entreprises disposant d'un service ou d'un responsable RH)

Intervenants dans les projets de recrutement lorsque l'entreprise ne dispose pas ni d'un service ni d'un responsable RH (en %)



Source : Enquête Amnyos-LVDC (244 répondants ; entreprises ne disposant pas d'un service ou d'un responsable RH)



OBSERVATOIRE DES MÉTIERS
DU NÉGOCE DES MATÉRIAUX
DE CONSTRUCTION

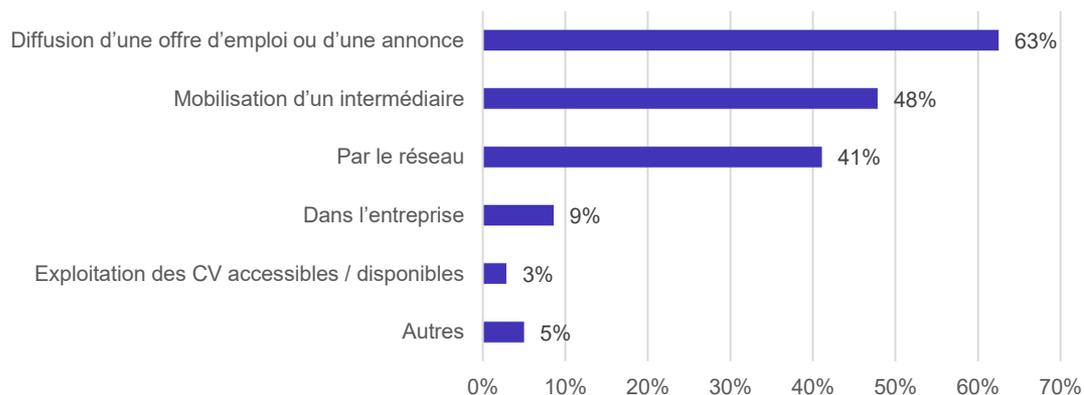
Les canaux mobilisés dans les démarches de recrutement



Trois canaux de recrutement principaux

Lorsque les entreprises ayant répondu à l'enquête s'engagent dans un ou plusieurs projet(s) de recrutement, **elles mobilisent différents canaux et relais**. Dans leurs démarches de recrutement, près de deux-tiers (63%) des entreprises répondantes **diffusent une offre d'emploi ou une annonce**. Dans une moindre mesure, près de la moitié des entreprises recourt à un **intermédiaire** et/ou mobilise le **réseau de l'employeur ou des salariés** (respectivement 48% et 41%).

Principaux canaux mobilisés par les entreprises dans leurs projets de recrutement (en %)



Source : Enquête Amnyos-LVDC (280 répondants ; 20 non-concernés)

La multiplication des canaux de diffusion des offres et de sourcing s'inscrit généralement dans une **stratégie de maximisation de la visibilité des entreprises et des opportunités de capter et attirer des candidats**. Dans le cadre des entretiens qualitatifs, les entreprises ont déclaré recourir au(x) :

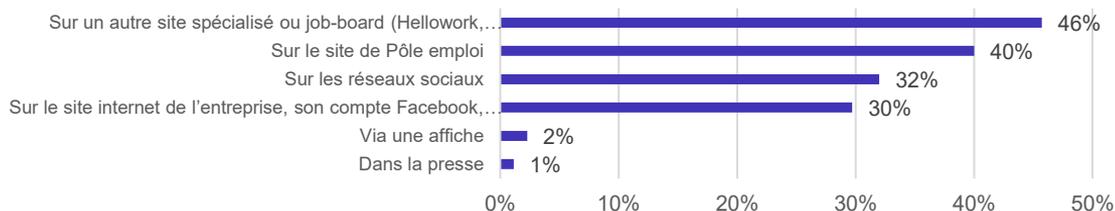
- Bouche-à-oreille (par les réseaux professionnels et des salariés) ;
- Job-boards et réseaux sociaux ;
- Agences Pôle emploi ;
- Agences de travail temporaire et cabinets de recrutements (notamment pour les recrutements les plus urgents) ;
- Conseillers de l'OPCO ;
- Salons et forums ;
- Ecoles et centres de formation.

Un recours privilégié à des canaux externes à l'entreprise

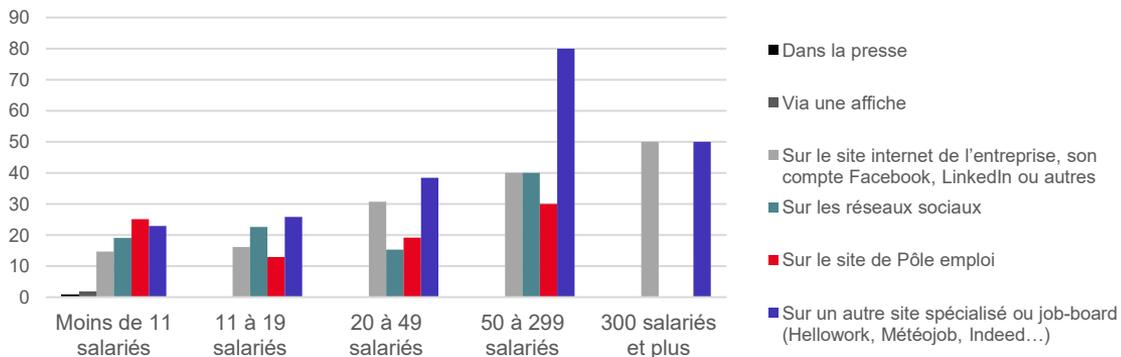
Lorsque les recrutements des entreprises s'appuient sur la diffusion d'une offre d'emploi ou d'une annonce (63% des entreprises répondantes), **les entreprises mobilisent en premier lieu des relais extérieurs** ; en effet, 46% des entreprises concernées diffusent une offre d'emploi ou une annonce sur un site spécialisé ou un *job-board* (HelloWork, Indeed, etc.), de même 40% des entreprises mobilisent le site Internet de Pôle emploi. **Les relais propres à l'entreprise sont mobilisés dans environ un tiers des recrutements** ; 32% des entreprises diffusent leurs offres ou leurs annonces sur les réseaux sociaux et/ou, dans 30% des cas, sur le site Internet de l'entreprise.

Le **recours à des sites spécialisés et des *job-board* ainsi qu'au site Internet, compte Facebook ou LinkedIn de l'entreprise semblent plus fréquent dans les plus grandes d'entre-elles**. A l'inverse, le recours au site Internet de Pôle emploi tendrait à diminuer à mesure que la taille des entreprises augmente.

Canaux mobilisés pour la diffusion d'une offre d'emploi ou d'une annonce (en %)



Canaux mobilisés pour la diffusion d'une offre ou d'une annonce selon la taille des entreprises (en %)



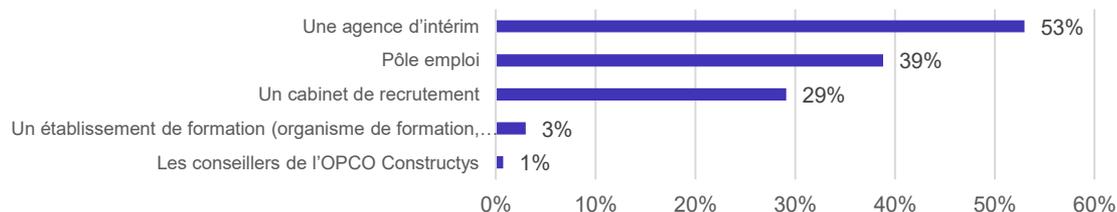
Les agences d'intérim, premier relais des entreprises

Les **agences d'intérim** constituent le **relais sollicité par la majorité des entreprises (53%)** mobilisant un intermédiaire dans leurs démarches de recrutement. Viennent ensuite les recours à **Pôle emploi (39%)** et aux **cabinets de recrutement (29%)**.

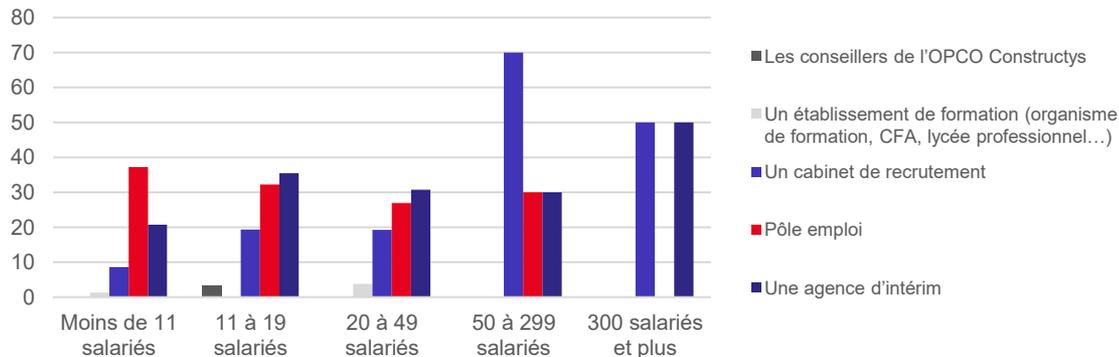
Les **agences d'intérim** ainsi que les **cabinets de recrutement** auraient tendance à être davantage des relais mobilisés par les entreprises les plus grandes. A l'inverse, le recours à Pôle emploi aurait tendance à reculer à mesure que la taille des entreprises augmente.

Non-significatif au regard des retours à l'enquête par questionnaire, les investigations qualitatives mettent en avant **un intérêt et un recours croissant à la formation en alternance**, en apprentissage pour des publics en formation initiale (BTS par exemple), en contrat de professionnalisation ou par la Pro-A (sur les CQP de la branche).

Intermédiaires sollicités par les entreprises pour leurs projets de recrutements (en %)



Intermédiaires sollicités par les entreprises pour leurs projets de recrutement selon leur taille (en %)

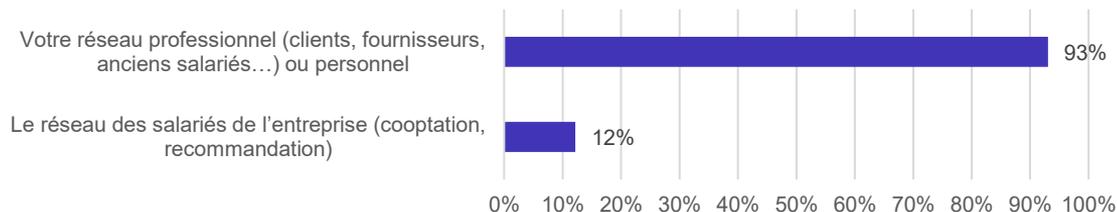


Une mobilisation importante du réseau professionnel

Au sujet des réseaux mobilisés par les entreprises, il s'agit **plus fréquemment des réseaux professionnels (93%) que des réseaux des salariés (12%)**. Le réseau professionnel est ici entendu comme le cercle des relations gravitant autour des destinataires de cette enquête (chef d'entreprise, membres du service RH).

Le réseau professionnel tendrait à être plus sollicité par les entreprises de grande taille.

