



# Etude sur les besoins en compétences : Maroquinerie, Instruments de musique, Jouets et Puériculture, Vape

Grands enseignements par secteur



ETUDES ET CONSEIL  
SOCIÉTÉ ANONYME SIMPLIFIÉE AU CAPITAL DE 170 000€  
15 PLACE DE LA MADELEINE – 75008 PARIS  
[www.majors-consultants.com](http://www.majors-consultants.com)  
R.C.S. PARIS B 329 035 018 – SIRET 329 035 018 00038

Thomas CROISÉ  
Directeur associé  
[thomas.croise@majors-consultants.com](mailto:thomas.croise@majors-consultants.com)  
01 53 81 96 04 / 06 32 92 07 75



# Vue générale de la consultation

Rappel méthodologique : deux approches, un déploiement en deux temps :

1. **Une phase qualitative par consultants** : une vingtaine d'entretiens de 45 minutes / 1 heure auprès des entreprises de plus de 50 salariés et de certaines petites entreprises proposées par la branche.

## Objectifs :



- Affiner le contexte de l'étude (difficultés/enjeux du secteur),
- Recueillir leurs bonnes pratiques (organisation de l'activité, transformations opérées, services/événements proposés, pratiques de formations...),
- Identifier les compétences clés dans les années à venir.

➔ pour chaque secteur, une dizaine de compétences clés ont été identifiées lors de cette phase. Elles ont été testées lors de la phase téléphonique selon deux axes : importance perçue et degré d'expertise des équipes.



# Vue générale de la consultation

Rappel méthodologique : 2 approches, un déploiement en 2 temps

## 2. Une enquête téléphonique auprès des entreprises de moins de 50 salariés qui garantit :

- ✓ une bonne fiabilité par secteur,
- ✓ de nombreux retours qualitatifs (interviews de 15 minutes en moyenne).

→ 433 entretiens réalisés entre le 18 novembre 2019 et le 17 janvier 2020. *Prolongement début 2020 pour les secteurs Jouets/puériculture et Maroquinerie compte tenu de la période de Noël.*



	Fichier	Entretiens enquêteurs	Entretiens consultants	Interviews réalisées	% atteinte	Fiabilité
Vape	624	145	4	149	25%	± 5,6%
Instruments de musique	129	60	4	64	53%	± 7,0%
Jouets et puériculture	311	107	4	111	33%	± 6,0%
Maroquinerie	380	121	6	127	31%	± 5,7%
<b>Ensemble</b>	<b>1 444</b>	<b>433</b>	<b>18</b>	<b>451</b>	<b>25%</b>	<b>± 3,1%</b>

Très bon accueil de la démarche malgré la période de Noël, charnière dans l'activité de la plupart des secteurs.



# Le questionnaire : phase téléphonique

## Typologie d'entreprise et contexte général :

- Nombre de salariés, types de métiers, caractéristique de l'activité (commerces franchisés, indépendants, ...)
- Produits vendus, services et événements proposés
- Difficultés ressenties/challenges dans l'exercice du métier et impacts sur l'activité à court et moyen terme (diversification/spécialisation, nouveaux services, ...)

## Besoins en compétences :

- Impacts potentiels des transformations sur les compétences
- **Besoins en compétences** à court et moyen terme
- **Compétences clés identifiées** à horizon 2-5 ans
- Importance et maturité/expertise perçue des équipes vis-à-vis de compétences clés testées : **détail page suivante**

## Pratiques en matière de formation / recours à l'alternance :

- **Type de recours à la formation** (oui/non) : externe, OF intégré/via franchise, formation fournisseurs, formation interne (tutorat), autoformation
  - Si pas de formation (hors autoformation) : pour quelles raisons ?
  - Si formation interne/auto-formation : formats des formations
- Partenaire privilégié dans le choix et le financement des formations
- **Recours à l'alternance** (oui/non)
  - Si oui : expérience
  - Si non : pour quelles raisons
- Avantages et limites identifiées
- Services/accompagnements qui pourraient conduire à y avoir davantage recours

Un questionnement très qualitatif (15 minutes en moyenne).

Face à des interlocuteurs non spécialistes de la formation pour la plupart, les besoins en compétences ont été abordés par le prisme des difficultés/challenges et des transformations de l'activité en cours ou envisagées.

Une dizaine de compétences clés par secteur ont été testées selon 2 axes : importance et expertise perçue – cf pages suivantes.

# Questions spécifiques par secteur

5

Je vais vous citer un certain nombre de compétences liées au conseil et à la vente dans votre activité, et vous me direz si vous estimez qu'elles sont importantes dans l'exercice de votre activité et le niveau d'expertise de vos salariés sur le sujet :



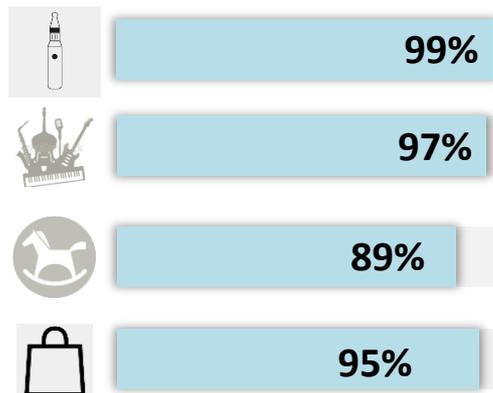
VAPE	Instruments de musique	Jouets et puériculture	Maroquinerie
Analyser et définir le profil client et l'orienter vers un dispositif adapté	Expertise technique sur les instruments vendus	Connaître le marché et assurer une veille sur les tendances.	Avoir une expertise sur les différentes matières utilisées
Savoir accompagner le client dans le temps	Mener les opérations d'entretien, de réparation...	Appréhender le parcours client omnicanal (internet, magasin)	Connaître les différents produits et marques
Savoir-être dans l'empathie, rassurant	Connaître l'environnement concurrentiel	Participer à la politique de fidélisation client	Connaître les tendances de la mode et assurer une veille
Savoir écouter et s'adapter aux besoins du client	Comprendre, analyser le profil et la pratique des clients	Conseiller et assister le client dans un environnement phygital	Savoir analyser les goûts des clients en termes vestimentaires
Connaissances en matière sanitaire, d'hygiène	Savoir entretenir la relation avec les prescripteurs/professeurs	Savoir argumenter l'offre produit et faire des démonstrations	Savoir concevoir une vitrine/rayon/étalage en intégrant les produits dans un ensemble
Savoir répondre aux objections	Expertise technique dans la pratique des instruments	Participer à l'évaluation des besoins en produits en anticipant les modes et tendances	Savoir consolider des informations clients (emails) et les solliciter pour des campagnes de fidélisation
Expertise technique sur les dispositifs et les liquides	Savoir consolider des informations clients dans le but de les solliciter	Assurer la théâtralisation de l'offre	Savoir utiliser les réseaux sociaux pour promouvoir les produits, gagner en visibilité.
Savoir sensibiliser le client sur les enjeux et limites de la cigarette électronique	Savoir utiliser les réseaux sociaux dans le cadre d'organisation d'événements	Participer aux animations commerciales	
Connaissances en matière réglementaire	Savoir organiser et animer des événements avec les clients		
Connaissances en matière de santé, d'addiction	Savoir-faire et actualiser un site internet pour attirer en magasin		

