

Étude sur
le marché du travail

Le marché du travail dans le domaine de la vente et de la représentation

Secteur
de formation

1

Administration,
commerce et
informatique

Québec 



Étude sur
le marché du travail

Le marché du travail dans le domaine de la vente et de la représentation

Secteur
de formation

1

Administration,
commerce et
informatique

Formation professionnelle et technique
et formation continue

Direction générale de la formation
professionnelle et technique

ÉQUIPE DE PRODUCTION

Coordination

Cécile Hammond
Responsable de secteur de formation
Secteur Administration, commerce et informatique

Recherche et rédaction

François Poirier
F.G.C. Conseil inc.
Expert-conseil en management
et en gestion des ressources humaines

Jean-Pierre Charest
Jean-Pierre Charest Services-conseil
Société-conseil en gestion des ressources humaines
et en développement organisationnel

Collaboration

Sylvie Lavoie
Conseillère en planification
Direction générale des programmes et du développement

Révision linguistique

Sous la responsabilité de la Direction des communications
du ministère de l'Éducation, du Loisir et du Sport

Dans le présent document, le masculin est utilisé sans aucune discrimination et dans le seul but d'alléger le texte.

TABLE DES MATIÈRES

1. Introduction	1
2. Objectifs de l'étude.....	3
3. Méthodologie	5
4. Le marché du travail en vente et en représentation	7
4.1 La structure du marché du travail.....	7
4.2 Les professions ciblées et les conditions de travail	15
4.2.1 Les principales données sur les professions ciblées.....	15
4.2.2 Les vendeurs et les commis-vendeurs	18
4.2.3 Les représentants des ventes non techniques	25
4.3 La formation en vente et en représentation.....	32
4.3.1 La formation initiale et la formation continue	32
4.3.2 Les débouchés pour les diplômés des programmes de formation initiale ...	41
4.3.3 La formation en entreprise.....	45
4.4 Les carrières et l'évolution des professions.....	46
4.4.1 Les cheminements professionnels	46
4.4.2 Évolution des compétences professionnelles	49
5. Conclusions	57
5.1 Sommaire du marché du travail en vente et en représentation	57
5.2 Pistes de réflexion	64
ANNEXE 1 Liste des ouvrages consultés.....	69
ANNEXE 2 Les compétences nécessaires pour les professions de vendeur et commis-vendeur (CNP 6421), ainsi que de représentant des ventes (CNP 6411) selon les profils de compétences essentielles.....	71
Annexe 3 Liste des personnes consultées.....	81

LISTE DES TABLEAUX

TABEAU 1	Distribution des trois principales professions en vente et en représentation selon les secteurs économiques.....	8
TABEAU 2	La population active dans les sous-secteurs du commerce de détail.....	9
TABEAU 3	La population active dans les sous-secteurs du commerce de gros.....	11
TABEAU 4	La population active dans les sous-secteurs de la fabrication	12
TABEAU 5	Sommaire des données sur le marché du travail pour les professions.....	17
TABEAU 6	Nombre de personnes en emploi dans la profession de vendeur et commis-vendeur (CNP 6421)	21
TABEAU 7	Données concernant les offres d'emploi pour des postes de vendeur.....	24
TABEAU 8	Nombre de personnes en emploi dans la profession de représentant des ventes non techniques dans le commerce de gros (CNP 6411)	28
TABEAU 9	Données concernant les offres d'emploi pour des postes de représentant des ventes non techniques (CNP 6411)	31
TABEAU 10	Évolution du placement des titulaires d'un DEP en vente-conseil (5196), 2002-2005	35
TABEAU 11	Nombre d'élèves inscrits dans différents programmes de formation technique en vente.....	36
TABEAU 12	Relance 2005 pour les programmes en vente conduisant à une AEC	36
TABEAU 13	Évolution du placement des titulaires d'une ASP en représentation (5054), 2002-2005.....	38
TABEAU 14	Nombre d'élèves inscrits dans différents programmes de formation technique en représentation	39
TABEAU 15	Relance 2005 pour les programmes en représentation conduisant à une AEC	39
TABEAU 16	La profession occupée par les diplômés des programmes <i>Vente-conseil</i> et <i>Représentation</i> 2002-2005	41
TABEAU 17	Les différents niveaux de complexité pour les compétences essentielles	52
TABEAU 18	Sommaire du marché du travail en vente et en représentation.....	58
TABEAU 19	Comparaison du niveau de complexité et exemples de quelques différences selon les tâches de la profession.....	73

LISTE DES FIGURES

Figure 1	Évolution de l'emploi pour la profession de vendeur, commis-vendeur dans le commerce de détail (CNP 6421), 1995-2005	22
Figure 2	Évolution de l'emploi pour la profession de représentant des ventes non techniques dans le commerce de gros (CNP 6411), 1995-2005	29
Figure 3	Évolution de l'emploi pour la profession de représentant des ventes non techniques dans le commerce de gros (CNP 6411), 1995-2005	34
Figure 4	Distribution selon l'âge des débutants dans le programme <i>Vente-conseil</i>	34
Figure 5	Évolution du nombre de débutants dans le programme d'études <i>Représentation</i>	37
Figure 6	Distribution selon l'âge des débutants dans le programme d'études <i>Représentation</i>	37
Figure 7	Répartition du total des diplômés de 2001 à 2004 du programme d'études <i>Vente-conseil</i> (5196) conduisant à un DEP, selon leur secteur de travail au 31 mars de l'année suivant leur diplomation.....	42
Figure 8	Répartition du total des diplômés de 2001 à 2004 du programme <i>Représentation</i> (5196) conduisant à un DEP, selon leur secteur de travail au 31 mars de l'année suivant leur diplomation.....	44
Figure 9	Cheminement professionnel des vendeurs et commis-vendeurs	47
Figure 10	Cheminement professionnel des représentants des ventes non techniques	48

1. INTRODUCTION

Des travaux sont amorcés en collaboration avec Emploi-Québec, la Commission des partenaires et le Comité sectoriel de main-d'œuvre du commerce de détail dans le but d'établir des normes professionnelles pour les vendeurs. Le ministère de l'Éducation, du Loisir et du Sport (MELS) actualisant présentement l'offre de formation en vente et en représentation, l'occasion est propice pour mettre à jour le portrait du marché du travail dans ce domaine.