Réseaux mobilisés par les entreprises pour leurs projets de recrutements (en %)



Réseaux mobilisés par les entreprises pour leurs projets de recrutement selon leur taille (en %)

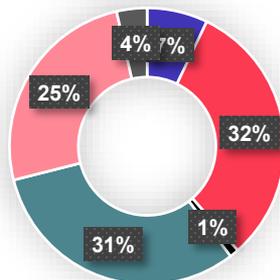


L'efficacité des différents canaux mobilisés

Environ un tiers des entreprises juge **la mobilisation du réseau** (de l'entreprise essentiellement) ou **la diffusion d'une offre d'emploi ou d'une annonce** (notamment par un site spécialisé ou un job-board, les réseaux sociaux ou sur le site de Pôle emploi) **comme le canal le plus efficace dans les démarches de recrutement.**

La mobilisation d'un intermédiaire (agences d'intérim, cabinets de recrutement et Pôle emploi). **est jugée comme le canal le plus efficace par une proportion un peu moindre des répondants, soit un quart des entreprises (25%).**

Canaux jugés les plus efficaces par les entreprises pour leurs recrutements (en %)



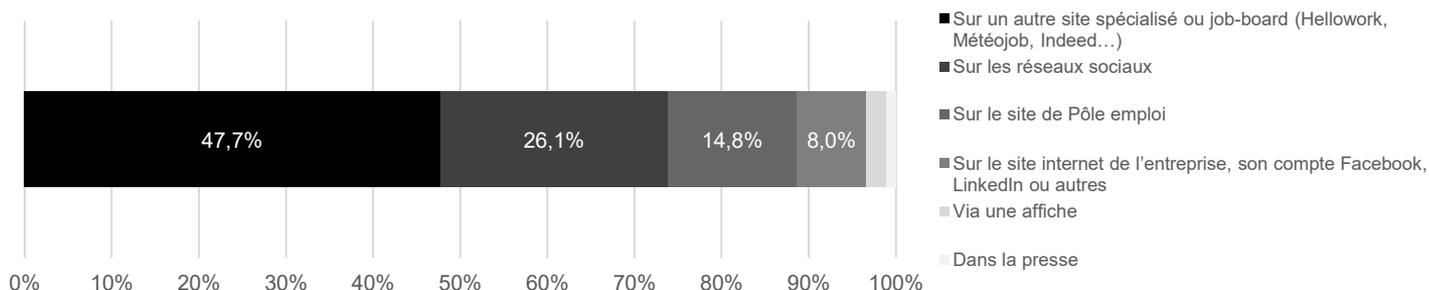
- Dans l'entreprise
- Par le réseau
- Exploitation des CV accessibles / disponibles
- Diffusion d'une offre d'emploi ou d'une annonce
- Mobilisation d'un intermédiaire
- Autres

Source : Enquête Amnyos-LVDC (280 répondants ; 20 non-concernés)

L'efficacité des différents canaux mobilisés

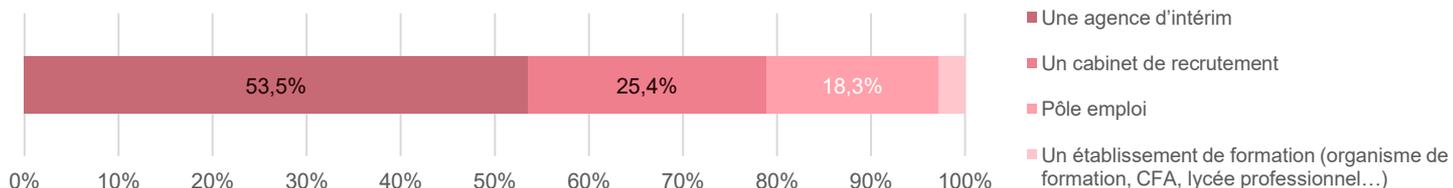
Détail des canaux jugés les plus efficaces en cas de diffusion d'une offre ou de recours à un intermédiaire

Canaux jugés les plus efficaces lorsqu'il s'agit de diffuser une annonce ou une offre d'emploi (en %)



Source : Enquête Amnyos-LVDC (88 répondants ; Entreprises jugeant la diffusion d'offres d'emploi ou d'annonces comme le canal le plus efficace)

Canaux jugés les plus efficaces lorsqu'il s'agit de recourir à un intermédiaire (en %)

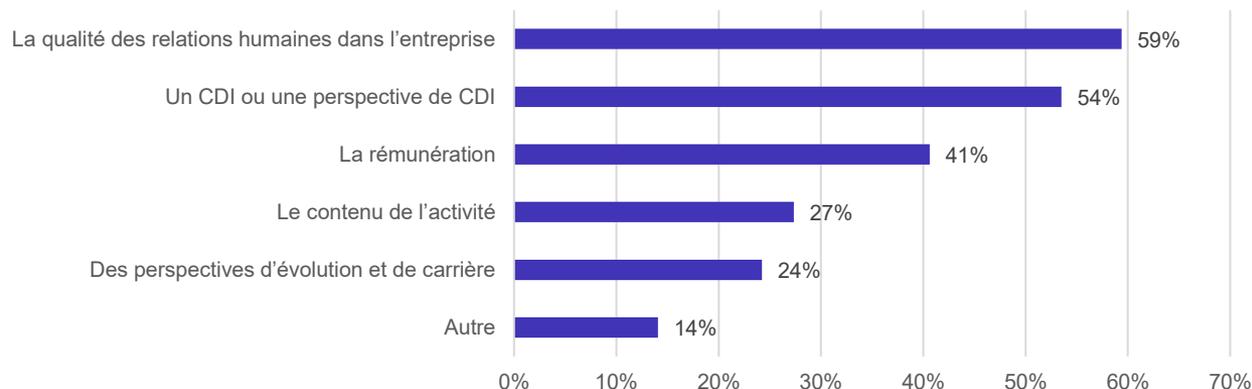


Source : Enquête Amnyos-LVDC (71 répondants ; Entreprises jugeant la mobilisation d'un intermédiaire comme le canal le plus efficace)

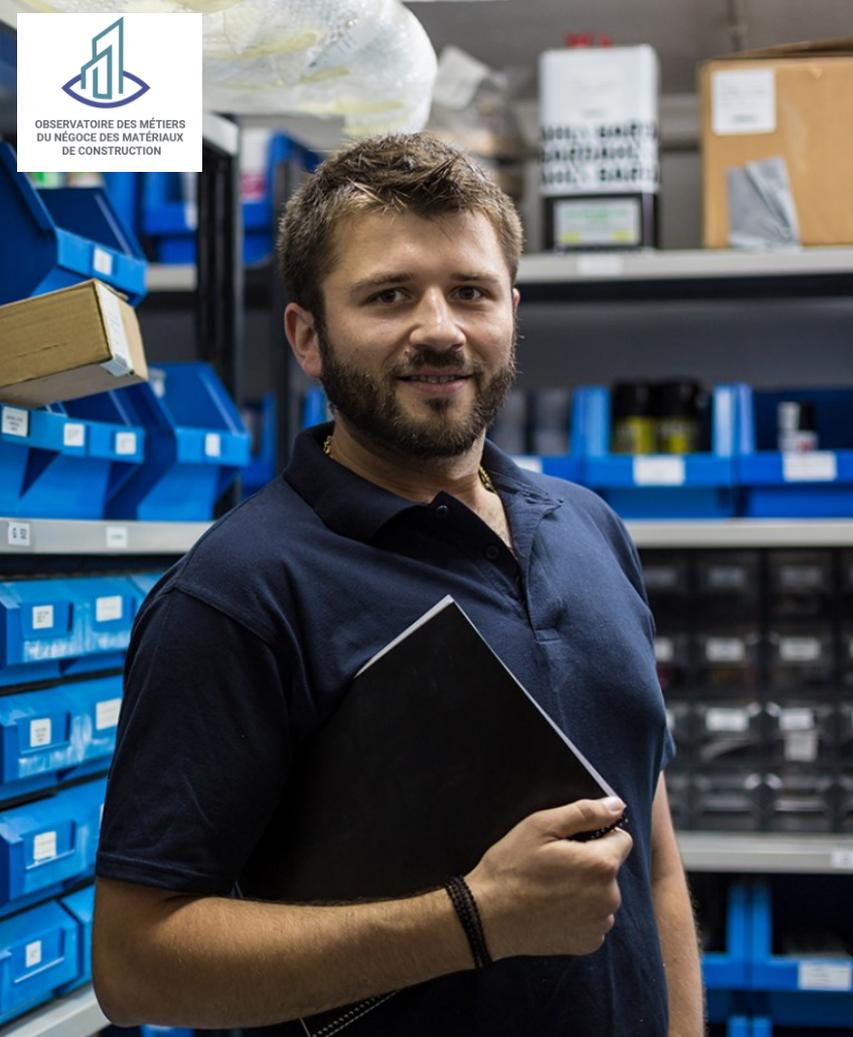
Les arguments mis en avant dans les offres d'emploi

Dans leurs offres d'emploi, les employeurs mettent en avant, en premier lieu, la qualité des relations humaines dans l'entreprise (59%) ainsi que le CDI ou la perspective de CDI auprès des candidats potentiels (54%). La rémunération (directe ou indirecte) n'est mise en avant que dans un tiers des offres d'emploi publiées par les entreprises répondantes (41%) .

Arguments mis en avant par les entreprises dans leurs offres d'emploi (en %)



Source : Enquête Amnyos-LVDC (257 répondants ; Entreprises publiant ou ayant déjà publié une offre d'emploi)



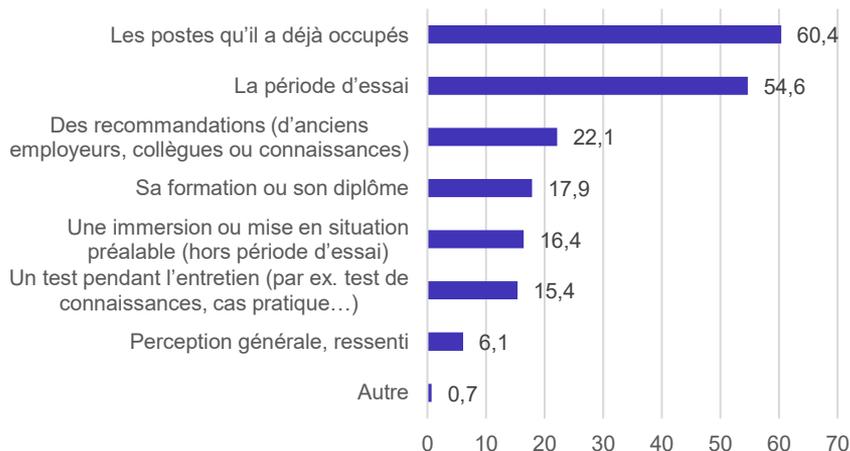
La sélection des candidats



Des évaluations des connaissances et savoir-faire peu formalisées

L'évaluation des connaissances et savoir-faire au moment du recrutement passe, dans six entreprises sur dix, par l'**appréciation des postes précédemment occupés**. Plus de la moitié (54.6%) des entreprises fonde leur appréciation des candidatures sur la **période d'essai**, une fois le recrutement réalisé.

Critères mobilisés pour évaluer les connaissances et savoir-faire des candidats (en %)



La **présence d'un service ou d'un responsable RH est généralement synonyme d'une évaluation plus formalisée des connaissances et savoir-faire** ; l'organisation de tests ou d'immersions préalables sont en effet plus nombreuses dans les entreprises qui en disposent. A l'inverse, 7.5% des entreprises qui ne disposent ni d'un service ni d'un responsable RH fonde leur évaluation sur leur perception générale, le ressenti lors de l'entretien.

Critères d'évaluation des connaissances et savoir-faire des candidats	Présence d'un responsable ou d'un service RH	Absence d'un responsable ou d'un service RH
Les postes qu'il a déjà occupés	64.8%	59.3%
La période d'essai	66.7%	51.8%
Des recommandations	22.2%	22.1%
Sa formation ou son diplôme	24.1%	16.4%
Une immersion ou mise en situation préalable	22.2%	15.0%
Test pendant l'entretien	18.5%	14.6%
Perception générale, ressenti	-	7.5%
Autre	1.9%	0.4%