# Synthèse des résultats

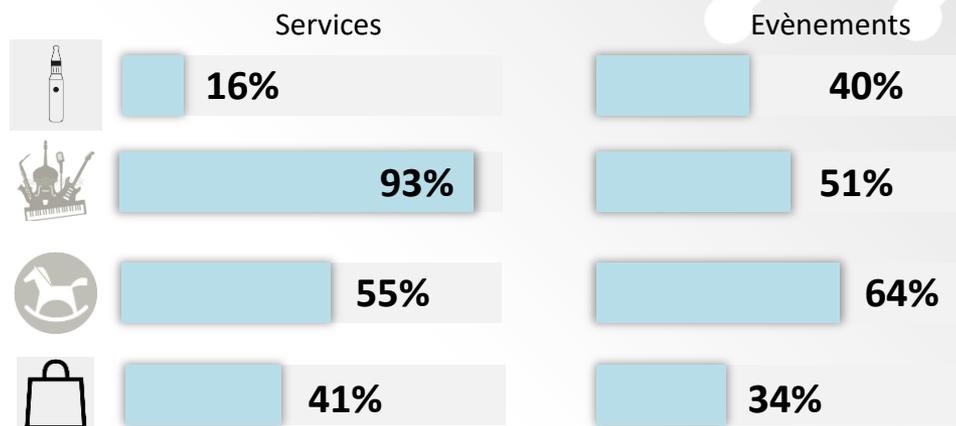


# Caractéristiques des secteurs

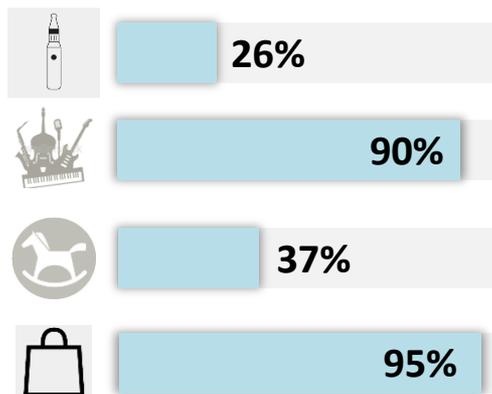
## Part des entreprises < 10 salariés :



## Services proposés, évènements organisés :



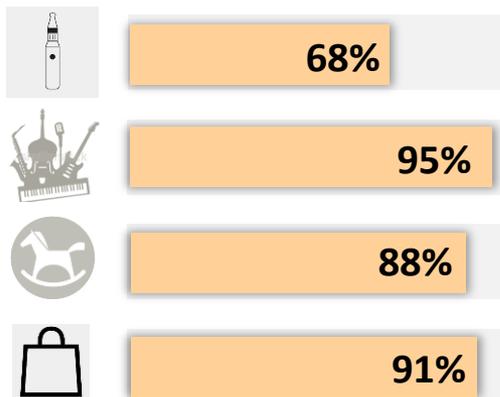
## Part des commerces indépendants :



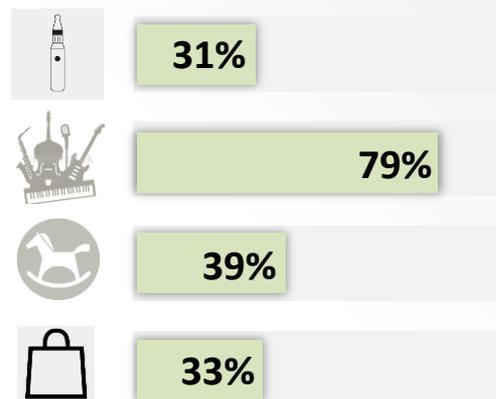
- La quasi-totalité des entreprises comptent moins de 10 salariés.
- Les secteurs Instruments de musique et Maroquinerie sont composés quasi exclusivement de commerces indépendants.
- Le secteur Instruments de musique est le plus actif en termes de services (réparation, location), le secteur Jouets en termes d'évènements (ateliers jouets, tournois, ...).

# Contexte et enjeux de transformation

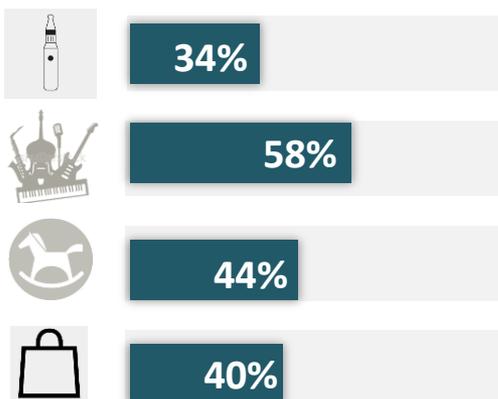
Difficultés perçues : % de oui



Transformations en cours/anticipées : % de oui



Besoins en compétences exprimés : % de oui



- Si tous les secteurs ressentent de nombreuses difficultés (moins nombreuses pour la VAPE), les entreprises du secteur Instruments de musique envisagent beaucoup plus fréquemment des transformations.
- Des besoins en compétences exprimés plus limités pour Vape et Maroquinerie.

# Difficultés perçues

				
<i>Rappel : part des entreprises qui ressentent des difficultés</i>	68%	95%	88%	91%
 <b>Concurrence d'internet, nouveaux acteurs</b>	13%	80%	73%	50%
 <b>Baisse de la fréquentation des magasins</b> (centres-villes,...)	<10%	12%	15%	59%
 <b>Changement de comportements des clients</b> (plus exigeants, recherche de prix bas, autres types de produits,...)	-	14%	-	11%
 <b>Problématiques de gestions des stocks, de sourcing des produits</b>	-	-	17%	10%
 <b>Problématiques de recrutement, d'adéquation des formations aux besoins</b>	14%	-	10%	-
 <b>Difficultés spécifiques au secteur</b>	80%	-	-	-

- Un poids de la concurrence d'internet très marqué dans le secteur Instrument de Musique (Thomann) et dans le Jouets (ex : Amazon; mais aussi la grande distribution).
- La maroquinerie souffre plus particulièrement de la baisse de fréquentation dans les magasins (en partie liée à la vente en ligne).
- La Vape quant à elle souffre surtout de l'image du produit et des aspects de règlementation.