Depuis l'implantation de ces programmes d'études, graduellement les commissions scolaires ont demandé au MELS de reconnaître des équivalences de compétences entre les deux programmes *Vente-conseil* et *Représentation*. Présentement, sept compétences (sur huit) du programme *Représentation* sont jugées équivalentes à celles du programme *Vente-conseil*. Par ailleurs, certaines consultations révèlent que les commissions scolaires sont d'avis que ces métiers sont différents. Il importe donc de prendre une décision. Est-ce que les fonctions de représentation commerciale constituent une profession distincte ou une spécialisation du métier de vendeur? Ou est-ce un rapport d'une autre nature que l'on observe entre ces deux fonctions?

Dans la perspective d'une mise à jour de l'offre de formation pour les vendeurs et les représentants, il importe de connaître la structure du marché du travail de ces deux métiers et le degré de similitude entre leurs tâches et leurs compétences.

L'adéquation formation-emploi démontre que, au cours des cinq dernières années, le besoin du marché du travail a été en moyenne seize fois supérieur pour les représentants et trois fois supérieur pour les vendeurs au nombre de diplômés de ces programmes. Quelles sont les causes de ces écarts importants? Quels sont les impacts réels de ces décalages pour les employeurs? Quels sont les correctifs que l'industrie a apportés pour pouvoir continuer à offrir ses services? En quoi consiste la formation en entreprise? Comment se fait le recrutement de la main-d'œuvre? Qui recrute-t-on? Quelles sont les perspectives de carrière des vendeurs et des représentants?

Tous les aspects du marché du travail qui ont une incidence sur la poursuite des travaux d'actualisation de l'offre de formation en vente et en représentation ainsi que la nature des impacts demandent d'être précisés.

Une compréhension du marché du travail actuel permettra au MELS et à ses partenaires d'orienter adéquatement ses travaux en ce qui concerne la formation professionnelle en vente et en représentation.

2. OBJECTIFS DE L'ÉTUDE

Notre mandat vise principalement à repérer les aspects du marché du travail qui ont une incidence sur les travaux d'actualisation de l'offre de formation dans les programmes d'études suivants :

- *Vente-conseil* (5196), conduisant à l'obtention d'un diplôme d'études professionnelles (DEP).
- *Représentation* (5054), conduisant à l'obtention d'une attestation de spécialisation professionnelle (ASP).

Spécifiquement, les travaux d'analyse de l'information et de consultation ont pour objectifs de présenter, dans un rapport d'étude, les éléments suivants :

- la structure du marché du travail (aspects du marché du travail susceptibles d'avoir une incidence sur la pratique des métiers en vente et en représentation);
- la formation en entreprise (description, contenu, moyens, approche privilégiée) pour les commis-vendeurs, les vendeurs et les représentants des ventes;
- les modifications au contexte légal et réglementaire dans le domaine de la vente et leurs impacts sur l'exercice des fonctions de travail visées;
- les perspectives de carrière (possibilités de cheminement, avancement, mobilité horizontale et verticale) pour les commis-vendeurs et les représentants des ventes;
- une analyse de l'adéquation formation-emploi pour les métiers à l'étude et les programmes de formation concernés.

3. MÉTHODOLOGIE

Pour réaliser cette étude, nous avons procédé à une analyse documentaire et à une consultation de représentants d'employeurs, de consultants et d'associations sectorielles dans le domaine des ventes et de la représentation.

Revue de la documentation et analyse documentaire

Plusieurs sources de données et documents ont été consultés; leurs références sont mentionnées lorsqu'ils sont utilisés et la liste en est donnée en annexe. Soulignons cependant les principales sources d'information :

- les études et programmes réalisés par le MELS concernant le secteur et les fonctions de travail en vente-conseil et en représentation des ventes;
- les publications et les études du Comité sectoriel de main-d'œuvre du commerce de détail (<http://www.sectorieldetail.qc.ca>);
- le document *Tendances de l'industrie du commerce de détail*, publié par le ministère du Développement économique et régional et de la Recherche en 2004;
- les données concernant l'emploi et le marché du travail présentées sur le site *L'information sur le marché du travail (IMT)*, d'Emploi-Québec (<http://emploi Quebec.net/francais/imt/index.htm>) et sur celui de Ressources humaines et Développement social Canada, *Emploi-Avenir-Québec* (<http://www150.hrdc-drhc.gc.ca/emploi-avenir>);
- les profils des compétences essentielles élaborés par Ressources humaines et développement des compétences Canada (<http://srv108.services.gc.ca>).

Consultation de représentants du monde du travail

Parallèlement, l'analyse documentaire des consultations a été réalisée.

Des rencontres avec des professionnels du Comité sectoriel de main-d'œuvre du commerce de détail (CSMOCD) et du Conseil québécois du commerce de détail (CQCD) ont eu lieu. L'objectif de ces rencontres était de préciser l'information disponible et de s'interroger sur l'évaluation des métiers.

Une consultation téléphonique a été réalisée auprès de gestionnaires d'entreprise qui emploient des commis-vendeurs ou des représentants des ventes. Ces entreprises :

- occupent une place dans les différents secteurs du commerce de détail (grands magasins, boutiques spécialisées, chaînes de magasins, franchiseurs);
- sont dans le commerce de gros ou pourvoyeurs de services et de produits vendus à des détaillants ou à d'autres entreprises (producteurs ou distributeurs de produits alimentaires et de boissons, de tabac, de vêtements et merceries, d'articles ménagers, de véhicules à moteur et de pièces détachées, dans le secteur de l'hôtellerie, des services commerciaux et des transports, etc.).

Des professionnels travaillant dans le domaine de la vente et de la représentation ont aussi été consultés par téléphone. Les personnes jointes exercent leur profession pour :

- des entreprises de recrutement et de placement qui offrent leurs services à des employeurs de vendeurs ou de représentants des ventes;
- des firmes d'experts-conseils en gestion d'équipes de vente et en gestion de formation de vendeurs ou de représentants des ventes.

Une liste des personnes consultées est présentée en annexe.