Des évaluations des savoir-être peu formalisées

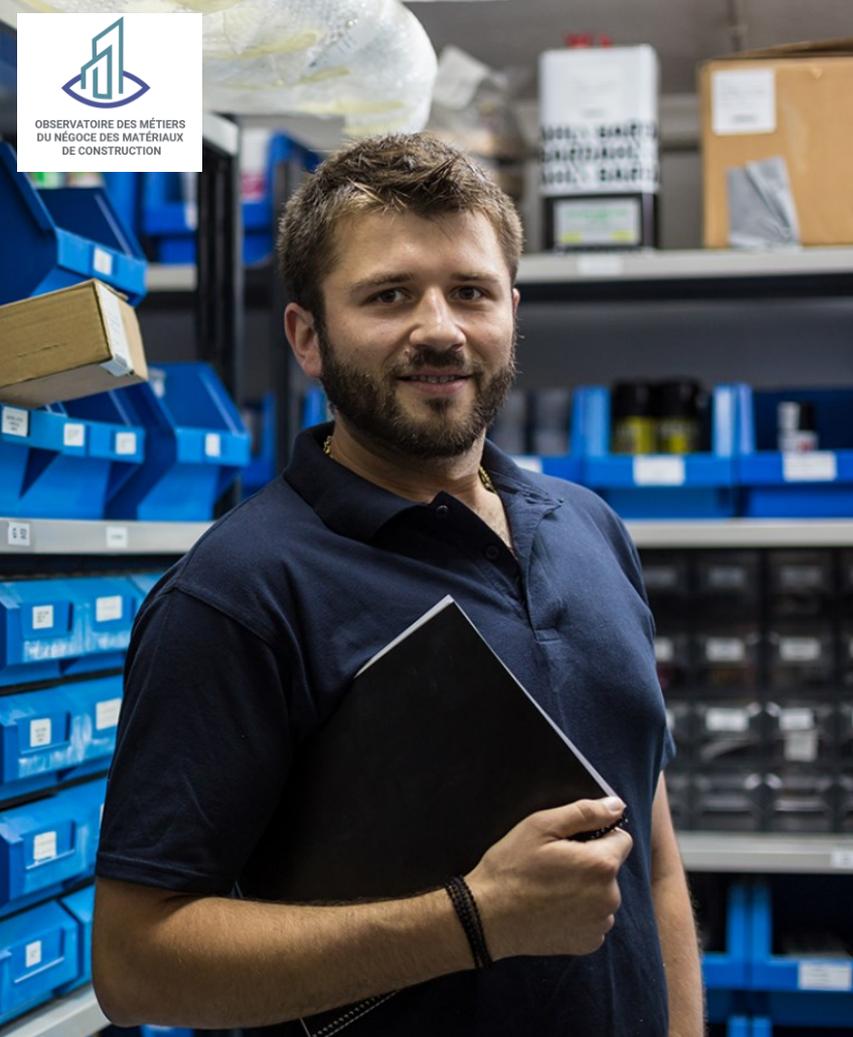
L'évaluation du savoir-être des candidats n'est que très rarement formalisée. En effet, trois-quarts des entreprises (74.3%) misent sur le ressenti lors des entretiens de recrutement et 41.8% des employeurs évaluent les savoir-être lors de la période d'essai, une fois le recrutement réalisé. Les immersions en situation et test durant l'entretien ne sont mobilisés que par 14% et 8% des employeurs.

Critères mobilisés pour évaluer le savoir-être des candidats (en %)



La présence d'un service RH est généralement gage d'un recours relativement plus fréquent à des tests ou immersions, mais le ressenti lors de l'entretien et à l'attente de la période d'essai demeurent très prégnants.

Critères d'évaluation des savoir-être des candidats	Présence d'un responsable ou d'un service RH	Absence d'un responsable ou d'un service RH
Le ressenti lors de l'entretien	87.0%	71.2%
La période d'essai	51.9%	39.4%
Les postes déjà occupés	22.2%	19.5%
Des recommandations	27.8%	15.9%
Une immersion ou mise en situation préalable	16.7%	13.3%
Test pendant l'entretien	14.8%	6.2%
Autre	1.9%	4.9%



OBSERVATOIRE DES MÉTIERS
DU NÉGOCE DES MATÉRIAUX
DE CONSTRUCTION

L'accueil et l'intégration des nouveaux embauchés



Un accueil et une intégration peu formalisés

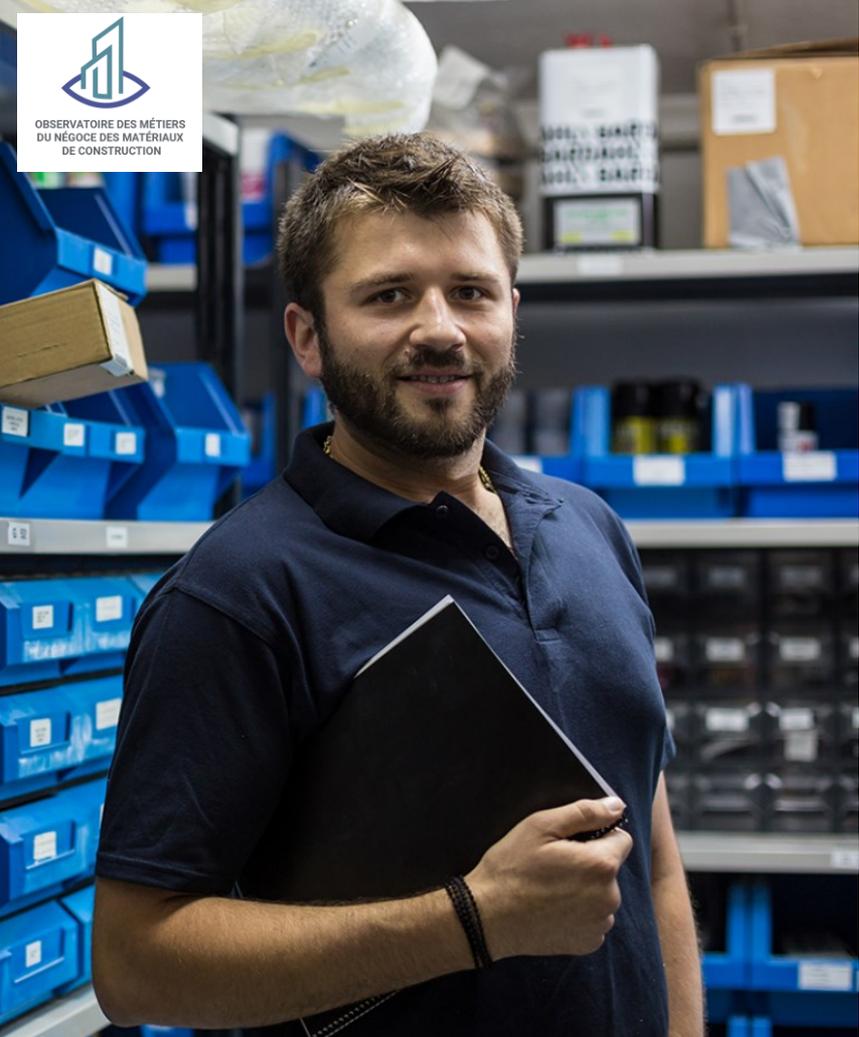
L'accueil et l'intégration des nouveaux salariés dans les entreprises passent, dans la moitié des entreprises (51.6%) par l'organisation de **moments collectifs et de convivialité**. Lorsqu'il y a formalisation de la période d'accueil et d'intégration, celle-ci passe dans 40% par la **désignation d'un tuteur** et/ou dans un quart des cas par un **entretien au cours de la période d'essai**. Lorsqu'elles évoquent d'autres modalités, les entreprises évoquent généralement une visite du nouveau collaborateur sur les différents sites et auprès des différentes équipes de l'entreprise. A noter que 12.5% des entreprises ne prévoient aucune démarche pour favoriser l'accueil et l'intégration des nouveaux salariés.

L'accueil et l'intégration sont plus fréquemment formalisés dans les entreprises disposant d'un accueil ou d'un service RH (5.5% ne mobilisent aucun outil pour l'accueil et l'intégration contre 14.2% des entreprises ne disposant ni d'un service ni d'un responsable RH) : désignation d'un tuteur, entretien durant la période d'essai, livret d'accueil, etc.

Outils et démarches mis en place pour favoriser l'accueil et l'intégration des nouveaux salariés (en %)



Outils et démarches pour favoriser l'accueil et l'intégration des nouveaux salariés	Présence d'un responsable ou d'un service RH	Absence d'un responsable ou d'un service RH
Des moments collectifs de convivialité	50.9%	51.8%
Désignation d'un tuteur ou référent	54.5%	37.2%
Entretien au cours de la période d'essai	38.2%	21.7%
Un livret d'accueil	30.9%	13.3%
Autre	10.9%	4.0%
Aucun	5.5%	14.2%



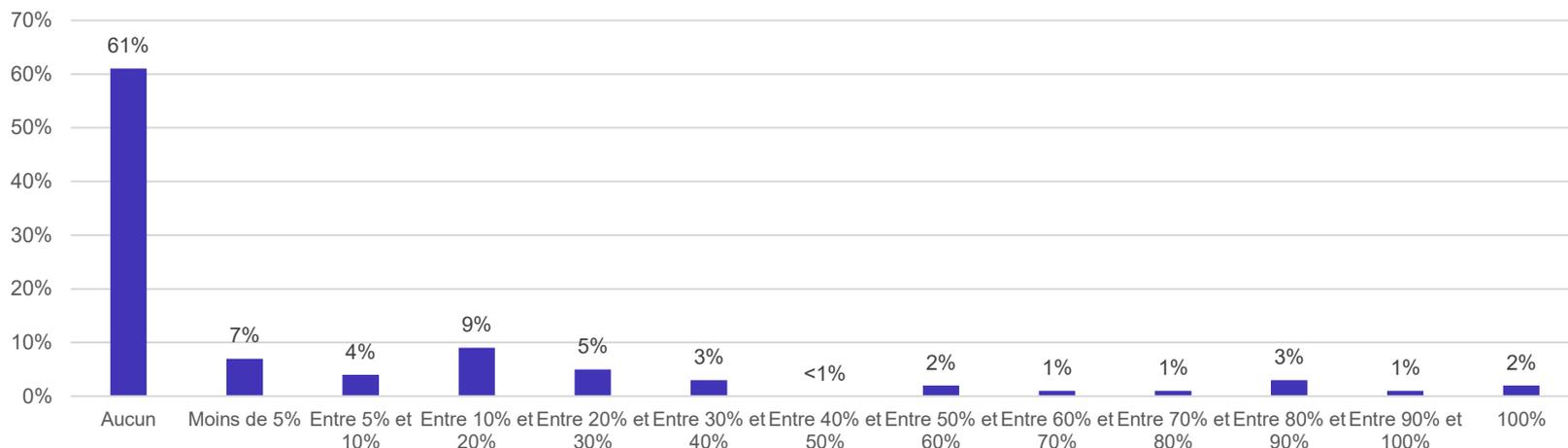
Le *turn-over* des effectifs recrutés



Des départs relativement peu fréquents dans l'année qui suit le recrutement

61% des entreprises admettent que les recrutements réalisés ne se soldent jamais par le départ des recrutés au cours de l'année qui suit le recrutement. En moyenne, 11% des recrutements réalisés par les entreprises répondantes aboutissent à un départ des nouveaux recrutés au cours de l'année qui suit le recrutement.

Part estimée des salariés quittant l'entreprise moins d'un an après leur recrutement (en %)



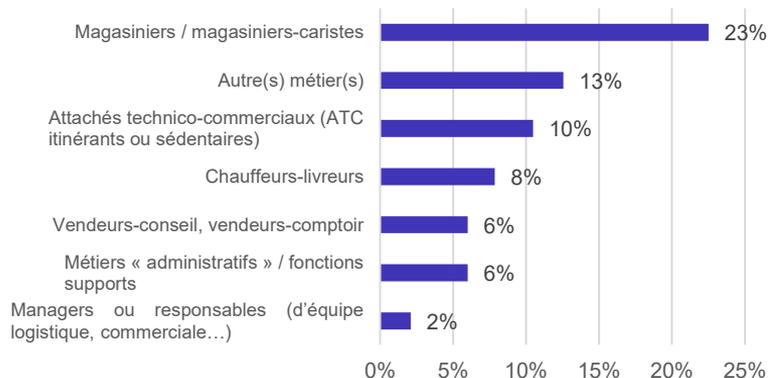
Source : Enquête Amnyos-LVDC (260 répondants ; 40 non-concernés)

Les métiers confrontés au turn-over et leurs raisons

Lorsque les entreprises se disent confrontées à une problématique de turn-over (40% de l'échantillon), cette problématique concerne essentiellement les **métiers de magasinier ou de magasinier-cariste** (23% des entreprises connaissant une problématique de turn-over).