# Transformations

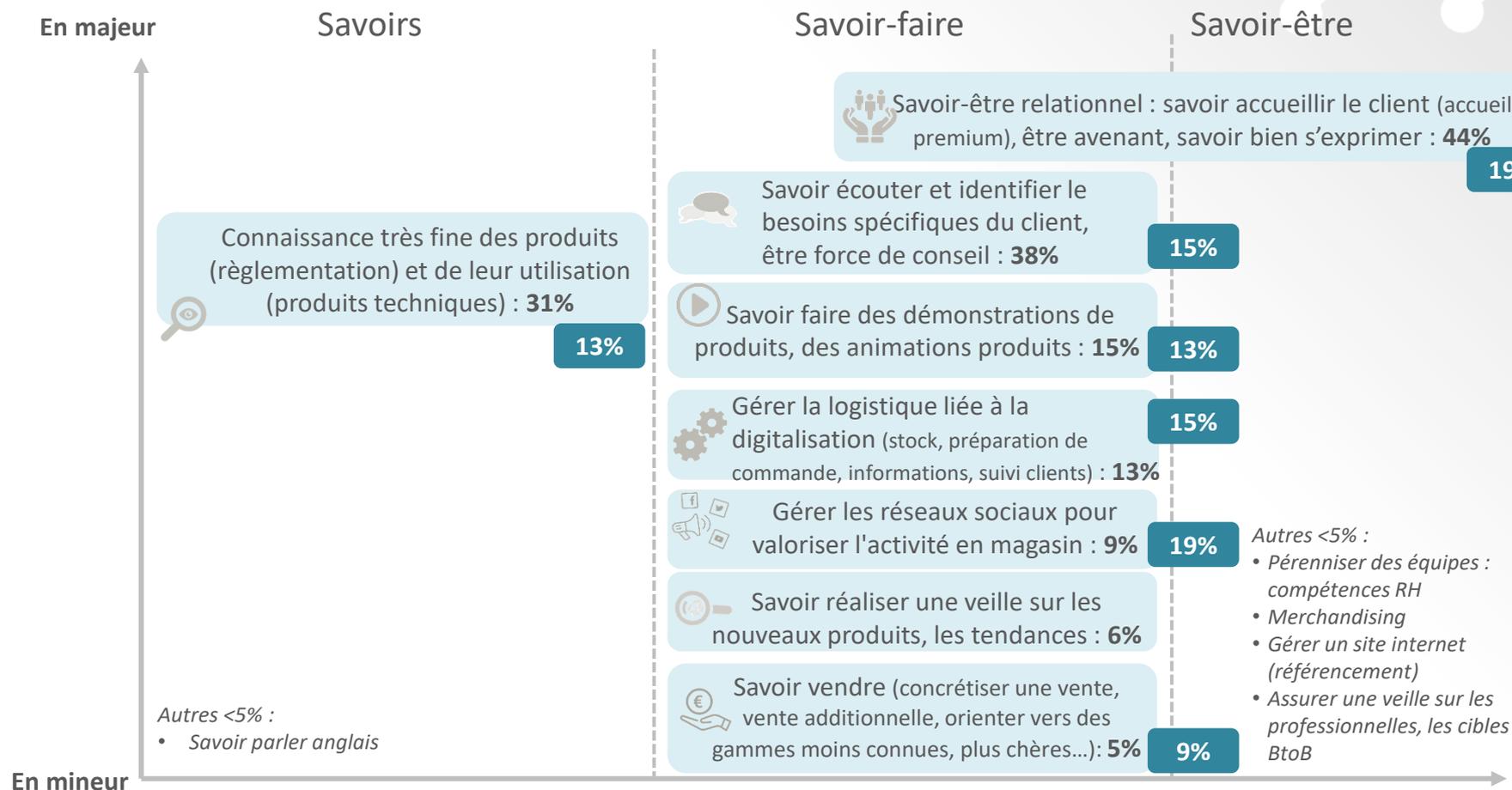
				
<i>Rappel : part des entreprises qui envisagent/mènent des transformations</i>	31%	79%	39%	33%
 <b>Communication sur les réseaux sociaux</b> (pour valoriser l'activité, les produits, promouvoir des événements, ...)	30%	18%	19%	40%
 <b>Création modernisation de site internet</b> (marchand ou vitrine selon entreprises et activité)	-	45%	29%	28%
 <b>Développement de plus de services</b> (location, réparation, click & collect, ...)	-	55%	19%	-
 <b>Adaptation de l'offre</b> (recentrage, spécialisation, diversification, ...)	23%	14%	-	28%
 <b>Travail sur le merchandising, l'aménagement, la localisation des magasins</b>	-	-	29%	13%
 <b>Développement de plus d'évènements, d'animation</b>	-	20%	14%	10%
 <b>Travail sur le conseil, le discours client</b>	40%	24%	<10%	<10%

- Des transformations très diverses en fonction des secteurs mais qui sont avant tout tournées vers la digitalisation.
- Le développement de l'activité sur le conseil et la relation clients est relativement limité, mise à part dans le secteur de la Vape (= secteur jeune avec une offre de formation plus restreinte).