4. LE MARCHÉ DU TRAVAIL EN VENTE ET EN REPRÉSENTATION

4.1 La structure du marché du travail

La vente et la représentation sont des activités qui se pratiquent dans tous les secteurs économiques. Elles ont trait autant à la commercialisation de produits qu'à celle de services.

Comme activité économique, les services des ventes¹ concernent toutes les occupations liées à la vente de biens et de services, et regroupe des entreprises individuelles, des franchises, des grands magasins et des magasins spécialisés.

Les personnes qui travaillent dans ces services vendent du matériel et fournissent des renseignements sur les produits dans des commerces de gros et de détail, à domicile ou même, en effectuant du télémarketing. Dans la classification CLEO², on dénombre 61 professions qui jouent un rôle distinct en vente et représentation.

Plusieurs de ces professions sont incluses dans des familles d'emplois de la *Classification nationale des professions* (CNP). Selon nous, trois professions de cette classification caractérisent le domaine de la vente et de la représentation :

- | | |
|----------|--|
| CNP 6421 | Vendeurs/vendeuses et commis-vendeurs/commis-vendeuses, du commerce de détail; |
| CNP 6411 | Représentants/représentantes des ventes non techniques, du commerce de gros; |
| CNP 6221 | Spécialistes des ventes techniques, du commerce de gros. |

Les personnes occupant ces professions sont présentes dans plusieurs secteurs économiques, mais essentiellement dans le commerce de détail, le commerce de gros, la fabrication, les télécommunications et les services professionnels, scientifiques et techniques.

1 *Dictionnaire Septembre des métiers et professions*, 2^e éd., Québec, Septembre éditeur, 2005, p. 407.

2 *Ibid.*, p. 408-410.

TABLEAU 1 - Distribution des trois principales professions en vente et en représentation selon les secteurs économiques

Secteurs selon le Système de classification des industries de l'Amérique du Nord (SCIAN)	Pourcentage des travailleurs occupant cette profession ou ce secteur		
	6421 – Vendeurs et commis-vendeurs	6411 - Représentants des ventes non techniques	6221 – Spécialistes des ventes techniques
Commerce de détail (SCIAN 44-45)	80,6	5,5	–
Commerce de gros (SCIAN 41)	5,9	49,8	37,5
Fabrication (SCIAN 31-33)	–	21,5	28,7
Services professionnels et techniques (SCIAN 54)	–	5,4	7,7
Télécommunications (SCIAN 517)	–	–	8,0

Source : Canada, Ressources humaines et Développement social Canada, *Emploi-Avenir-Québec*, Ottawa, données du recensement de 2001 de Statistique Canada.

Note : Les données ne sont indiquées que pour les secteurs d'activité pour lesquels les travailleurs occupent plus de 5 % des emplois de la profession; le total par profession est donc inférieur à 100 %.

On remarque que c'est dans la profession de spécialiste des ventes techniques, du commerce de gros (CNP 6221), qu'il y a le moins de concentration de travailleurs dans un seul secteur. Il faut savoir que le rôle et les fonctions des spécialistes des ventes techniques³ (CNP 6221) et des représentants des ventes non techniques (CNP 6411) sont presque identiques⁴. Ce sont les produits qu'ils vendent qui les distinguent et qui, pour les commercialiser, requièrent des compétences techniques différentes. En effet, la formation exigée des représentants des ventes non techniques se limite souvent à un diplôme d'études secondaires (DES), alors que pour les spécialistes des ventes techniques, les employeurs exigent presque toujours un diplôme universitaire ou d'études collégiales (DEC) en gestion ou dans un domaine lié au produit ou au service à vendre.

Comme la profession de spécialiste des ventes techniques (CNP 6221) implique des programmes d'études qui mènent à des spécialisations au regard desquels la vente n'est pas toujours la principale activité, nous n'avons pas retenu cette profession dans cette étude⁵. Il faut néanmoins souligner que plusieurs personnes occupant cette profession ont des besoins de perfectionnement ou de formation complémentaire en technique de vente et de représentation.

3 Les expressions *commerce de gros* et *commerce de détail* font partie de l'appellation d'un groupe professionnel de la *Classification nationale des professions* (CNP) qu'à titre indicatif. C'est-à-dire que cela ne signifie pas que ces professions sont réservées à un seul secteur d'activité défini par le SCIAN. Pour faciliter la compréhension des appellations et ne pas confondre les deux types de classification, nous n'utiliserons, dans ce rapport, que des appellations d'emploi simplifiées, plutôt que ces expressions.

4 CANADA, RESSOURCES HUMAINES ET DÉVELOPPEMENT SOCIAL CANADA, Ottawa, *Emploi-Avenir-Québec*.

5 Le même constat a été fait dans le document suivant : QUÉBEC, MINISTÈRE DE L'ÉDUCATION, *Analyse de l'offre de formation, Programmes d'études professionnelles et techniques liés à la vente*, Québec, ministère de l'Éducation, 2004, p. 6.

Le marché du travail à préciser est donc celui du commerce de détail, qui emploie plus de 80 % des commis-vendeurs/commis-vendeuses (CNP 6421), et celui du commerce de gros, qui emploie près de 50 % des représentants des ventes non techniques (CNP 6411). Le grand secteur de la fabrication est aussi à considérer, puisqu'on y trouve environ 22 % des personnes exerçant la profession de représentant des ventes non techniques.

Une brève description de ces secteurs d'activité est présentée ci-dessous afin de mieux cerner le marché du travail en vente et en représentation.

Le commerce de détail

Le secteur du commerce de détail employait près de 480 000 personnes en 2005⁶. C'est l'activité qui se classe au premier rang en matière de main-d'œuvre au Québec. Les branches d'activité du secteur sont très variées.