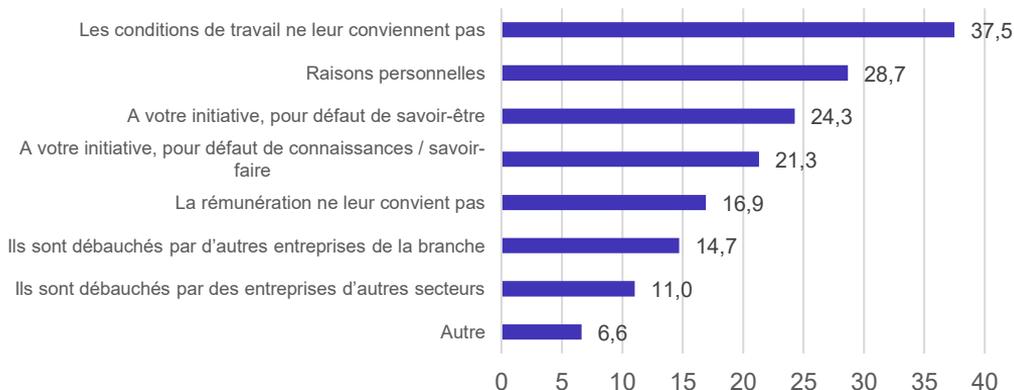
Pour les entreprises qui identifient des problématiques de turn-over, **les raisons sous-jacentes sont le plus souvent liées aux initiatives des salariés**. En effet, pour un-tiers des entreprises, ces problématiques de turn-over sont sous-tendues par des **conditions de travail insatisfaisantes** liées à l'exercice des métiers concernés (37.5%) et, pour des **raisons personnelles** (28.7%). Les employeurs sont, du retour des entreprises elles-mêmes, à l'initiative du turn-over lorsque les savoir-être sont jugés insatisfaisants (24%) ou pour des défauts de connaissances ou de savoir-faire (21%).

Métiers particulièrement confrontés à une problématique de turn-over (en %)



Source : Enquête Amnyos-LVDC (109 répondants ; 191 non-concernés)

Principales raisons évoquées pour expliquer les problématiques de turn-over (en %)



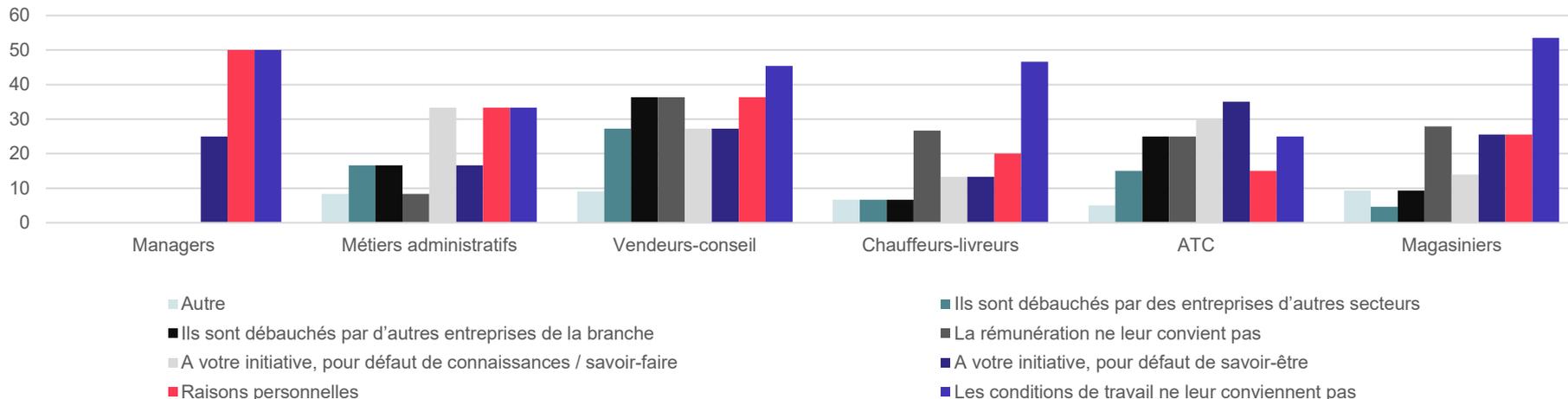
Source : Enquête Amnyos-LVDC (140 répondants ; 160 non-concernés)

Une problématique de *turn-over* expliqué par les conditions de travail

Les raisons évoquées par les entreprises pour expliquer les problématiques de *turn-over* sont diverses selon les métiers :

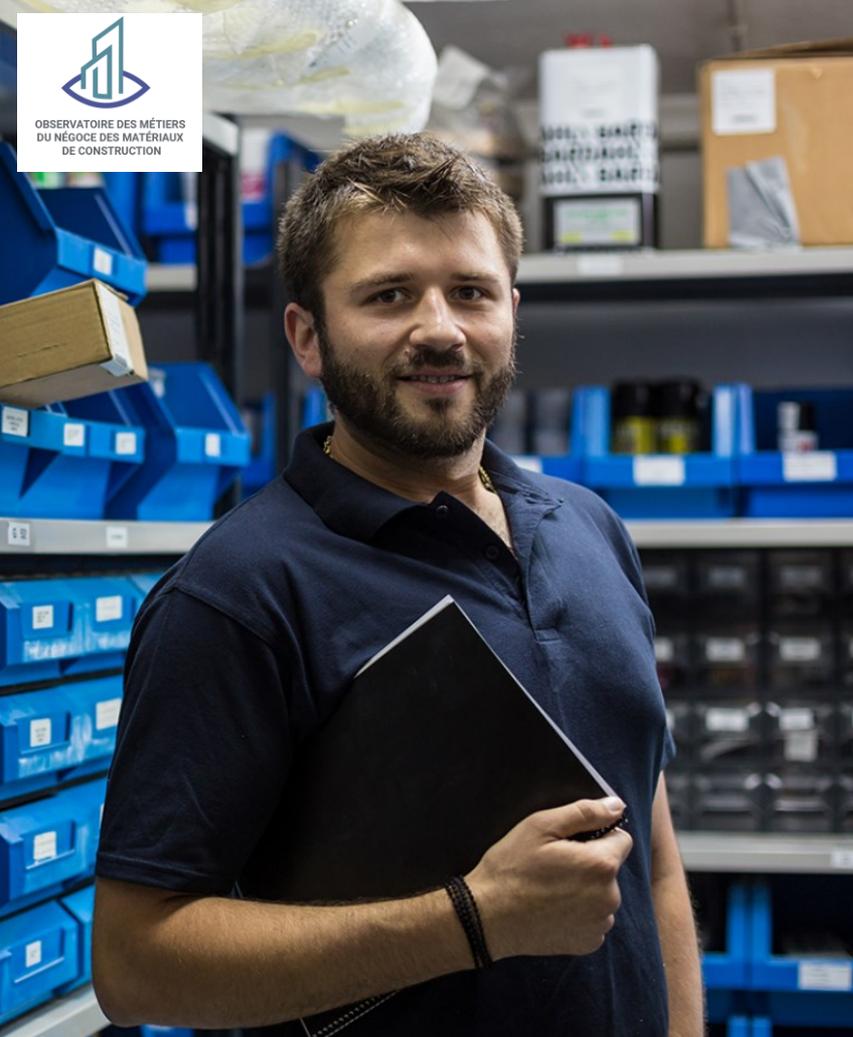
- Les conditions de travail constituent le principal facteur explicatif du *turn-over* des magasiniers (53.5% des entreprises concernées par une problématique de *turn-over* sur ce métier), des chauffeurs-livreurs (46.7%) et des vendeurs-conseil (45.5%) ;
- Les raisons personnelles sont évoquées pour expliquer le *turn-over* de l'ensemble des métiers ;
- L'entreprise semble plus fréquemment être à l'initiative de ce *turn-over* pour les métiers d'attaché technico-commercial (35% des entreprises disent être à l'origine du *turn-over* pour défaut de savoir-être et 30% pour défaut de connaissances ou de savoir-faire).
- La rémunération est davantage évoquée pour le *turn-over* que connaissent les vendeurs-conseil (36.4%).

Raisons du *turn-over* selon les métiers (en %)





La satisfaction des entreprises vis-à-vis de leurs pratiques de recrutement



Des entreprises satisfaites de leurs capacités à attirer des candidats

Les entreprises interrogées sont globalement satisfaites de leurs capacités à trouver des candidats : 68% se disent plutôt satisfaites et 13% très satisfaites.

Cette satisfaction est globalement partagée par toutes les entreprises ayant répondu à l'enquête **sans distinctions majeures** selon la taille de l'entreprise (même si les quelques insatisfactions sont exprimées par les plus petites entreprises), la présence ou non d'un service ou d'un responsable RH ou selon les métiers pour lesquels ont eu lieu des recrutements au cours des deux dernières années.

Satisfaction des entreprises vis-à-vis de la capacité de leurs pratiques de recrutement pour trouver des candidats (en %)



Source : Enquête Amnyos-LVDC (286 répondants ; 14 ne savent pas)

Des entreprises satisfaites de leurs capacités à tester les connaissances et savoir-faire des candidats

Les entreprises interrogées sont globalement satisfaites de leurs capacités à évaluer les connaissances et savoir-faire des candidats : 63% se disent plutôt satisfaites et 16% très satisfaites.

Cette satisfaction est globalement partagée par toutes les entreprises ayant répondu à l'enquête sans distinctions majeures selon la taille de l'entreprise, la présence ou non d'un service ou d'un responsable RH ou selon les métiers pour lesquels ont eu lieu des recrutements au cours des deux dernières années.

Satisfaction des entreprises vis-à-vis de leurs pratiques de recrutement pour tester les connaissances et savoir-faire des candidats (en %)



Source : Enquête Amynos-LVDC (289 répondants ; 11 ne savent pas)

Des entreprises satisfaites de leurs capacités à évaluer le savoir-être des candidats

Les entreprises interrogées sont globalement satisfaites de leurs capacités à évaluer le savoir-être et la motivation des candidats : 67% se disent plutôt satisfaites et 16% très satisfaites.

Cette satisfaction est globalement partagée par toutes les entreprises ayant répondu à l'enquête sans distinctions majeures selon la taille de l'entreprise, la présence ou non d'un service ou d'un responsable RH ou selon les métiers pour lesquels ont eu lieu des recrutements au cours des deux dernières années.

Satisfaction des entreprises vis-à-vis de leurs pratiques de recrutement pour tester le savoir-être et la motivation des candidats (en %)



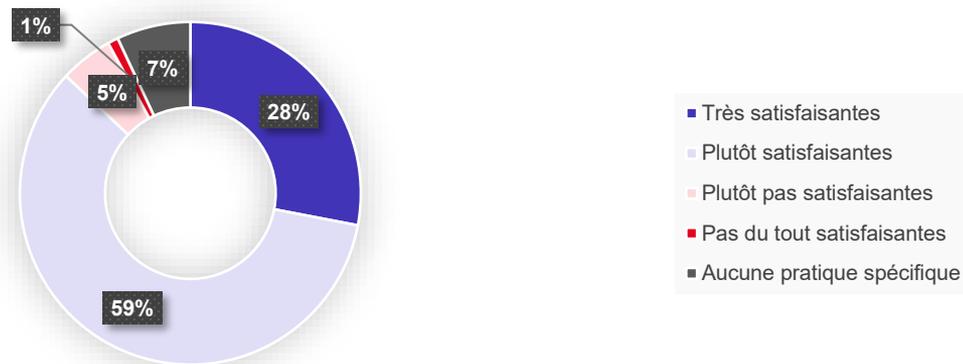
Source : Enquête Amnyos-LVDC (285 répondants ; 15 ne savent pas)

Des entreprises satisfaites de leurs capacités à intégrer et fidéliser les nouveaux embauchés

Les entreprises interrogées sont globalement satisfaites de leurs capacités à intégrer et fidéliser les nouveaux embauchés : 63% se disent plutôt satisfaites et 28% très satisfaites.

Cette satisfaction est globalement partagée par toutes les entreprises ayant répondu à l'enquête sans distinctions majeures selon la taille de l'entreprise, la présence ou non d'un service ou d'un responsable RH ou selon les métiers pour lesquels ont eu lieu des recrutements au cours des deux dernières années.