# Besoins en compétences/compétences clés\* : en spontané

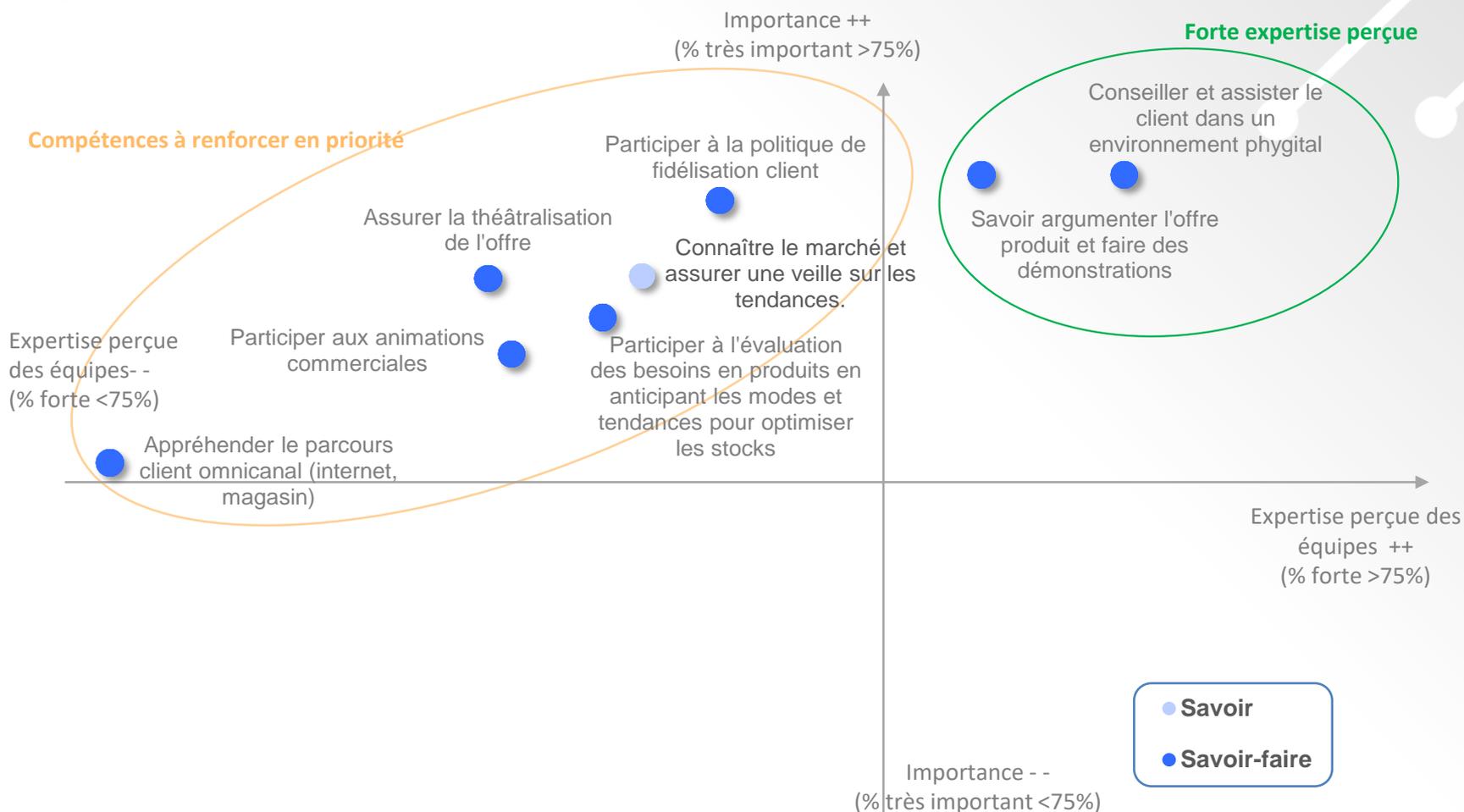
- ✓ **74%** ont pu identifier des compétences clés pour les années à venir :
- ✓ **44%** ont exprimé des besoins en compétences :



\*Compétences clés : compétences jugées les plus importantes/différenciantes au regard de l'évolution de l'activité



# Cartographies des compétences clés testées



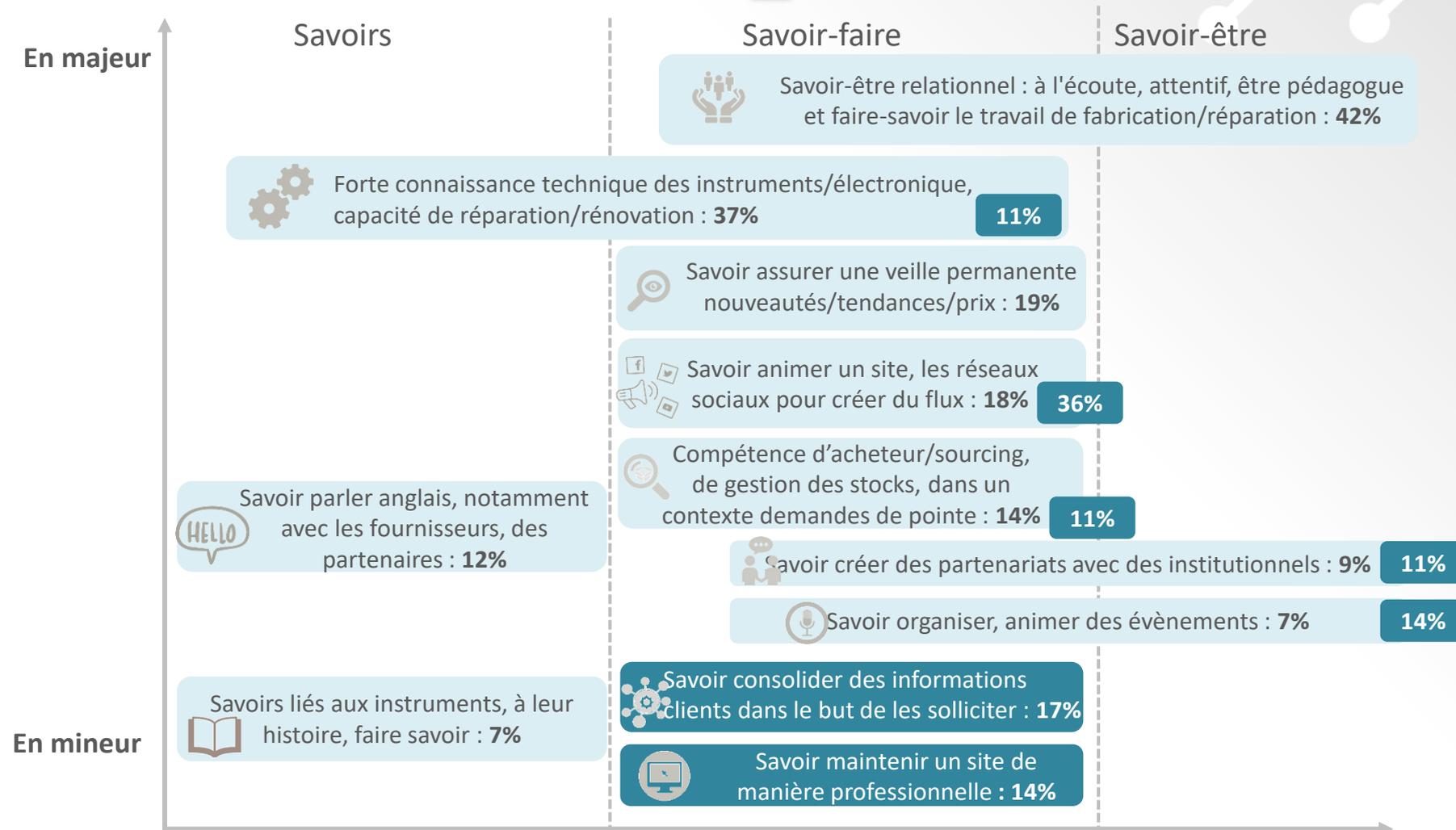
- Toutes les compétences testées sont jugées importantes, beaucoup sont perçues perfectibles.
- Un déficit de compétences plus marqué dans l'appréhension du parcours omnicanal (en écho au premier besoin en compétence exprimé), ce qui peut constituer une priorité.
- Les indépendants apparaissent moins sensibilisés au parcours omnicanal, à l'anticipation des modes et à l'animation commerciale.