TABLEAU 2 - La population active dans les sous-secteurs du commerce de détail

Les sous-secteurs du commerce de détail (SCIAN)	Population active	
44-45 COMMERCE DE DÉTAIL	41 4910	100 %
441 Marchands de véhicules automobiles et de leurs pièces	37 695	9 %
442 Magasins de meubles et d'accessoires de maison	15 750	4 %
443 Magasins d'appareils électroniques et ménagers	16 995	4 %
444 Marchands de matériaux de construction et de matériel et fournitures de jardinage	25 350	6 %
445 Magasins d'alimentation	114 810	28 %
446 Magasins de produits de santé et de soins personnels	33 975	8 %
447 Stations-service	15 105	4 %
448 Magasins de vêtements et d'accessoires vestimentaires	55 275	13 %
451 Magasins d'articles de sport, d'articles de passe-temps, d'articles de musique et de livres	17 465	4 %
452 Magasins de fournitures de tout genre	44 440	11 %
453 Magasins de détail divers	26 430	6 %
454 Détaillants hors magasin	11 620	3 %

Note : Population active = personnes de 15 ans ou plus en emploi ou en chômage.

Source : Statistique Canada, *Recensement 2001*.

Plus du quart de la main-d'œuvre travaille dans les magasins d'alimentation. D'ailleurs, ce sous-secteur, à cause du nombre important d'emplois et de son volume de ventes, est souvent perçu comme un secteur en soi. Le sous-secteur des marchands de véhicules automobiles et de leurs pièces est aussi fréquemment traité comme un secteur particulier⁷ du commerce de détail. Dans ce cas-ci, c'est principalement l'importance du volume des ventes qui en est la cause.

⁶ EMPLOI-QUÉBEC, *Information sur le marché du travail (IMT)*.

⁷ La délimitation des secteurs d'activité économique aux fins de l'intervention sectorielle d'Emploi-Québec fait en sorte que les sous-secteurs du commerce de détail sont couverts par trois comités sectoriels de main-d'œuvre, soit ceux du commerce de détail, de l'industrie des services automobiles et du commerce alimentaire.

Pour les besoins de cette étude, le secteur du commerce de détail regroupe l'ensemble des sous-secteurs du Système de classification des industries de l'Amérique du Nord (SCIAN), sans exclusion. Ce qui nous préoccupe, c'est avant tout de comprendre le marché du travail pour les deux professions ciblées en vente et en représentation.

En plus d'être diversifié, le secteur du commerce de détail présente les caractéristiques suivantes⁸ :

- En 2005, les femmes occupaient 53 % des emplois. Elles exerçaient trois emplois sur quatre dans les magasins de vêtements et d'accessoires, ainsi que dans les magasins de produits de santé et de soins personnels.
- Trois personnes sur dix travaillaient à temps partiel dans le commerce de détail en 2005. Les emplois à temps plein étaient majoritairement occupés par des hommes.
- Les professions de vendeur, vendeuse et de commis-vendeur, commis-vendeuse sont les plus importantes du secteur, constituant 25 % des emplois.
- Le commerce de détail est une porte d'entrée sur le marché du travail pour beaucoup de jeunes, dont plusieurs conjuguent études et emploi.
- On observe des variations saisonnières de l'emploi de l'ordre de 10 à 20 % selon les différentes activités et les saisons.

De 1999 à 2005, le total des emplois a augmenté de 93 000, une croissance de 3,9 % par année, ce qui est le double du rythme de croissance de l'emploi total. D'ici à 2010, les conditions économiques devraient demeurer favorables, et la main-d'œuvre de ce secteur, s'accroître en moyenne de 1,8 % par année.

Le commerce de gros

Le secteur du commerce de gros est souvent méconnu, puisqu'il est très fréquemment associé à celui du commerce de détail dans les statistiques. Évidemment, c'est un secteur également très varié, étant donné que les grossistes-distributeurs sont surtout des intermédiaires entre les fabricants et les utilisateurs ou les détaillants. Soulignons que deux des principaux sous-secteurs sont directement liés aux détaillants de produits alimentaires et d'articles personnels.

8 IMT.

TABLEAU 3 - La population active dans les sous-secteurs du commerce de gros

Les sous-secteurs du commerce de gros (SCIAN)	Population active	
41 COMMERCE DE GROS	166 895	100 %
411 Grossistes-distributeurs de produits agricoles	1290	1 %
412 Grossistes-distributeurs de produits pétroliers	2470	1 %
413 Grossistes-distributeurs de produits alimentaires, de boissons et de tabac	26 210	16 %
414 Grossistes-distributeurs d'articles personnels et ménagers	27 585	17 %
415 Grossistes-distributeurs de véhicules automobiles et de leurs pièces	14 420	9 %
416 Grossistes-distributeurs de matériaux et fournitures de construction	26 410	16 %
417 Grossistes-distributeurs de machines, de matériel et de fournitures	37 980	23 %
418 Grossistes-distributeurs de produits divers	22 095	13 %
419 Agents et courtiers du commerce de gros	8435	5 %

Note : Population active = personnes de 15 ans ou plus en emploi ou en chômage.

Source : Statistique Canada, *Recensement 2001*.

Les principales caractéristiques⁹ de ce secteur sont les suivantes :

- Les hommes occupaient deux tiers des emplois en 2005; les femmes y étaient de plus en plus présentes, alors qu'en 1987 elles ne formaient que le quart de la main-d'œuvre.
- Le travail à temps partiel est très peu fréquent dans le commerce de gros, 94 % des emplois étant à temps plein.
- Globalement, on observe une faible saisonnalité, mais dans les sous-secteurs de la distribution d'aliments, de boissons et de tabac, ainsi que de véhicules automobiles et de leurs pièces, les variations saisonnières excèdent 10 %.
- Les personnes occupant la profession de représentant, représentante des ventes non techniques sont les plus nombreuses. Ces emplois représentent 11 % du total de ceux du commerce de gros. Au deuxième rang, ce sont les directeurs des ventes (7%), tandis que les professions de vendeur, vendeuse et de commis-vendeur, commis-vendeuse occupent le troisième rang avec 4 % des personnes en emploi. Cela s'explique par le fait que plusieurs grossistes-distributeurs sont également des détaillants, c'est-à-dire qu'ils exploitent des commerces de détail employant des vendeurs ou des commis-vendeurs. Cette activité étant considérée comme secondaire pour l'entreprise, elle est incluse dans le métier de grossiste-distributeur par le SCIAN, dont le premier critère de classement est l'activité principale de l'entreprise.