Satisfaction des entreprises vis-à-vis de leurs pratiques de recrutement pour intégrer et fidéliser les personnes recrutées (en %)



Source : Enquête Amnyos-LVDC (285 répondants ; 15 ne savent pas)



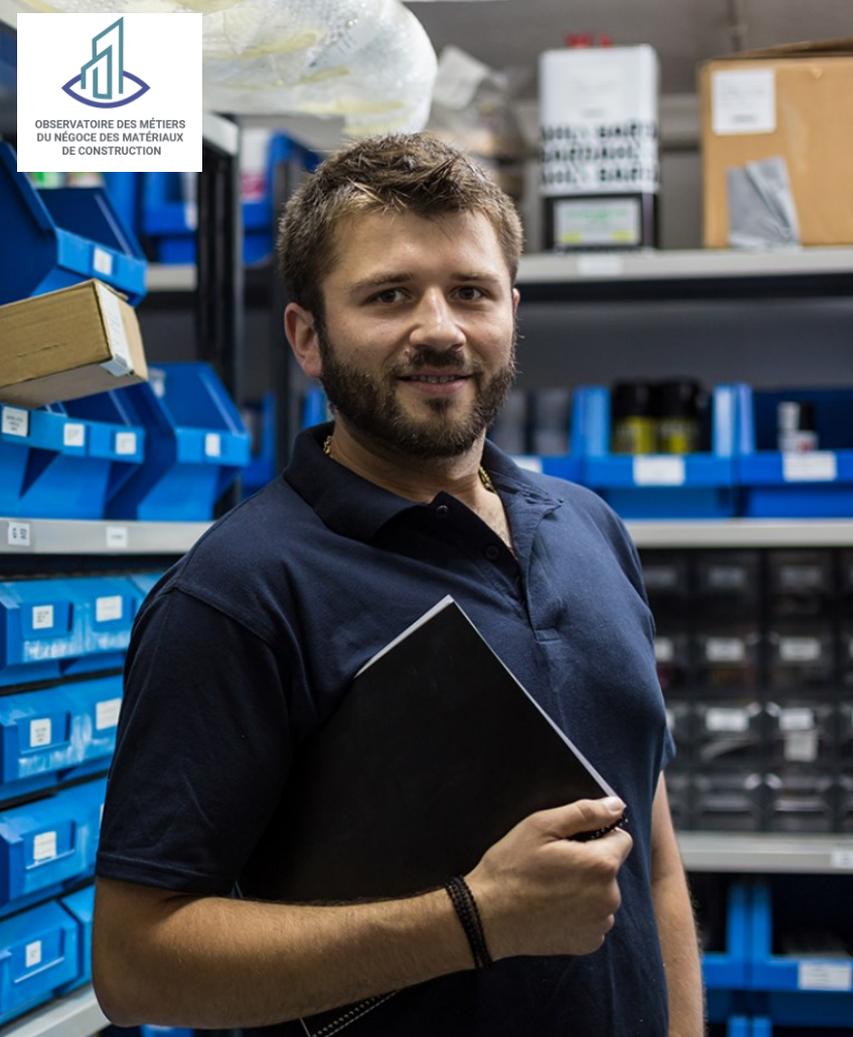
OBSERVATOIRE DES MÉTIERS
DU NÉGOCE DES MATÉRIAUX
DE CONSTRUCTION

04

Evolutions des métiers et projections des recrutements dans les entreprises

23/05/2024





OBSERVATOIRE DES MÉTIERS
DU NÉGOCE DES MATÉRIAUX
DE CONSTRUCTION

Les évolutions à l'œuvre sur les métiers du négoce des matériaux de construction

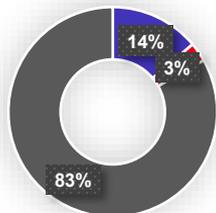


Les évolutions relatives à la transition écologique et énergétique

L'**augmentation des exigences environnementales**, issues à la fois de la nouvelle réglementation énergétique (RE2020) et des attentes des clients, induit de nombreuses évolutions technologiques dans la construction et remodèle le conseil technique (des professionnels de la force de vente : attachés technico-commerciaux et vendeurs-conseil notamment). Dans le sillage des évolutions réglementaires en matière de transition écologique et énergétique, des évolutions en termes de **recours à des matériaux « nouveaux »** par les professionnels de la Construction peuvent être à prévoir (matériaux bio et géo-sourcés par exemple), de même que le **moindre recours voire l'abandon de certains matériaux**. L'évolution des catalogues des entreprises du négoce des matériaux de construction vient moins remettre en question les compétences relevant du domaine « commercial » que celles relevant du domaine de la « construction ». Il s'agit pour les professionnels d'acquérir de nouvelles connaissances en matière d'utilisation des nouveaux produits disponibles à la vente, de leurs conditions d'emploi, *etc.*

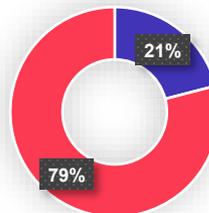
Du retour des entretiens réalisés auprès des entreprises de la branche, les impacts liés à cette évolution sur leur activité ne sont encore que très faiblement perceptibles et les impacts sur les salariés et besoins en compétences relativement incertains (du retour des entreprises ayant répondu au questionnaire).

Anticipation des enjeux liés à la transition énergétique sur les évolutions des effectifs (en %)



- Une hausse des effectifs de certains métiers.
- Une baisse des effectifs de certains métiers
- Ne sait pas prévoir les évolutions

Point de vue des entreprises sur les effets de la transition énergétique sur les métiers de la branche (en %)



- Aboutir à l'émergence de nouveaux métiers
- Demander des nouvelles compétences dans le cadre des métiers existants

La digitalisation des activités et de la relation-client

D'après l'[Etude prospective sur l'évolution des métiers et des compétences en lien avec la transition numérique dans les entreprises du négoce des matériaux de construction](#), nombreuses sont les entreprises du négoce des matériaux de construction à mobiliser des **outils digitaux pour leur communication** (site Internet, compte sur les réseaux sociaux, *etc.*) à un large public.

En revanche, elles sont peu nombreuses à utiliser des **outils numériques dans la relation de l'entreprise avec ses clients** (compte personnel client, *click and collect*, achat depuis le site Internet, *etc.*). Or, développer de telles solutions revêt un caractère stratégique pour les entreprises du Négoce des matériaux de construction dans la mesure où elles permettent de :

- Continuer / développer la vente en ligne ;
- Concurrencer des acteurs dont l'activité repose exclusivement sur la vente en ligne ;
- Développer une clientèle de particuliers.

Le développement de telles solutions suppose également des besoins en compétences nouvelles, et cela pour la quasi-totalité des métiers présents au sein des entreprises du négoce des matériaux de construction. A différents niveaux d'exigence, certaines montées en compétences s'avèrent nécessaires en termes de :

- Analyses et *reporting* des données ;
- Utilisation des outils digitaux (ordinateurs, tablettes, *etc.*).

Métiers administratifs et fonctions supports

- Automatisation de la gestion de certaines tâches administratives à « faible valeur ajoutée » (par exemple le traitement et le suivi des commandes) ;
- Déploiement de communications digitales impliquant la maîtrise des leviers du marketing digital pour accroître la visibilité des produits et de la marque et le développement de nouveaux outils pour la force de vente ;
- Multiplication des sujets SI/IT dans les sphères commerciales, logistiques et administratives (ERP, gestion dématérialisée, SIRH, *etc.*).

Métiers du management (chefs d'agence ou de dépôt, responsables d'équipes)

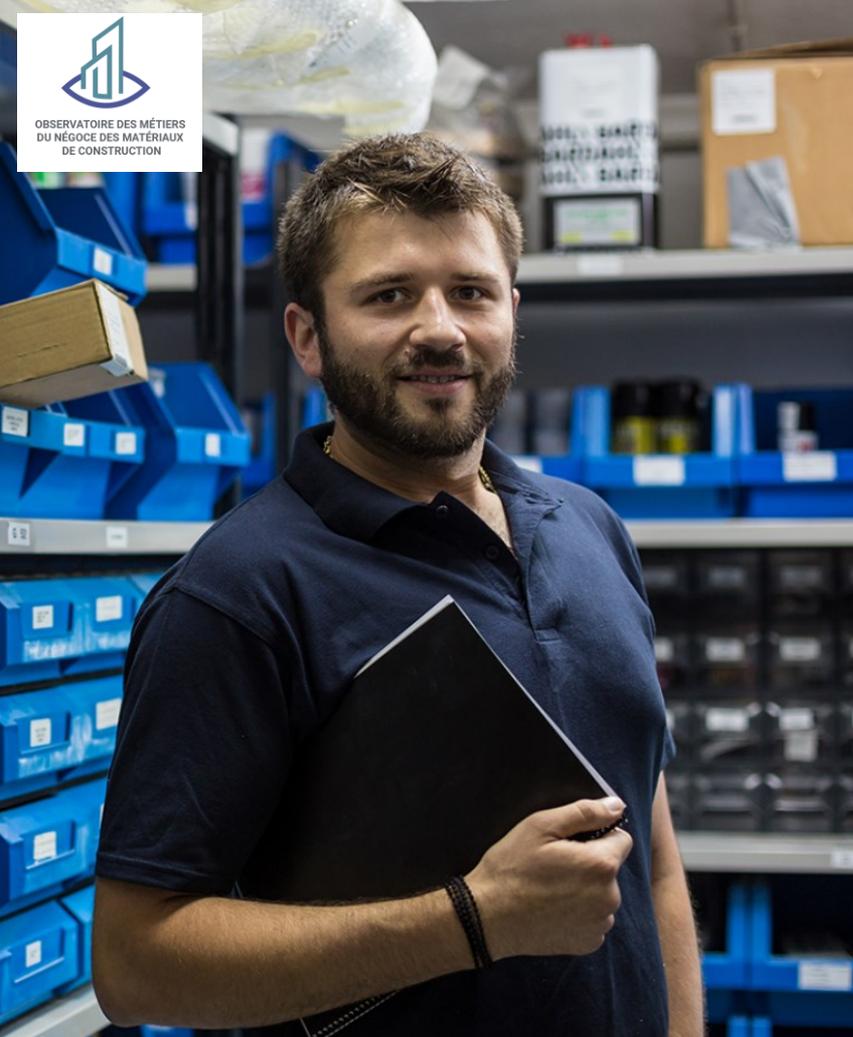
- Renforcement de l'analyse des flux de données (implémentation de logiciels de gestion) ;
- Développement des compétences de pilotage et d'interprétation des indicateurs ;
- Accompagnement du changement auprès de leurs équipes.

Métiers de la force de vente (ATC et vendeurs-conseil)

- Diversification des cibles de clients potentiels nécessitant une adaptation de l'approche commerciale et de la gestion de différents canaux de vente ;
- Maîtrise des outils de la relation-client (CRM par exemple) ;
- Communication digitale (sur Internet et sur les réseaux sociaux).

Métiers de la logistique (magasiniers et chauffeurs-livreurs)

- Utilisation d'outils numériques et digitaux pour les inventaires et la gestion des stocks ;
- Optimisation des tournées de livraison (à l'aide d'outils numériques) ;
- Enregistrement des tournées, livraisons et sorties de stocks par des outils numériques.



Les tendances d'évolution des effectifs à l'avenir



Des entreprises en difficulté pour percevoir les évolutions de leurs effectifs

Les entreprises interrogées dans le cadre d'entretiens qualitatifs s'avèrent nombreuses à exprimer des **difficultés quant à l'anticipation des évolutions de leurs effectifs** (quelle qu'en soit la tendance).

A très court terme (sur l'année 2024 notamment), les entreprises se font l'écho de **projections relativement pessimistes** en raison de plusieurs facteurs parmi lesquels :

- Une diminution des constructions neuves ;
- Un impact des Jeux Olympiques et paralympiques de Paris 2024 (*a fortiori* pour les entreprises franciliennes) ;
- Une hausse des coûts sur les matières premières et le transport ;

A plus long terme, les entreprises misent sur un **effet de rattrapage** et sur une **croissance de la demande** au regard des enjeux liés à la transition énergétique et écologique sans pouvoir néanmoins en estimer l'ampleur, la temporalité et les impacts directs sur les emplois et les recrutements.

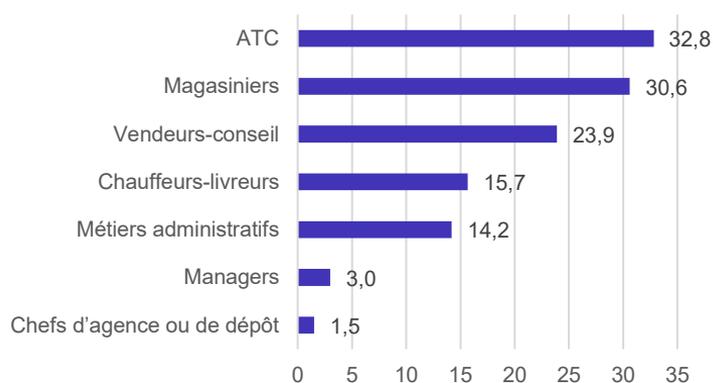
Dans ce contexte d'incertitude, les **départs à la retraite** demeurent la principale source de quantification des besoins en recrutement (par un effet de compensation). Les créations nettes d'emplois sont en revanche bien plus incertaines.

