



OBSERVATOIRE DES
MÉTIERS DU NÉGOCE
DES MATÉRIAUX DE
CONSTRUCTION



Communiqué de presse

ÉVOLUTION DES PRATIQUES ET DES MÉTIERS AVEC LA NUMÉRISATION DE L'ACTIVITÉ

La crise du Covid-19 et ses impacts, avec notamment la fermeture des espaces de vente « physiques », ont fortement accéléré le déploiement du numérique dans les entreprises du Négoce des matériaux de construction : développement du e-commerce et du click & collect, digitalisation de la relation client, travail à distance... Les services et outils développés, mis en place ou intensifiés avec la crise sanitaire, ont vocation à se pérenniser et même à se diffuser plus encore.

Dans un tel contexte, la Commission Paritaire Nationale de l'Emploi et de la Formation Professionnelle (CPNEFP) de la branche a souhaité réaliser une étude prospective sur l'évolution des métiers et des compétences en lien avec la transition numérique, afin d'en identifier les besoins et élaborer des préconisations pour accompagner la transition numérique dans les entreprises.

Les chiffres-clés de l'étude

D'après une enquête en ligne auprès des entreprises du Négoce des matériaux de construction, les trois principales familles de métiers de la branche sont différemment dotées d'équipements numériques.

Si, en moyenne, près de 95 % des entreprises interrogées déclarent que les métiers du management et de la force de vente sont équipés d'ordinateurs et de smartphones, elles sont 50 % à déclarer que les métiers de la logistique en sont équipés. La tablette reste, quant à elle, un outil numérique peu utilisé pour l'ensemble des métiers, puisqu'en moyenne, seulement 11 % des entreprises affirment que leurs salariés en disposent.

Concernant les principaux services numériques proposés aux clients des entreprises de la branche, on retrouve par ordre décroissant, les sites internet vitrines (92 % des entreprises), les comptes sur les réseaux sociaux « grand public » tels que Facebook ou Instagram (74 % des répondants) et les comptes sur les réseaux sociaux professionnels comme LinkedIn (58 %).

Il est également à noter que si le click & collect et l'achat en ligne sont encore relativement peu proposés par les entreprises à leurs clients (24% des entreprises répondantes), ces services pourraient être davantage déployés d'ici 3 ans (29% des répondants).

Quels que soient les outils et solutions numériques mis en œuvre actuellement ou à venir, le numérique recouvre d'importants intérêts pour le Négoce des matériaux de construction, les entreprises de la branche estimant qu'il permet notamment de :

- › Moderniser leur image (97% des répondants) ;
- › Avoir des échanges plus fluides avec leurs clients / fournisseurs (95% des répondants) ;
- › Être plus efficace et gagner du temps sur les tâches administratives (95% des répondants).

Les impacts de la transition numérique sur les métiers et compétences

Si tous les métiers sont concernés par cette transition, elle impacte 4 métiers en particulier, pour lesquels les entreprises estiment une hausse des effectifs d'ici 3 à 5 ans, et pour lesquels elles expriment des besoins en compétences majeurs :

- › Attachés technico-commerciaux et vendeurs conseil : maîtrise des outils CRM et ERP, des logiciels métiers (ex. visualisation 3D) et équipements numériques associés (ex. tablette), des plateformes de vente en ligne, de la communication digitale (réseaux sociaux, site internet... – 1er niveau) ;
- › Magasiniers : maîtrise des équipements numériques qui augmentent la préparation de commande et la gestion des stocks, maîtrise des outils bureautiques et logiciels métiers (compétences en analyse et reporting de donnée – 1er niveau) ;
- › Chauffeurs-livreurs : compétences en analyse et reporting de données (1er niveau) afin d'intégrer une démarche de gestion dématérialisée des documents de transport.

Des propositions d'actions pour accompagner l'intégration du numérique et favoriser la montée en compétences nécessaire

A l'appui des résultats de l'étude, 4 grands enjeux en lien avec la transition numérique ont été identifiés, à partir desquels des propositions d'actions ont été déclinées, afin d'accompagner les entreprises dans l'intégration du numérique et la montée en compétences qu'elle suppose. En voici quelques exemples, pour chacun des 4 enjeux :

Accompagner et aider les entreprises à franchir le pas du numérique

- › Motiver et inciter les chefs d'agence / de dépôt à franchir le pas du numérique ;
- › Conseiller les entreprises (notamment les plus petites) à construire un programme de transformation numérique ;
- › Identifier les aides financières à l'investissement dans les équipements numériques et logiciels.

Assurer la montée en compétences de l'ensemble des salariés sur le numérique

- › Démontrer aux collaborateurs l'intérêt de l'utilisation des outils numériques et digitaux dans leur quotidien par des cas concrets ;
- › Proposer la mise en place de formations mixtes présentiel & en ligne pour faciliter l'accès à la formation ;

- › Proposer des outils facilitant les dispositifs de « reverse mentoring » dans les entreprises de la branche (plutôt fonction support et management) ;

Accompagner les salariés dans leur montée en compétences dans les domaines non numériques

- › Renforcer les compétences managériales des responsables / managers d'équipe ;
- › Former les managers sur l'accompagnement du changement, notamment via la promotion d'actions de formation de type coaching ;
- › Accompagner la montée en compétences des salariés les plus impactés :
 - Pour les chauffeurs-livreurs et magasiniers : la relation client et le conseil commercial
 - Pour les salariés de la vente : la vente à distance (e-commerce / m-commerce).

Attirer de nouveaux collaborateurs dans la branche pour accompagner la transition numérique

- › Continuer à faire connaître la branche et ses métiers (vidéos de présentation des métiers, communication ciblée auprès des jeunes sur les réseaux sociaux...) ;
- › Valoriser l'utilisation de nouveaux outils digitaux RH et la numérisation des process RH, favorisant la modernisation de l'image de la branche.

[**Consultez le rapport complet de l'étude**](#)

[**Consultez la synthèse**](#)

Un webinaire de présentation de l'étude sera organisé le 21 octobre prochain. Une invitation presse sera envoyée prochainement pour y participer.

À propos de l'Observatoire des métiers du Négoce des Matériaux de Construction

L'Observatoire des métiers a été créé le 3 juillet 2020, par accord de branche signé entre les partenaires sociaux de la branche professionnelle (IDCC 3216).

Sous l'autorité de la Commission paritaire nationale de l'emploi et de la formation professionnelle (CPNEFP), les principales missions de l'Observatoire sont les suivantes?:

- *Réalisation d'un portrait statistique et qualitatif de la branche du Négoce des matériaux de construction.*
- *Identification des métiers et compétences-clés nécessaires au développement des entreprises de la branche, ainsi que les métiers à forte évolution et les métiers en tension.*
- *Conduite des travaux d'analyse et d'études nécessaires à la mise en œuvre d'une GPEC et d'anticipation des évolutions qualitatives et quantitatives d'emploi dans la branche*
- *Elaboration de la cartographie des métiers*
- *Accompagnement des TPE/PME par la mise à disposition d'outils adaptés.*

www.observatoire-negoce-materiauxdeconstruction.fr

CONTACT PRESSE OBSERVATOIRE

Cihem Gharbi

c.gharbi@unicorp.fr

Tél. 01 83 75 65 15