- Les spécialistes des ventes techniques représentent également 4 % des personnes en emploi dans le commerce de gros. Évidemment, cela s'explique par la complexité des produits offerts et le réseau d'affaires qu'il faut développer et maintenir. Aussi, plusieurs grossistes-distributeurs exigent de leurs représentants une spécialisation technique ou en gestion.

La croissance annuelle de l'emploi dans le commerce de gros a été en moyenne de 4,1 % au cours des huit dernières années, comparativement à 2 % pour l'emploi total. Le scénario prévu est que cette croissance va se poursuivre au cours des prochaines années, quoique plus lentement. La croissance prévue d'ici à 2010 est de 1,8 % par année.

La fabrication

Les sous-secteurs de la fabrication sont nombreux et très diversifiés. Ils sont également très différents, tant dans leur structure que leurs opérations. Par exemple, les entreprises de fabrication de vêtements sont très différentes de celles qui fabriquent des produits chimiques.

TABLEAU 4 - La population active dans les sous-secteurs de la fabrication

Les sous-secteurs de la fabrication (SCIAN)	Population active	
31-33 FABRICATION	640 685	100 %
311 Fabrication d'aliments	63 300	10 %
312 Fabrication de boissons et de produits du tabac	8 950	1 %
313 Usines de textiles	16 675	3 %
314 Usines de produits textiles	9 200	1 %
315 Fabrication de vêtements	64 355	10 %
316 Fabrication de produits en cuir et de produits analogues	5 430	1 %
321 Fabrication de produits en bois	48 650	8 %
322 Fabrication du papier	36 405	6 %
323 Impression et activités connexes de soutien	30 315	5 %
324 Fabrication de produits du pétrole et du charbon	2 630	0 %
325 Fabrication de produits chimiques	29 315	5 %
326 Fabrication de produits en caoutchouc et en plastique	32 505	5 %
327 Fabrication de produits minéraux non métalliques	15 845	2 %
331 Première transformation de métaux	31 910	5 %
332 Fabrication de produits métalliques	45 305	7 %
333 Fabrication de machines	30 500	5 %
334 Fabrication de produits informatiques et électroniques	34 825	5 %
335 Fabrication de matériel, d'appareils et de composants électriques	15 310	2 %
336 Fabrication de matériel de transport	56 035	9 %
337 Fabrication de meubles et de produits connexes	38 475	6 %
339 Activités diverses de fabrication	24 750	4 %

Note : Population active = personnes de 15 ans ou plus en emploi ou en chômage.

Source : Statistique Canada, *Recensement 2001*.

Pour les besoins de la présente étude, soulignons que :

- Près de 22 % des représentants de ventes non techniques travaillent dans des entreprises de fabrication, majoritairement dans les cinq sous-secteurs suivants :
 - 311 Fabrication d'aliments (10%);
 - 315 Fabrication de vêtements (10%);
 - 336 Fabrication de matériel de transport (9%);
 - 321 Fabrication de produits en bois (8%);
 - 332 Fabrication de produits métalliques (7 %).
- La fabrication de biens non durables comprend la fabrication d'aliments, de boissons et de produits du tabac, les usines de textiles et de produits textiles, la fabrication de vêtements et de produits en cuir, la fabrication de papier, l'impression, la fabrication de produits du pétrole et de produits chimiques, ainsi que la fabrication de produits en plastique et en caoutchouc (SCIAN 31 et 32). Ce sont surtout ces entreprises qui emploient des représentants des ventes non techniques dans le secteur de la fabrication. Les entreprises de fabrication de biens durables (SCIAN 33) emploient plus fréquemment des spécialistes des ventes techniques.
- D'ici à 2009, la croissance moyenne de l'emploi est prévue n'être que de seulement 0,3 % pour la fabrication de biens non durables¹⁰. Plusieurs sont d'avis que ces entreprises devront être plus actives dans leur stratégie marketing et augmenter leur force de vente. Une meilleure gestion des efforts de vente est également à prévoir.
- Le nombre de personnes occupant la profession de représentant des ventes non techniques ne constitue qu'un très faible pourcentage (moins de 1 %) des personnes en emploi dans le secteur de la fabrication. Elles occupent cependant des postes clés pour le développement des affaires et la rentabilité d'une majorité d'entreprises.

Les constats sur le marché de l'emploi en vente et en représentation

Le principal constat concernant le marché de l'emploi pour les professions de vendeur, vendeuse et commis-vendeur, commis-vendeuse ainsi que de représentant, représentante des ventes non techniques est que les secteurs d'activité économique du commerce de détail et du commerce de gros sont étroitement liés à l'évolution démographique, à celle du revenu disponible des ménages et surtout aux variations des taux d'intérêt. Tous ces facteurs peuvent influencer les besoins à court et moyen terme de la main-d'œuvre.

Un seul de ces facteurs est facilement prévisible, il s'agit du vieillissement de la population du Québec dans un contexte où la population projetée devrait s'accroître encore lentement d'ici à 2032¹¹ pour ensuite amorcer un faible déclin. Cependant, la pyramide des âges de la population se modifie rapidement. La proportion des 55 ans

10 EMPLOI-QUÉBEC, « Le marché du travail et l'emploi sectoriel au Québec, 2005-2009 », *IMT*, 2005, p. 29.

11 QUÉBEC, MINISTÈRE DU DÉVELOPPEMENT ÉCONOMIQUE ET RÉGIONAL ET DE LA RECHERCHE, *Tendances de l'industrie du commerce de détail*, Québec, ministère du Développement économique et régional et de la Recherche, 2004, p. 4.

ou plus atteindrait 36,2 % en 2021, alors qu'elle était de 23,4 % en 2001¹². Les impacts anticipés de ces prévisions¹³ sont les suivants :

- Un taux de croissance faible de la population aura peu d'impact sur la croissance totale des ventes au détail. Les différents taux de croissance selon les régions pourront cependant avoir des effets différents d'une région à l'autre.
- L'avancement en âge des baby-boomers modifiera leurs besoins en ce qui a trait aux produits, mais aussi en ce qui concerne leurs habitudes de magasinage. On peut penser qu'ils exigeront encore plus de compétences des vendeurs et commis-vendeurs pour ce qui est des conseils et du service à la clientèle.
- D'un autre côté, les gens actifs (25 à 55 ans) continueront à vouloir réduire leur temps de magasinage et mettront l'accent sur des moments agréables en magasin et un rapport qualité-temps intéressant. Les vendeurs et commis-vendeurs devront être en mesure de s'adapter à cette clientèle.