# Besoins en compétences/compétences clés\* : en spontané

✓ **92%** ont pu identifier des compétences clés pour les années à venir :

✓ **58%** ont exprimé des besoins en compétences :

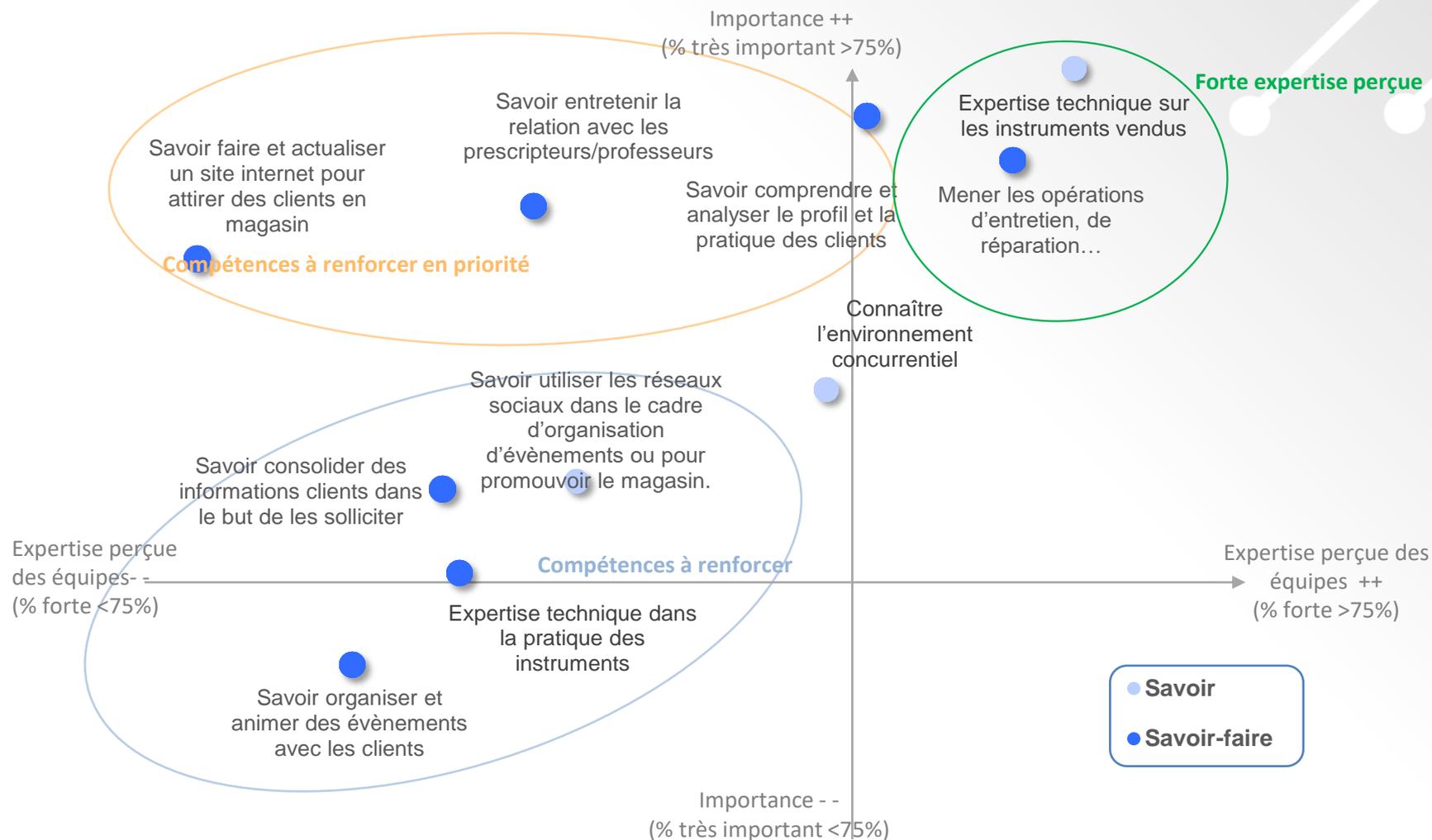


\*Compétences clés : compétences jugées les plus importantes/différenciantes au regard de l'évolution de l'activité