Des évolutions d'effectifs incertaines

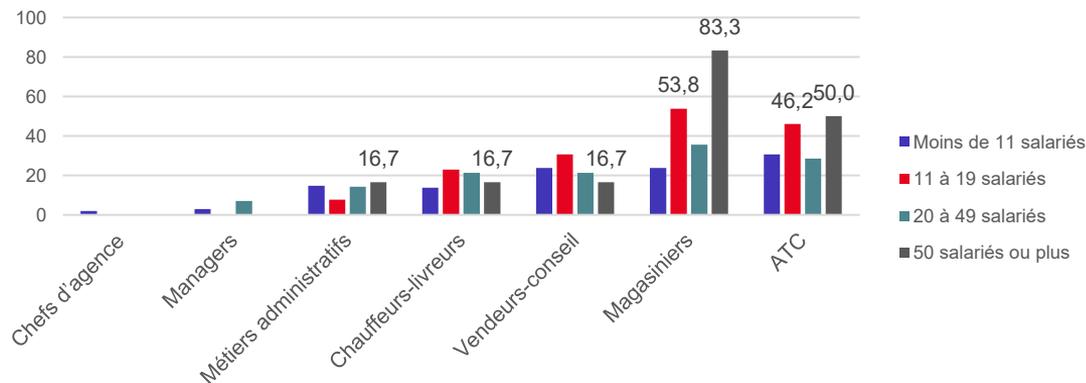
Plus de la moitié (55.3%) des entreprises répondantes affirme ne pas savoir quels sont les métiers pour lesquels leurs effectifs seront amenés à augmenter au cours des trois prochaines années. Cette incertitude concerne aussi bien des entreprises disposant d'un service ou d'une responsable RH que celles qui n'en ont pas.

Pour les entreprises qui envisagent des hausses d'effectifs, il s'agit en premier lieu des métiers d'**attaché technico-commercial** (32.8%), de **magasinier ou de magasinier-cariste** (30.6%) et de **vendeur-conseil** (23.9%). Sur l'ensemble des métiers, le nombre d'entreprises anticipant des évolutions à la hausse est similaire ; à l'exception des métiers de magasinier et d'attaché technico-commercial pour lesquels les entreprises de plus de 50 salariés sont plus nombreuses à envisager des hausses d'effectifs (respectivement 83.3% et 50%). Les entreprises de 11 à 19 salariés sont également nombreuses à envisager des évolutions sur ces métiers (respectivement 53.8% et 46.2%).

Métiers pour lesquels les entreprises envisagent des hausses d'effectifs (en %)



Métiers pour lesquels les entreprises envisagent des hausses d'effectifs selon leur taille (en %)

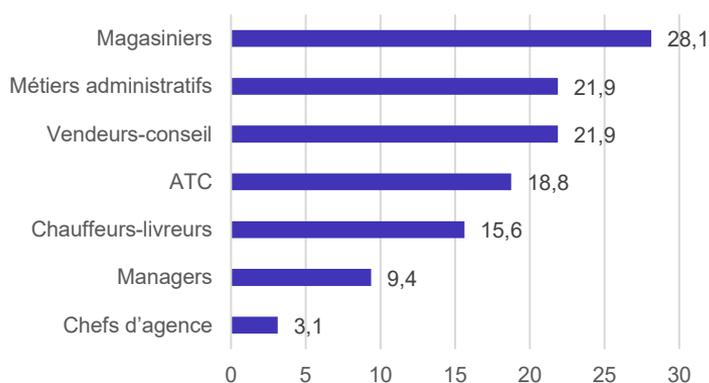


Des évolutions d'effectifs incertaines

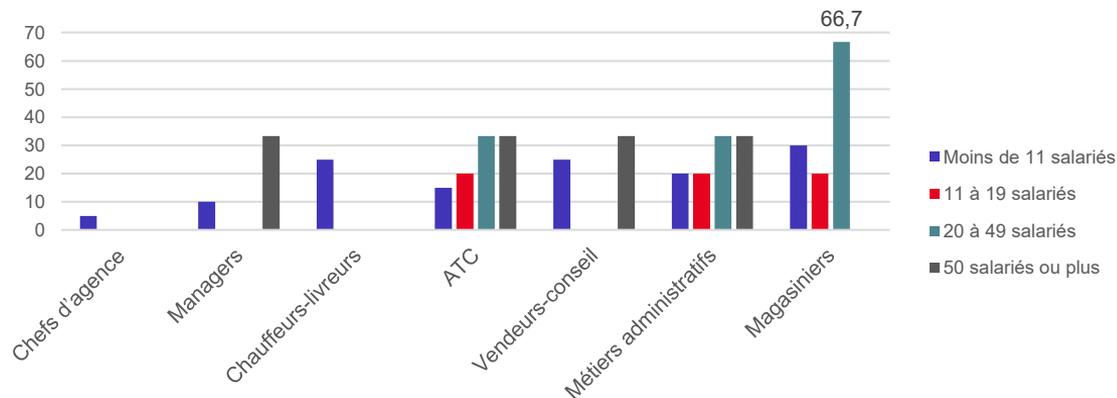
89.3% des entreprises répondantes ne savent pas anticiper si des baisses d'effectifs auront lieu parmi les différents métiers. L'incertitude quant à la baisse des effectifs est plus fréquente dans les petites entreprises (moins de 11 salariés) (91.3%) que dans les autres entreprises (82.6% des entreprises de plus de 11 salariés affirment ne pas savoir identifier d'évolution à la baisse).

Avec les précautions de lecture requises au regard de la taille de l'échantillon concerné, les entreprises qui prévoient des baisses d'effectifs l'envisagent sur une large palette de métiers, notamment les entreprises de moins de 11 salariés. Les entreprises de plus de 20 salariés prévoyant des baisses d'effectifs l'envisagent notamment pour le métier de magasinier ou de magasinier-cariste.

Métiers pour lesquels les entreprises envisagent des baisses d'effectifs (en %)



Métiers pour lesquels les entreprises envisagent des baisses d'effectifs selon leur taille (en %)

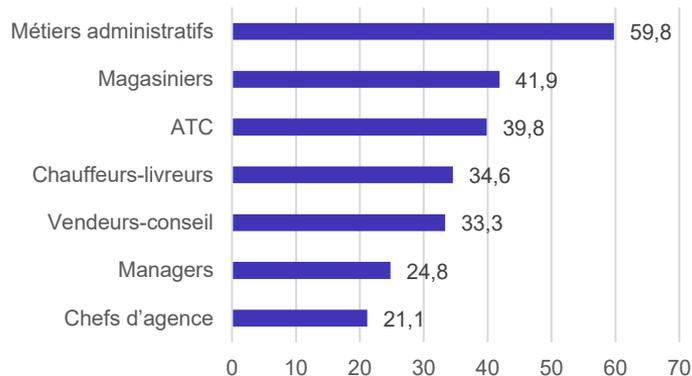


Des évolutions d'effectifs incertaines

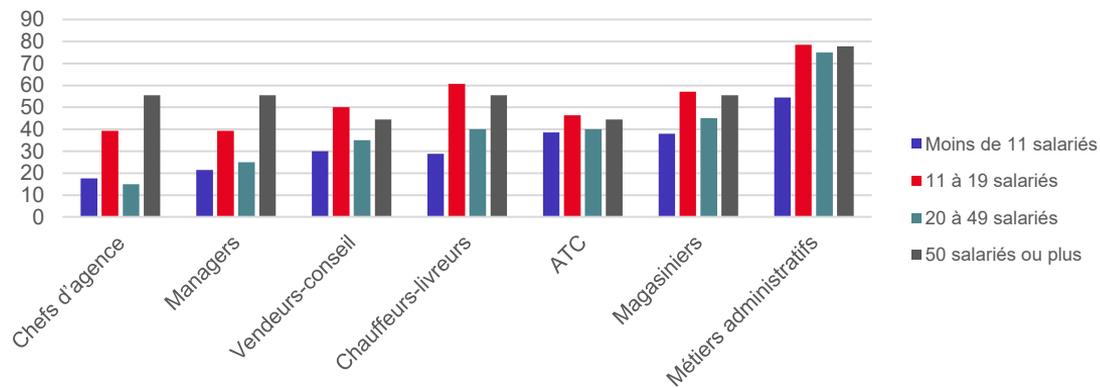
82% des entreprises répondantes estiment que leurs effectifs resteront stables au cours des trois prochaines années

Les entreprises de moins de 11 salariés semblent moins confiantes quant à la stabilité de leurs effectifs que les entreprises de plus grande taille. En effet, la part des entreprises de plus de 11 salariés prévoyant une stabilité des effectifs est généralement plus élevée que celle des entreprises de moins de 11 salariés.

Métiers pour lesquels les entreprises envisagent une stabilité des effectifs (en %)



Métiers pour lesquels les entreprises envisagent une stabilité des effectifs selon leur taille (en %)



Projection statistique : les projections « Métiers 2030 » de la DARES et France Stratégie

Les **projections « Métiers 2030 » de la DARES et de France Stratégie** anticipent des **créations nettes** particulièrement importantes pour les métiers de magasinier (ouvriers qualifiés de la manutention) et, dans une moindre mesure, d'attaché technico-commercial (attaché commercial, représentant, cadre commercial et technico-commercial).

Métiers	Créations nettes 2024-2030 dans la branche	% d'évolution sur six ans
J1Z – Ouvriers qualifiés de la manutention	1.108	+6%
J3Z – Conducteurs de véhicules	58	+1%
R0Z – Caissiers, employés libre-service	-11	0%
R1Z – Vendeurs	-13	0%
R2Z – Attachés commerciaux et représentants	150	+2%
R3Z – Maitrise des magasins et intermédiaires du commerce	0	-
R4Z – Cadres commerciaux et technico-commerciaux	197	+2%
Total	1.489	

Source : DARES et France Stratégie, Projections « Métiers 2030 ».

Nota Bene : Les travaux de la DARES et de France Stratégie ont été conduits avant 2022 et que l'inflation ne gagne les matériaux de construction et que les taux d'intérêt n'augment (pénalisant le secteur de la construction).

Projection statistique : les projections des départs à la retraite

Les données de la « Base tous salariés » (BTS) permettent de comptabiliser dans la branche **7.300 salariés** âgés de 56 à 58 ans en 2020, c'est-à-dire **qui atteindront l'âge de la retraite entre 2024 et 2027**.

Ce traitement par métier indique que parmi les emplois repères les plus grands volumes de départs en retraite concerneront les magasiniers et vendeurs-conseil.

Métiers	Effectifs salariés qui atteindront l'âge légal de départ à la retraite entre 2024 et 2027
Attachés technico-commerciaux	684
Chauffeurs-livreurs	984
Magasiniers	1.320
Managers d'équipe et chefs d'agence	732
Vendeurs-conseil	1.380
Autres salariés	2.196
Total	7.296

Source : Base Tous Salariés - Champ : CCN 3216 et CCN 1947.

Régions	Effectifs salariés qui atteindront l'âge légal de départ à la retraite entre 2024 et 2027
Auvergne-Rhône-Alpes	864
Hauts-de-France	492
Ile-de-France	684
Occitanie	684
Autres « régions sud »	1.893
Autres « régions ouest »	1.464
Autres « régions centre-est »	1.205
Total	7.296

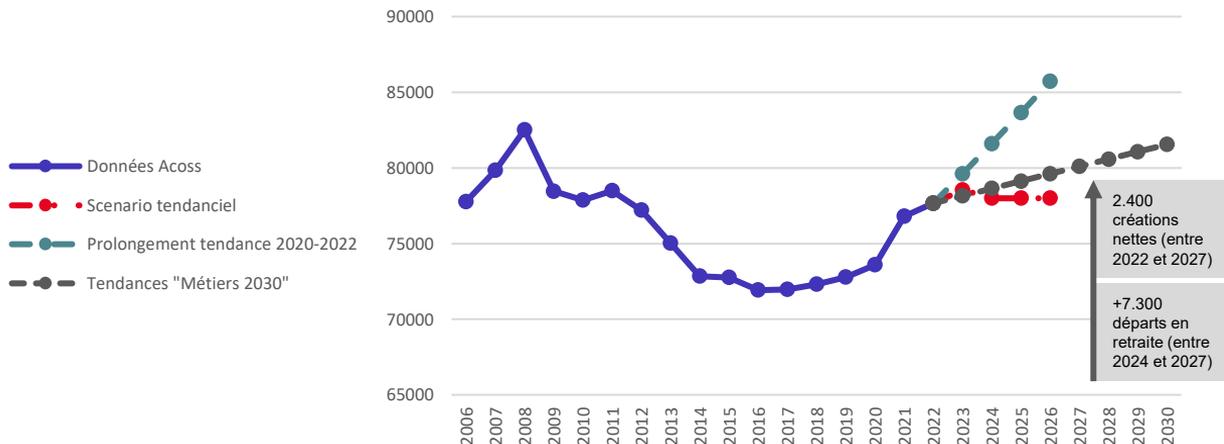
Source : Base Tous Salariés - Champ : CCN 3216 et CCN 1947.