Il est évident que l'impact des changements est plus direct en ce qui concerne la profession de vendeur et commis-vendeur que celle de représentant des ventes non techniques. Néanmoins, il faut comprendre que le rôle des grossistes-distributeurs sera d'appuyer de plus en plus les détaillants dans leurs efforts pour offrir aux consommateurs les produits qu'ils veulent, au moment où ils le désirent. Les représentants des ventes non techniques doivent être de plus en plus des partenaires de leurs clients qui, eux, sont majoritairement des détaillants.

D'autres changements¹⁴ dans le monde du commerce de détail sont susceptibles également d'avoir un impact sur l'emploi et la profession de vendeur et commis-vendeur ainsi que sur celle de représentant des ventes non techniques :

- Une plus grande concentration dans le commerce de détail. Au Québec, il existe de moins en moins de joueurs dans les secteurs de l'alimentation, de la rénovation, de la pharmacie et des magasins à rayons.
- Après l'arrivée de l'échange de données informatisées (EDI) entre les détaillants et les fournisseurs, il y a quelques années, la prochaine évolution technologique sera l'utilisation de l'identification par radiofréquence RFID¹⁵ (*Radio Frequency Identification*), qui risque de modifier complètement les pratiques commerciales. Cette technologie permet de transmettre sans fil l'identité (sous forme d'un numéro de série unique) d'un objet, grâce aux ondes radio. Sa capacité dépasse celle des étiquettes comportant un code barres.

L'impact d'une nouvelle technologie réside non seulement dans sa capacité d'améliorer les processus, mais aussi de créer de nouvelles façons de travailler. Il est impossible d'estimer les effets globaux probables de la RFID sur l'emploi dans le commerce de détail. Cette technologie est encore au stade expérimental et il n'est pas possible d'évaluer précisément dans quelle mesure elle sera ultérieurement déployée dans le secteur¹⁶.

12 *Tendances de l'industrie du commerce de détail*, p. 7.

13 *Ibid.*, p. 29.

14 *Ibid.*, p. 33 à 36.

15 BIT, *Conséquences sociales et dans le domaine du travail du recours accru aux technologies les plus modernes dans le commerce de détail*, 2006, p. 28

16 *Ibid.*, p. 45.

Voici les principaux effets probables sur l'emploi dans le commerce de détail à souligner :

- Une réduction possible de l'emploi, principalement dans les centres de distribution.
 - Les opérations des magasins de détail fondées sur la RFID offriront plus d'options quant à la manière de finaliser les transactions, ce qui permettra de renforcer la relation avec le client. En conséquence naîtront des besoins de former le personnel pour qu'il connaisse très bien les produits vendus et d'améliorer les compétences en communication ainsi qu'en matière de service à la clientèle. Ces besoins sont cependant fonction des stratégies qu'adopteront les entreprises.
 - L'utilisation plus grande des applications technologiques aura comme conséquence que plusieurs travailleurs devront avoir plus de connaissances en informatique.
- Avec Internet, les consommateurs peuvent obtenir de l'information détaillée sur les produits. Les vendeurs et commis-vendeurs doivent être en mesure de répondre à ces acheteurs avertis. Entre autres, une des compétences à développer est leur habileté à se tenir informés sur les produits et les prix du marché.
 - Les sites électroniques (web) des détaillants sont souvent complémentaires à leurs activités en magasin; c'est le cas notamment de Wal-Mart, Sears, Canadian Tire et Future Shop. Le personnel de vente et du service à la clientèle doit être apte à utiliser ces nouveaux outils de l'Internet.
 - Le nouveau profil¹⁷ des travailleurs recherchés reflète les réalités des changements observés en s'adaptant aux exigences imposées par la mondialisation, la technologie et l'explosion du commerce électronique.

4.2 Les professions ciblées et les conditions de travail

4.2.1 Les principales données sur les professions ciblées

Les deux professions ciblées par cette étude sont bien documentées puisqu'elles correspondent à l'un des deux groupes professionnels de la *Classification nationale des professions* (CNP). Nous présentons à la page qui suit un tableau sommaire¹⁸ qui permet de comparer les principales données sur le marché du travail pour chacune des professions.

Les principaux constats et les données complémentaires à ces informations ont trait à ce qui suit :

¹⁷ *Dictionnaire Septembre des métiers et professions*, p. 408.

¹⁸ La source de données utilisées pour compléter ce tableau est celle de la Direction de l'analyse socio-économique de Service Canada sur le site *Emploi-Avenir-Québec*. Ces données sont très similaires à celles présentées sur le site *Information sur le marché du travail (IMT)* d'Emploi-Québec. Dans les deux cas, l'information est compilée à partir du recensement de 2001 et de différentes enquêtes de Statistique Canada.