# Cartographies des compétences clés testées

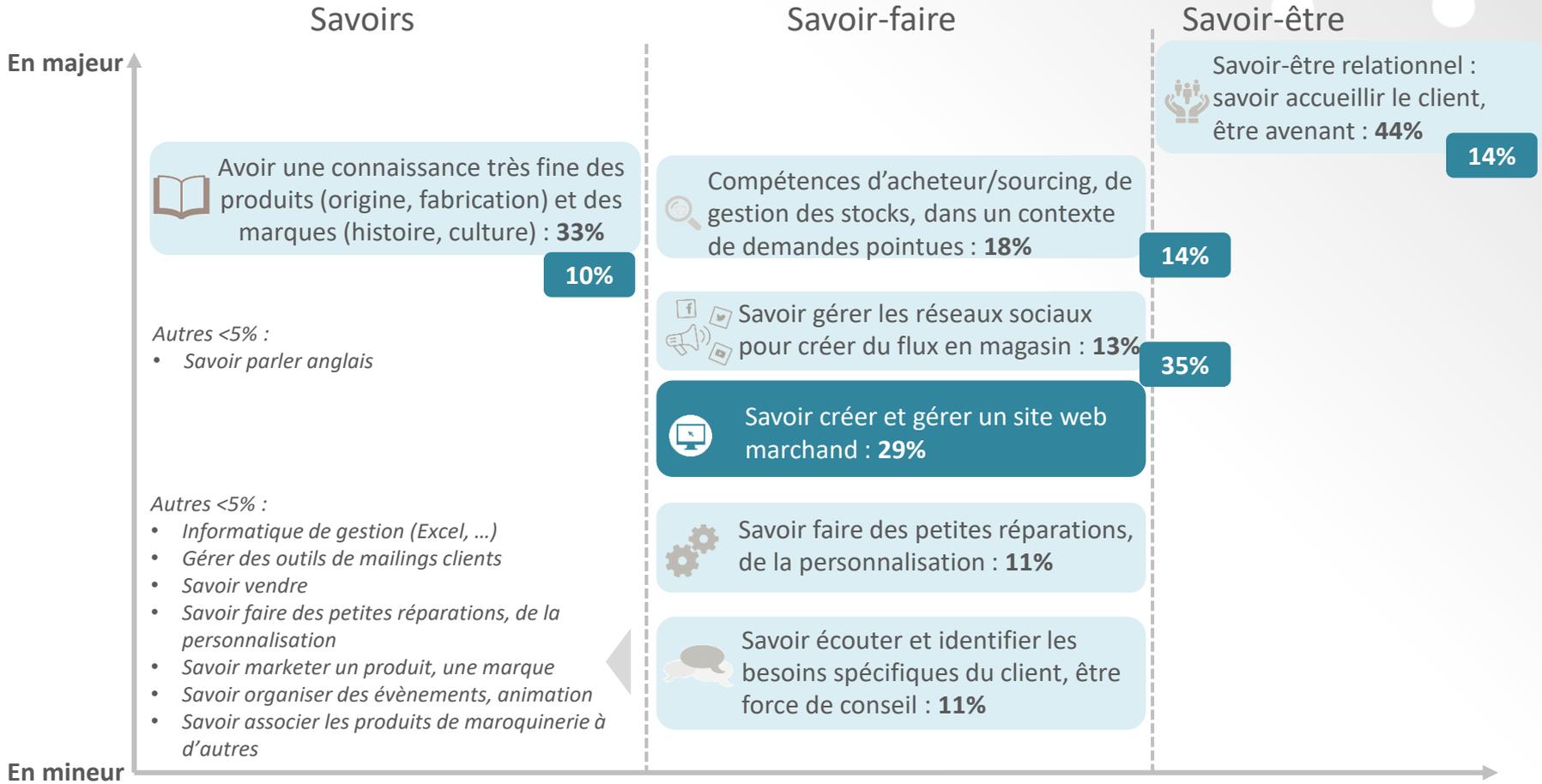


- Des déficits de compétences sont identifiés en priorité dans les savoirs faire digitaux et de communication. L'expertise technique est un point fort perçu, les compétences en vente semblent perfectibles.
- Certaines entreprises sont partagées sur la pertinence de l'organisation d'évènements qui n'ont pas toujours d'impact direct sur la vente alors qu'ils constituent un investissement important.



# Besoins en compétences/compétences clés\* : en spontané

- ✓ 69% ont pu identifier des compétences clés pour les années à venir :
- ✓ 40% ont exprimé des besoins en compétences :

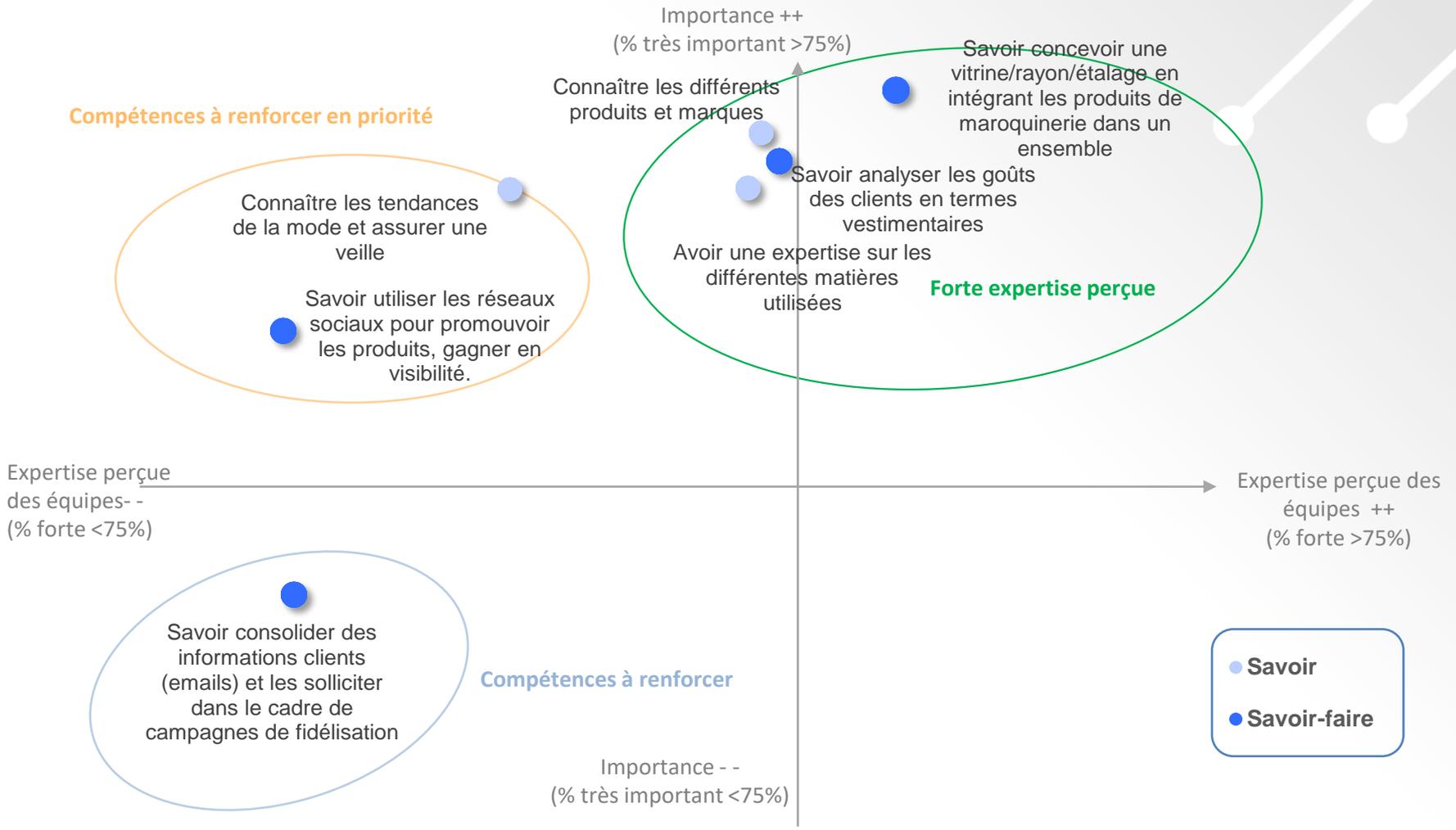


\*Compétences clés : compétences jugées les plus importantes/différenciantes au regard de l'évolution de l'activité