Note : la Nouvelle-Aquitaine et PACA constitue la catégorie « autres régions Sud », la Bretagne, les Pays de la Loire et la Normandie la catégorie « autres régions Ouest » et le Centre-Val-de Loire, la Bourgogne-Franche-Comté et le Grand-Est la catégorie « autres régions Centre-Est ».

Trois scénarios d'évolution

A partir des évolutions récentes au sein de la branche professionnelle du négoce des matériaux de construction et suivant différentes évolutions, **trois scénarios prospectifs sont envisageables à plus ou moins long terme** : une poursuite de la croissance des évolutions (**croissance forte**), une **croissance modérée** (selon les projections de la DARES et de France Stratégie) et un **scénario « tendanciel »** tablant sur une stabilité, voire une légère diminution des effectifs salariés au sein de la branche.

Evolution du nombre d'emplois salariés entre 2006 et 2022 et perspectives d'évolution



Source : ACOSS-URSSAF, 2006-2022 ; traitement Amnyos par redressement statistique à partir du taux de couverture des APE par la CCN 3216 et la CCN 1947

Le **prolongement de la tendance** observée entre 2020 et 2022 (+2,5% par an) semble un scénario peu crédible

Le **scénario tendances « Métiers 2030 »** considère une évolution moyenne des effectifs par métier de 6% entre 2019 et 2030, soit une évolution annuelle moyenne de 0,6% pendant 8 ans.

Le **scénario tendanciel** s'appuie sur les entretiens avec les entreprises de la branche et les résultats du questionnaire : stabilité des effectifs après une baisse en 2024.

Les entreprises évoquent (par les entretiens) une stabilité des activités, voire une baisse due notamment à la hausse des prix (problème d'approvisionnement, coût du transport, de l'énergie, ...). Certaines embauches prévues au deuxième trimestre 2023 ont été abandonnées.

Interrogées également sur leurs besoins en recrutement dans l'année à venir dans les enquêtes Besoins en Main d'œuvre de Pôle emploi, les employeurs de la branche ont anticipés en 2023 moins de besoins que l'année précédente. Enfin, les réponses au questionnaire mettent en avant une certaine incertitude des entreprises quant à l'évolution future des effectifs



OBSERVATOIRE DES MÉTIERS
DU NÉGOCE DES MATÉRIAUX
DE CONSTRUCTION

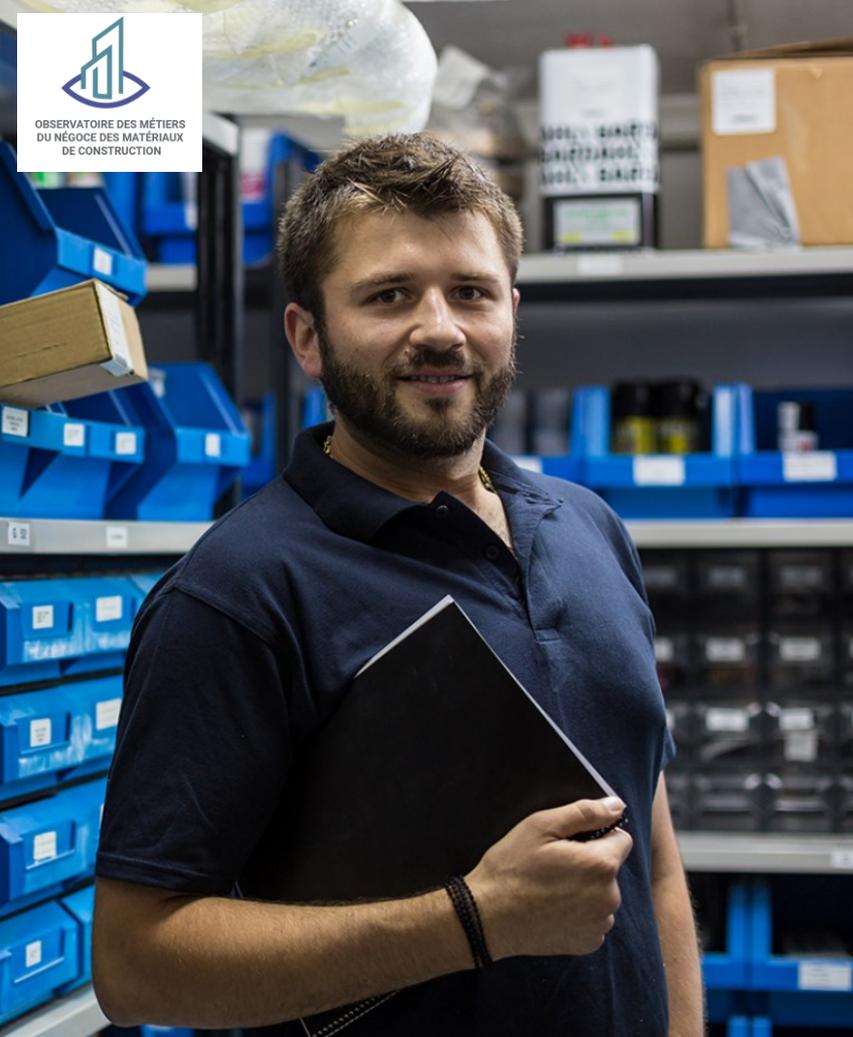
05

Besoins et attentes des
entreprises dans l'appui
à leurs démarches de
recrutement



23/05/2024





Les évolutions envisageables des pratiques de recrutement des entreprises



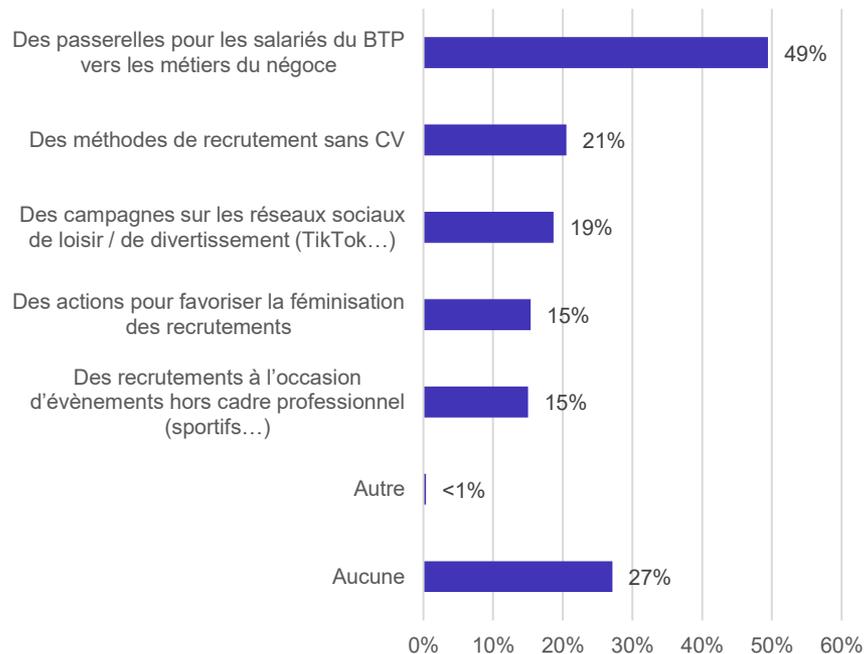
Trois quarts des entreprises prêtes à étoffer leurs pratiques de recrutement

Trois quarts des entreprises interrogées (73%) se disent prêtes à s'investir dans des pratiques ou solutions « innovantes » pour leurs démarches de recrutement, à commencer par l'**identification et la mobilisation de passerelles pour les salariés du BTP** en faveur des métiers de la branche du négoce des matériaux de construction.

Les plus petites entreprises semblent moins enclines que les plus grandes à s'engager dans de nouvelles pratiques ou solutions de recrutement (30.3% des entreprises de moins de 11 salariés contre moins de 20% des entreprises de plus de 10 salariés).

Du point de vue des entreprises prêtes à investir de nouvelles pratiques ou nouvelles solutions pour recruter, **toutes identifient dans des proportions équivalentes des opportunités à mobiliser les différentes hypothèses testées dans le cadre du questionnaire**. Seule l'identification et la mobilisation de passerelles depuis les métiers du BTP semblent constituer une opportunité davantage envisagée par les plus grandes entreprises (46% des entreprises de moins de 11 salariés se projettent dans cette solution contre plus de la moitié des entreprises de plus de 10 salariés et plus de 80% des entreprises de 50 salariés ou plus).

Pratiques ou solutions innovantes sur lesquelles les entreprises seraient prêtes à s'investir (en %)



Source : Enquête Amnyos-LVDC (273 répondants ; 27 non-concernés)

Trois quarts des entreprises prêtes à étoffer leurs pratiques de recrutement

Interrogées dans le cadre d'entretiens qualitatifs, certaines entreprises de la branche professionnelle du négoce des matériaux de construction se sont fait l'écho de **pratiques renouvelées / « innovantes »** pour recruter, telles que :

- Le **recours à de « nouveaux » réseaux sociaux** (TikTok par exemple) afin de cibler des publics jeunes, éligibles à la formation en apprentissage (publication de témoignages, mobilisation d'ambassadeurs, etc.) ;
- La **rencontre de candidats dans des environnements et cadres « non-conventionnels »** (autour d'événements sportifs organisés par Pôle emploi dans le cadre de POEC par exemple) ;
- L'**identification et la mobilisation de passerelles pour le reclassement de salariés du Bâtiment vers le Négoce des matériaux de construction**, par l'intermédiaire de Cap emploi et de la FFB.

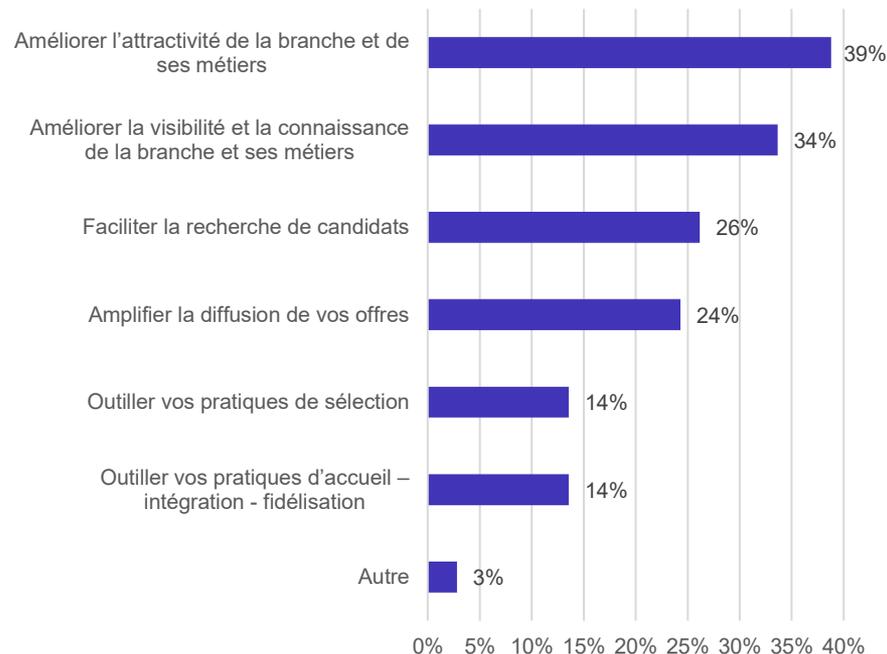
Trois quarts des entreprises prêtes à étoffer leurs pratiques de recrutement

Par l'intermédiaire de l'enquête par questionnaire, **près d'un quart des entreprises n'expriment aucun besoin vis-à-vis de la branche professionnelle et/ou de l'OPCO Constructys au sujet de leurs pratiques de recrutement** (11% n'expriment aucune attente et 11% disent ne pas identifier de leviers à mobiliser).