- En 2004, Emploi-Québec estimait¹⁹ que le total de personnes en emploi dans la profession de vendeur et commis-vendeur était de 146 000. C'est la profession qui comptait le plus grand nombre de travailleurs au Québec en 2001.
- Pour la même année, Emploi-Québec estimait à 40 000 le nombre de personnes exerçant la profession de représentant des ventes non techniques. Pourtant, selon l'enquête sur la population active, on l'estimait à 50 500 en 2004²⁰. Néanmoins, ce nombre d'emplois est relativement élevé pour une profession au Québec, même s'il est presque trois fois moindre que celui de vendeurs et commis-vendeurs.
- Selon le scénario présenté sur le site *Emploi-Avenir-Québec*, le taux de croissance annuel moyen de 2005 à 2009 sera plus grand pour les professions de représentants des ventes que pour celui des vendeurs et commis-vendeurs. Emploi-Québec diverge d'opinion là-dessus, qualifiant la demande de main-d'œuvre prévue de « modérée » pour les représentants des ventes et d'« élevée » pour les vendeurs et commis-vendeurs.
- La répartition de l'emploi selon le sexe est pratiquement l'inverse entre les deux types de professions : on trouve une très grande majorité de femmes parmi les vendeurs et commis-vendeurs, alors que pour les représentants des ventes, on observe une majorité d'hommes.
- Le nombre de jeunes est nettement plus élevé chez les vendeurs et commis-vendeurs.
- L'emploi est principalement à temps plein chez les représentants des ventes, alors que pour les vendeurs et commis-vendeurs c'est le cas de seulement la moitié des emplois environ qui sont à plein temps. Cette différence est d'autant plus grande si l'on considère que seulement 35,1 % des vendeurs et commis-vendeurs ont un emploi à temps plein (plus de 30 heures/semaine) et à l'année (49 semaines ou plus). Pour les représentants des ventes, cette proportion est de 67,9 %.
- La rémunération moyenne des représentants des ventes est presque le double de celle des vendeurs et commis-vendeurs.
- La répartition de l'emploi selon la scolarité est assez similaire entre les deux professions, jusqu'aux études menant à un baccalauréat ou plus, où les représentants des ventes sont alors les plus nombreux.
- La proportion de personnes exerçant la profession de représentant des ventes à leur compte, c'est-à-dire comme travailleurs autonomes, est deux fois supérieure à celle des travailleurs autonomes parmi les vendeurs et commis-vendeurs. Elle est également supérieure au pourcentage moyen pour l'ensemble des professions (11,9 % versus 10,6 %).

¹⁹ IMT.

²⁰ Les données de l'enquête sur la population active peuvent être très variables.

**TABLEAU 5 – Sommaire des données sur le marché du travail pour les professions
en vente et en représentation**

Principales statistiques du site <i>Emploi-Avenir</i>	Vendeurs et commis- vendeurs, commerce de détail (CNP 6421)	Représentants des ventes non techniques (CNP 6411)
Principaux indicateurs du marché du travail		
Emplois, moyenne de 2002-2004	128 700	49 400
Taux de croissance annuel de 2005-2009	1,1 %	2,1 %
Répartition de l'emploi selon le sexe (2001)		
Hommes	41,5 %	69,8 %
Femmes	58,5 %	30,2 %
Répartition de l'emploi selon le groupe d'âge (2001)		
15-24 ans	38,6 %	7,3 %
25-44 ans	33,5 %	53,3 %
45-64 ans	26,3 %	36,2 %
65 ans ou plus	1,6 %	3,1 %
Répartition de l'emploi selon le statut		
Temps plein	54,9 %	88,7 %
Temps partiel	45,1 %	11,3 %
Revenu d'emploi annuel moyen (à temps plein et à l'année)		
À temps plein et à l'année	35,1 %	67,9 %
Moyen	26 678 \$	43 686 \$
0 à 19 999 \$	42,3 %	12,9 %
20 000 \$ à 49 999 \$	49,0 %	56,0 %
50 000 \$ ou plus	8,7 %	31,1 %
Répartition de l'emploi selon le plus haut diplôme obtenu		
Moins d'un DES	19,9 %	13,1 %
Diplôme d'études secondaires (DES)	39,6 %	31,5 %
Diplôme d'études postsecondaires, mais non universitaires	34,3 %	39,4 %
Baccalauréat ou plus	6,2 %	16,1 %
Travail autonome (2001)	5,7 %	11,9 %
Immigration (2001)	8,5 %	10,0 %

Source : *Emploi-Avenir-Québec*.

4.2.2 Les vendeurs et les commis-vendeurs

Nature du travail et fonctions principales

La description générale de cette profession telle qu'elle est présentée dans la CNP est, selon les personnes consultées, assez fidèle à la réalité.

Les vendeurs et les commis-vendeurs dans le commerce de détail vendent ou louent une gamme de produits et de services directement aux consommateurs. Ils travaillent dans des magasins et d'autres établissements de vente au détail, dans des commerces de gros ouverts au public pour la vente au détail et dans des centres d'appel.

Les vendeurs et les commis-vendeurs dans le commerce de détail exercent une partie ou l'ensemble des fonctions suivantes :

- accueillir les clients et discuter des caractéristiques, de la qualité et de la quantité des marchandises ou des services qu'ils désirent acheter ou louer;
- renseigner les clients sur l'utilisation et l'entretien des marchandises qu'ils achètent ou louent et les conseiller sur les produits ou les services spécialisés;
- indiquer les prix, établir les modalités de crédit et d'échange, spécifier les garanties et les dates de livraison;
- préparer les marchandises à vendre ou à louer;
- préparer les contrats de vente ou de location-achat et accepter les paiements en espèces, par chèque, carte de crédit ou de débit automatique;
- aider à l'étalage des marchandises;
- tenir à jour les registres des ventes pour dresser l'inventaire;
- exploiter des systèmes informatisés de tenue d'inventaire et de commande de stocks;
- effectuer, au besoin, des transactions au moyen du commerce électronique.

Il faut noter que dans ce groupe professionnel ne sont pas inclus les superviseurs des commis-vendeurs, qui sont plutôt décrits dans une profession distincte, celle de superviseur/superviseure – commerce de détail (CNP 6211).

Il importe de souligner que, fréquemment, ces superviseurs ne sont que des chefs de rayon ou de section qui effectuent en grande partie des tâches liées à la vente. Dans certains magasins, cette responsabilité de supervision est rapidement obtenue, surtout si le vendeur ou le commis-vendeur travaille à temps plein et désire avoir plus de responsabilités. En 2004, Emploi-Québec estimait à 28 000 le nombre de personnes en emploi dans cette profession, dont 89 % étaient à temps plein. Cela signifie que le nombre d'emplois total en vente-conseil, incluant les emplois de supervision, était de l'ordre de 175 000.

Appellations d'emploi

Cette profession englobe cependant plusieurs appellations d'emploi, qui varient selon le secteur d'activité où la profession est exercée. À titre d'exemple, nous présentons ci-après les appellations qui ont été retenues dans la classification CLEO²¹ :

- commis de dépanneur;
- commis-vendeur de poissons et fruits de mer;
- commis-vendeur;
- commis-vendeur de vêtements;
- conseiller en produits de beauté;
- commis-vendeur d'articles de sport;
- commis-vendeur de matériel photographique;
- commis-vendeur de quincaillerie;
- commis-vendeur d'animalerie;
- commis de club vidéo;
- conseiller à la vente d'automobiles;
- vendeur de services d'automobile;
- préposés à la location d'outils;
- commis-vendeur aux fruits et légumes;
- aide-commis de magasin.