# Cartographies des compétences clés testées

MAROQUINERIE



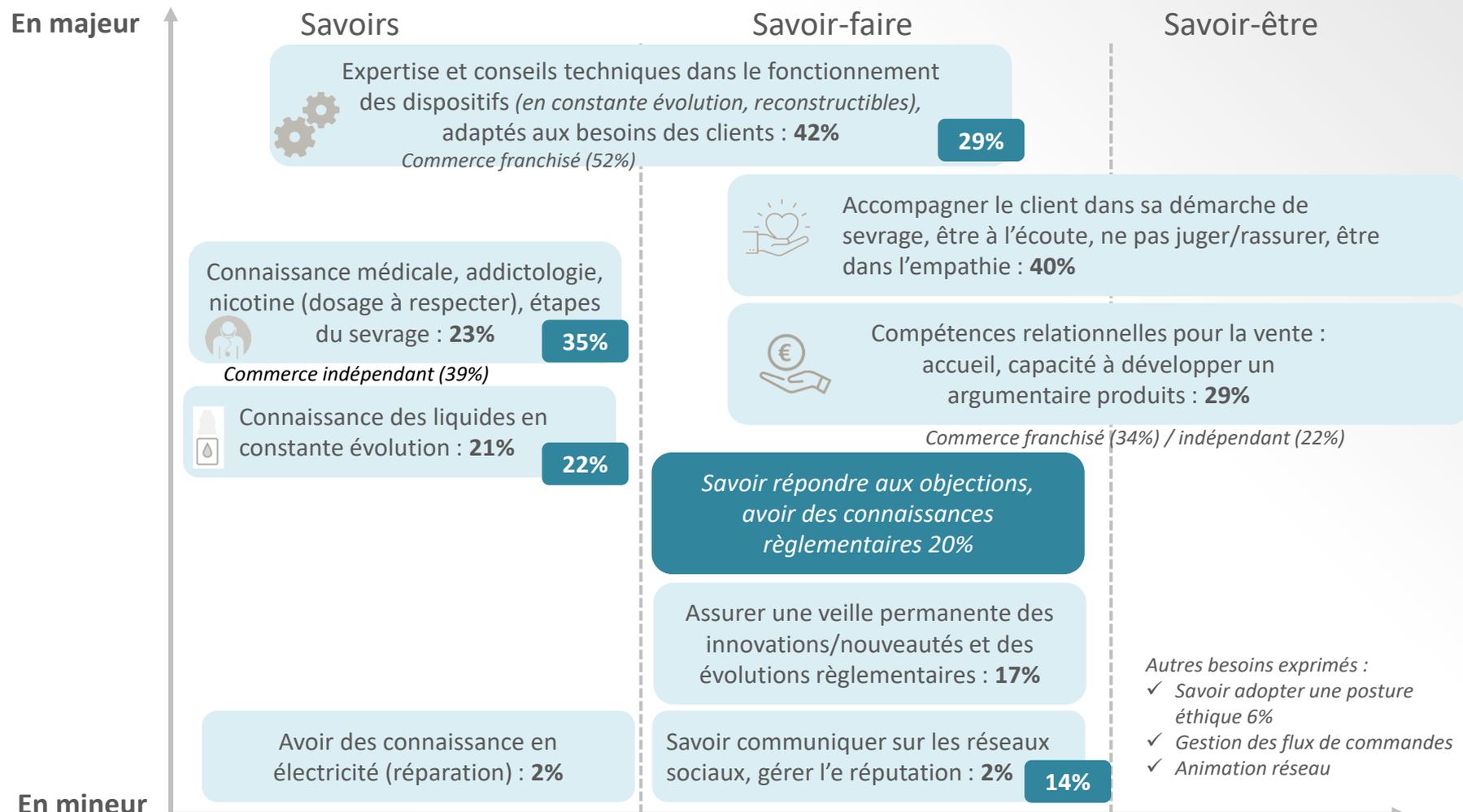
- Savoir
- Savoir-faire

Si un déficit de compétences est identifié dans la veille des tendances et dans la gestion des réseaux sociaux, certains points forts identifiés peuvent interroger (notamment si l'on considère le lien entre la mode et le merchandising). Un déficit perçu plus marqué pour les entreprises qui envisagent des transformations. L'importance de la fidélisation digitale apparait peut être sous estimée, moins chez celles qui envisagent des transformations.



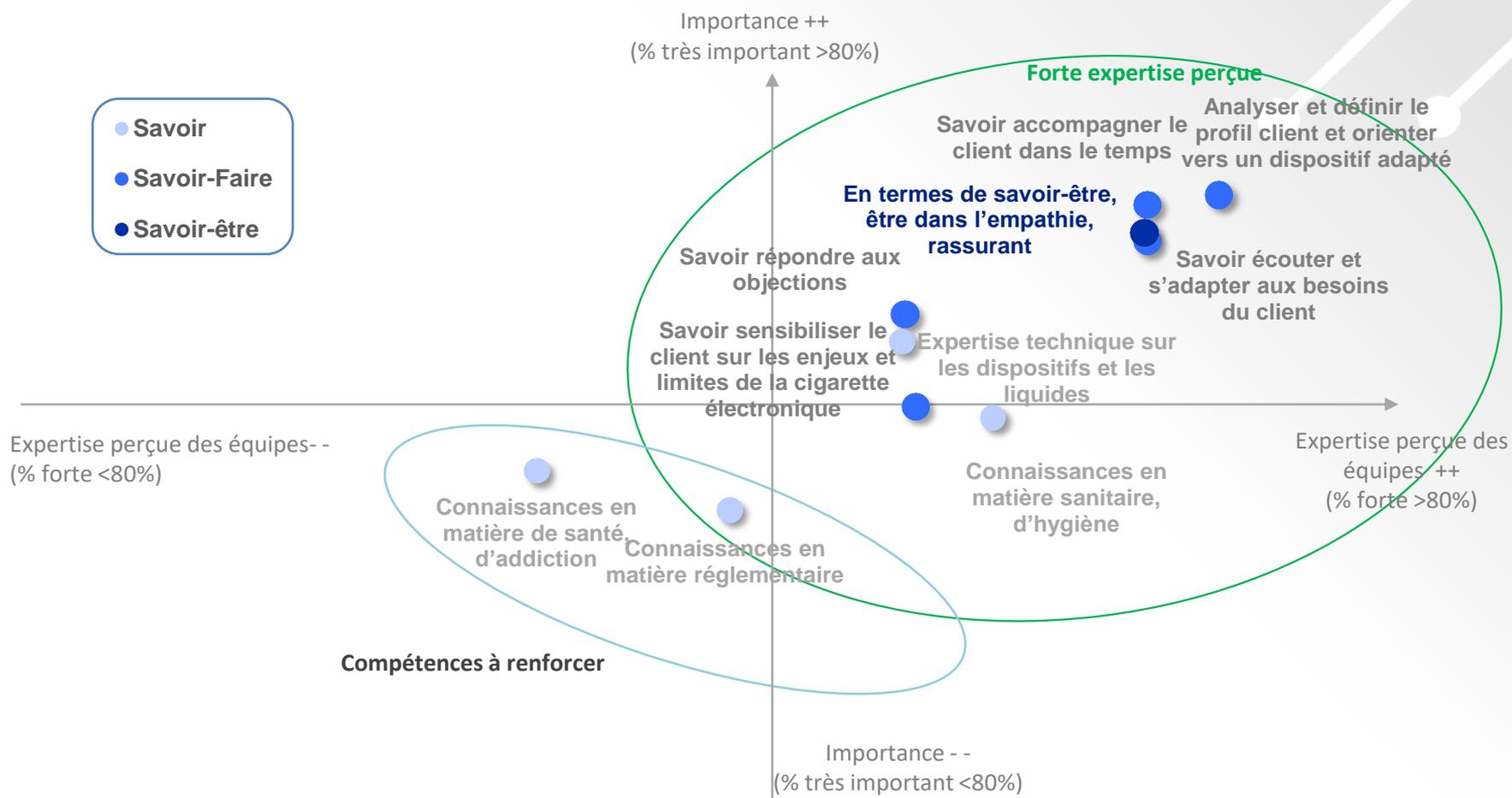
# Besoins en compétences/compétences clés : en spontané