Quand elles expriment des attentes et des besoins, il s'agit du sujet de **l'attractivité et de la visibilité des métiers de la branche professionnelle** du négoce des matériaux de construction (respectivement 39% et 26%). Le levier du renforcement de la visibilité et de l'attractivité des métiers de la branche a également été rapporté par les entreprises interrogées dans le cadre des entretiens qualitatifs ; la mobilisation de ce levier pouvant s'appuyer sur différents aspects :

- La mobilisation de nouveaux supports et canaux de communication ;
- La féminisation des métiers.

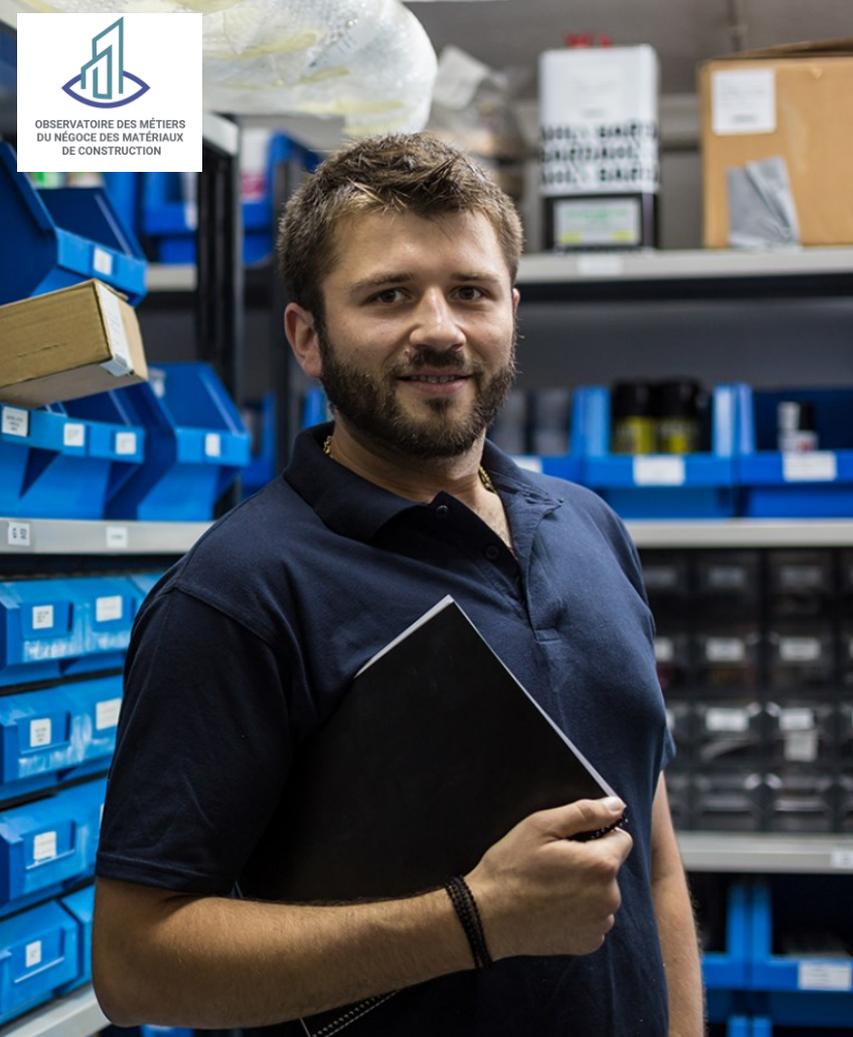
Principaux besoins exprimés par les entreprises vis-à-vis de la branche (en %)



Source : Enquête Amnyos-LVDC (214 répondants ; 86 non-concernés)



Les pistes de travail pour appuyer les démarches de recrutement des entreprises de la branche





Les préconisations envisagées au terme de l'étude

Poursuivre le renforcement des liens avec les organismes de formation et le recours à l'alternance

Développer l'attractivité des offres d'emploi

Elargir le champ du recrutement jusqu'à la fidélisation

Recenser et promouvoir les bonnes pratiques de recrutement



Poursuivre la promotion des métiers et développer la diversité des pratiques de sourcing

Développer l'usage des parcours de formation adossés aux recrutements

Sécuriser les pratiques de sélection en amont de la période d'essai, d'accueil et d'intégration

Renforcer la visibilité et l'appropriation des outils déjà développés

Poursuivre la promotion des métiers et développer la diversité des pratiques de sourcing

ACTIONS EN COURS

La Convention entre la FDMC, Constructys et l'Etat porte notamment des actions en faveur de l'attractivité des métiers de la branche et de la promotion de l'alternance : participation à des salons ou journées portes ouvertes, création d'outils de communication (serious game, guide d'intégration des alternants...)

Des actions de présentation des métiers vers les jeunes en phase d'orientation ont aussi été réalisées en 2022 et 2023, avec le prestataire Myfuture : évènements "live métiers" diffusés en direct sur la webtv du prestataire, visites virtuelles d'entreprises (environ 20 sessions)

PROPOSITIONS COMPLEMENTAIRES

- **Poursuivre la modernisation de l'image de la branche et de ses métiers (notamment en mettant en avant les enjeux de la transition écologique et énergétique)**
 - ✓ Intégrer les enjeux d'image liés aux attentes des candidats concernant les environnements de travail et les nouveaux outils/techniques pour améliorer les conditions de travail
- **Développer de nouvelles modalités de sourcing :**
 - ✓ Vers les jeunes (« nouveaux » réseaux sociaux, recrutements sans CV...)
 - ✓ Vers les publics en recherche d'emploi / reconversion (développement des immersions dans une logique de découverte des métiers, passerelles depuis d'autres secteurs professionnels, partenariat avec l'armée pour la reconversion d'anciens militaires, notamment pour les métiers de chauffeurs et de la logistique...)
 - ✓ Promouvoir la diversité et l'inclusion pour favoriser les recrutements (féminisation des métiers, personnes en situation de handicap, résidents de QPV...) notamment en renforçant les partenariats avec les acteurs spécialisés (au niveau national mais aussi régional ou local)
- **Globalement, renforcer le partenariat avec le réseau France Travail** (exemple de bonnes pratiques pouvant être essaimées : journées portes ouvertes dans des entreprises à destination d'acteurs de France Travail, Cap emploi, Missions locales, permettant de renforcer leur connaissance des métiers de la branche, à l'initiative de clubs RH Constructys en région ; action « ambassadeurs de la construction » en Bourgogne-Franche-Comté...)

Poursuivre le renforcement des liens avec les organismes de formation et le développement du recours à l'alternance

ACTIONS EN COURS

La Convention entre la FDMC, Constructys et l'Etat porte notamment des actions en faveur de l'attractivité des métiers de la branche et de la promotion de l'alternance : participation à des salons ou journées portes ouvertes, création d'outils de communication (serious game, guide d'intégration des alternants...)

Constructys a mis en place un Espace tutorial disponible dans l'espace adhérents ([accéder à la vidéo de présentation de l'outil](#)).

La FDMC travaille par ailleurs sur une cartographie des établissements et CFA proposant les formations demandées pour les métiers de la branche.

PROPOSITIONS COMPLEMENTAIRES

- **Promouvoir les pratiques permettant de structurer/renforcer le réseau entre les entreprises de la branche et les établissements de formation et CFA**, en s'appuyant sur une cartographie territorialisée d'établissements « prioritaires » pour les métiers de la branche
 - ✓ Témoignages d'employeurs dans les établissements, entreprises « ambassadrices » de promotion, interventions pour la présentation des métiers dans le cadre des heures « parcours avenir » dédiées à l'orientation, faire venir les établissements de formation lors des journées portes ouvertes d'entreprises de la branche, rencontres et échanges réguliers...
- **Favoriser le développement de l'alternance** dans la branche, **notamment en aidant les plus petites entreprises** à faire face à l'investissement humain demandé par l'accueil d'un alternant
 - ✓ Diffuser vers les entreprises les CV de jeunes en recherche d'alternance
 - ✓ Outiller les entreprises concernant le rôle du tuteur / maître d'apprentissage (cf. espace tutorial Constructys ci-contre) et mettre en avant des bonnes pratiques (profil du tuteur, appui de l'entreprise...)
 - ✓ Insister sur l'importance de la préparation du recrutement en alternance et de la phase d'accueil et d'intégration
 - ✓ Le cas échéant, proposer un système d'aides à l'alternance plus incitatif pour les petites entreprises

Développer l'usage des parcours de formation adossés aux recrutements

ACTIONS EN COURS

Le développement des POEC (Préparation Opérationnelle à l'Emploi Collective) portées par Constructys s'est accentué ces dernières années.

PROPOSITIONS COMPLEMENTAIRES

- **Poursuivre la promotion des outils de formation adossés aux recrutements (POE,...)** pour desserrer la contrainte du manque de candidats qualifiés
 - ✓ Renforcer les liens avec les organismes de formation pour le sourcing des candidats aux POEC
 - ✓ Renforcer le suivi des candidats en POEC avec les entreprises qui les accueillent
- **Souligner et promouvoir l'intérêt de pratiques de recrutement basées sur les potentiels et aptitudes** (et moins sur les connaissances immédiates et l'expérience acquise dans le secteur)
- **Développer le partenariat avec le réseau des Transitions Pro et du Conseil en Evolution Professionnelle (CEP)** pour favoriser les recrutements de personnes venant d'autres secteurs mais disposant de **compétences et aptitudes transférables**
- **Communiquer sur les parcours réussis de ce type**

Développer l'attractivité des offres d'emploi

PROPOSITIONS

- **Formaliser et diffuser des « modèles » d'offres d'emploi** mettant en avant des **arguments partagés pour présenter et rendre attractif le secteur et les métiers** (arguments adaptés aux différents métiers et à différents publics potentiels)
 - ✓ Insister notamment, dans ce cadre, sur les perspectives d'évolution professionnelles existant dans la branche (mobilités internes, CQP...)
 - ✓ Pour ce faire, repérer et exploiter les études ou éléments de connaissance sur les attentes / motivations des candidats (faites par des cabinets RH, agences d'emploi du territoire, partenaires emploi ...) pour cibler les arguments à mettre en avant (ou les actualiser)
 - ✓ Faire connaître aux entreprises la possibilité de participer à des ateliers avec l'APEC concernant la rédaction d'offres d'emploi
- **Partager au sein de la branche des repères / éclairages sur les premières actions à mener pour travailler sa marque employeur** (guide de méthodes, "les incontournables de la marque employeur"...)

Sécuriser les pratiques de sélection, d'accueil-intégration, et de fidélisation

ACTIONS EN COURS

Un guide pratique pour l'intégration, portant notamment sur l'alternance, a été finalisé fin 2023 et est en cours de diffusion / déploiement

PROPOSITIONS COMPLEMENTAIRES

- **Faire connaître les outils de test des savoir-faire et savoir-être**
 - ✓ Décliner pour la branche du négoce l'outil Kweez (test de connaissances de type QCM) déjà existant dans l'offre de services de Constructys pour le BTP
- **Développer les immersions (Périodes de Mise en Situation en Milieu Professionnel - PMSMP) dans une logique de pré-validation d'un recrutement**
- **Promouvoir les recrutements via des méthodes de sélection innovantes** (serious game, projets collectifs, recrutements par le sport avec France Travail...)
- **Promouvoir les leviers de montée en compétences et de mobilité pour favoriser la fidélisation des personnes recrutées**

Renforcer la visibilité et l'appropriation des outils déjà développés, et recenser / promouvoir les bonnes pratiques

PROPOSITIONS

- **Poursuivre et renforcer les campagnes de communication de la branche pour informer les entreprises (et notamment les plus petites) sur les outils d'aide au recrutement existants**
 - ✓ Relais par la FDMC, ou par des clubs RH existants en région
- **Poursuivre et renforcer le déploiement de ces outils par le réseau Constructys auprès des entreprises adhérentes** : webinaires de présentation, témoignages d'entreprises...
 - ✓ Spécifier les outils de l'offre de services de Constructys pour lesquels les besoins sont les plus importants (via un groupe de travail ad hoc)
- **Recenser et promouvoir les bonnes pratiques de recrutement**, en diversifiant les formats de diffusion : vidéos, podcasts, témoignages...



「 Merci ! 」

pour votre attention