- ✓ **91%** ont pu identifier des compétences clés pour les années à venir :
- ✓ **Seuls 34%** ont exprimé des besoins en compétences :   Commerce franchisé (38%) / indépendant (29%)





# Cartographies des compétences clés testées

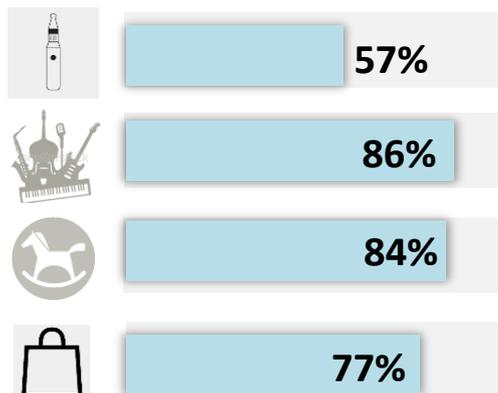


- Un point de consensus fort sur l'importance des compétences testées.
- Une profession qui s'estime très bien formée sur la plupart des aspects abordés : une population de passionnés qui cherche à se former en permanence, mais sans moyen de validation des acquis ?
- Une consolidation des connaissances en matière de santé et de réglementation peut être attendue.

# Pratiques de formations

Généralement lorsque vous avez (eu) un besoin de former un collaborateur, vous avez (eu) recours à :				
Formation en interne (tutorat)	73%	76%	77%	62%
Autoformation (ex : tutoriel, recherche sur le web, cours en ligne...)	64%	76%	52%	31%
Organisme de formation intégré/via la franchise	38%	-	70%	5%
Organisme de formation en externe	20%	45%	30%	44%
Formation « fournisseurs »	15%	69%	42%	55%

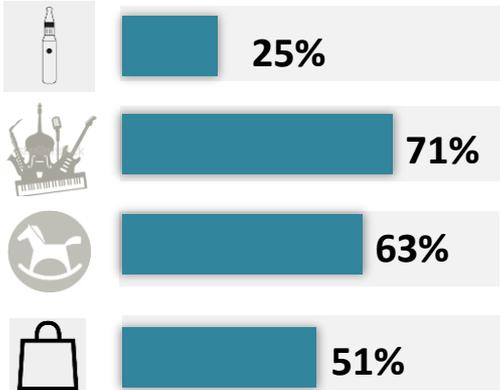
Part des entreprises qui savent à qui s'adresser dans le choix et le financement des formations :



- Des pratiques qui semblent plus structurées dans le secteur **Jouets** (plus de franchises/coopératives, de grandes entreprises).
- Une appétence forte pour la formation dans le secteur de la **Vape** (=secteur jeune) et celui des **Instruments de musique** (mais liée au travail en atelier).
- Des partenaires formations moins bien identifiés dans le secteur de la **Vape**.

# L'alternance : recours et attentes

Part des entreprises qui ont déjà eu recours à l'alternance :



Un recours plus important dans les secteurs de la Musique (=apprenti en atelier) et du Jouets malgré une forte problématique de rythme pour ce dernier.

Raisons du non recours / limites identifiées	Vape	Musique	Jouets	Maroquinerie
Pas de besoin, structure trop petite	++	+		+++
Problématique de rythme et d'emploi du temps, saisonnalité	++	+	+++	+
Problématique de profil, de motivation, de gestion	+++	+	+	+
Coût compte tenu du temps passé et du retour sur investissement	+	++		+
Problématique de niveau, de formation	++		+	

Pour la Vape, les limites se situent surtout dans les profils (=recherche de majeurs, anciens fumeurs/vapoteurs); pour la maroquinerie c'est surtout le manque d'activité / la taille des entreprise qui structure le peu de recours.

# Synthèse des préconisations



# Synthèse des préconisations

Type d'action	Préconisations				
Formation	<b>Créer des partenariats avec des CFA/écoles</b> pour proposer un rythme plus adapté aux entreprises du secteur; <b>Affiner les formations proposées</b> (par bloc?) au regard des compétences recherchées			+++	
	Développer des formations relatives au sourcing produits		++		++
	Développer des formations avec de l'AFEST	++	++	+	
	Mise en place d'un partenariat pour contextualiser une certification existante, pour permettre l'accès à la VAE	++			
Communication	Mieux former à la fonction tutorale	++			
	Communiquer sur les formations existantes du type : gestion des réseaux sociaux, valorisation de son offre sur internet, logistique en lien avec la digitalisation ; Vérifier le maillage territorial de ces formations.		++	++	++
Partage	Sensibiliser les entreprises qui n'envisagent pas de transformation sur les adaptations possibles et les enjeux de transformation des métiers	+	+	++	+
	Etablir des guides de bonnes pratiques sur l'événementiel ou un recueil d'expériences en événementiel		++		+
Outils/services	Création d'un site-ressource (facebook), d'échange entre professionnels (mode, tendances), organisation d'évènements, bonnes pratiques (fidélisation clients)		++		++
	Développement de services digitaux de gestion de mailing clients à l'usage des professionnels (ex : pour accorder des instruments)		++		