Sur le site *Emploi-Avenir-Québec*, on présente comme principales appellations :

- agent de location de voitures;
- commis au comptoir – commerce de détail;
- commis de magasin à rayons;
- commis de quincaillerie;
- commis-vendeur en commerce de détail;
- vendeur – commerce de détail;
- vendeur d'automobiles;
- vendeur de bijoux;
- vendeur de mobilier;
- vendeur de vêtements;
- vendeur d'équipement audio;
- vendeur d'ordinateurs – commerce de détail;
- vendeur-associé dans le commerce de détail.

Il faut souligner que le groupe professionnel de vendeur et de commis-vendeur (CNP 6421) inclut un certain nombre de personnes dont les fonctions de travail sont peu liées à la vente-conseil. Celles-ci sont particulièrement présentes dans le secteur de l'alimentation où on estime leur nombre à environ 10 000. (voir tableau 6).

Principaux secteurs d'activité

Les personnes en emploi exerçant la profession de vendeur ou de commis-vendeur sont très majoritairement actives dans le commerce de détail (80,6 %).

21 *Dictionnaire Septembre des métiers et professions*, p. 408-410.

Nous présentons, à la page suivante, la répartition en pourcentage des personnes exerçant la profession de vendeur et commis-vendeur dans l'ensemble du commerce de détail et pour tous les secteurs d'activité économique. Les principaux constats à souligner sont les suivants :

- Près de 20 % des emplois sont dans d'autres secteurs d'activité que le commerce de détail et pourtant le titre de la profession semble être restreint au commerce de détail. La classification utilisée, celle du SCIAN, explique en partie cette situation, c'est-à-dire que les entreprises sont classées selon leur activité principale : il est donc possible qu'un grossiste de produits importés ou encore, un centre de villégiature qui exploite des magasins de vente au détail emploient des vendeurs et commis-vendeurs. Dans ce cas, les emplois seront classés dans le commerce de gros (SCIAN 41) et dans le secteur de l'hébergement (SCIAN 72). En 2001, on estimait que 23 660 personnes occupant cette profession étaient au service d'entreprises dont le commerce de détail n'était pas la principale activité.
- Dans le commerce de détail, ce sont les magasins de vêtements et d'accessoires vestimentaires qui emploient le plus grand nombre (28 %) de vendeurs et commis-vendeurs. Le deuxième sous-secteur le plus important est constitué des magasins de fournitures de tout genre (12,7 %). Ces deux sous-secteurs du commerce de détail emploient plus de 40 % des vendeurs et commis-vendeurs du secteur. Cela représente près de 33 % du total des emplois de la profession.
- Le sous-secteur des stations-service et celui des détaillants hors magasins emploient très peu de vendeurs et commis-vendeurs.
- Les deux sous-secteurs qui sont fréquemment considérés comme des secteurs différents du commerce de détail présentent des pourcentages relativement faibles, mais néanmoins un nombre d'emplois quand même important. En 2001, c'est plus de 10 000 vendeurs et commis-vendeurs qui travaillaient dans le sous-secteur de l'alimentation et 6 370 dans celui des marchands de véhicules automobiles et de leurs pièces.

TABLEAU 6 - Nombre de personnes en emploi dans la profession de vendeur et commis-vendeur (CNP 6421)

Secteurs d'activité (SCIAN)	Personnes en emploi (2001)	Pourcent age du comm. de détail	Pourcent age de tous les secteurs
Total de tous les secteurs d'activité économique	122 255		100,0
Total dans le commerce de détail	98 595	100,0	80,6
441 Marchands de véhicules automobiles et de leurs pièces	6370	6,5	5,2
4411 Marchand d'automobiles	5150	5,2	4,2
4412 Marchands d'autres véhicules automobiles	520	0,5	0,4
4413 Magasins de pièces pour véhicules automobiles	700	0,7	0,6
442 Magasins de meubles et d'accessoires de maison	5290	5,4	4,3
4421 Magasins de meubles	2715	2,8	2,2
4422 Magasins d'accessoires de maison	2575	2,6	2,1
443 Magasins d'appareils électroniques et ménagers	5200	5,3	4,3
4431 Magasins d'appareils électroniques et ménagers	5200	5,3	4,3
444 Marchands de matériaux de construction et de matériel et fournitures de jardinage	8075	8,2	6,6
4441 Marchands de matériaux et fournitures de construction	7635	7,7	6,2
4442 Magasins de matériel et fournitures pour le jardinage et l'entretien des pelouses	440	0,4	0,4
445 Magasins d'alimentation	10030	10,2	8,2
4451 Épiceries	6480	6,6	5,3
4452 Magasins d'alimentation spécialisés	2510	2,5	2,1
4453 Magasins de bière, de vin et de spiritueux	1040	1,1	0,9
446 Magasins de produits de santé et de soins personnels	5390	5,5	4,4
4461 Magasins de produits de santé et de soins personnels	5390	5,5	4,4
447 Stations-service	550	0,6	0,0
4471 Stations-service	550	0,6	0,4
448 Magasins de vêtements et d'accessoires vestimentaires	27590	28,0	22,6
4481 Magasins de vêtements	21 365	21,7	17,5
4482 Magasins de chaussures	3670	3,7	3,0
4483 Bijouteries et magasins de bagages et de maroquinerie	2555	2,6	2,1
451 Magasins d'articles de sport, d'articles de passe-temps, d'articles de musique et de livres	7870	8,0	6,4
4511 Magasins d'articles de sport et de passe-temps et d'instruments de musique	5470	5,5	4,5
4512 Magasins de livres, de périodiques et d'articles de musique	2400	2,4	2,0
452 Magasins de fournitures de tout genre	12570	12,7	10,3
4521 Grands magasins	8585	8,7	7,0
4529 Magasins d'autres fournitures de tout genre	3985	4,0	3,3

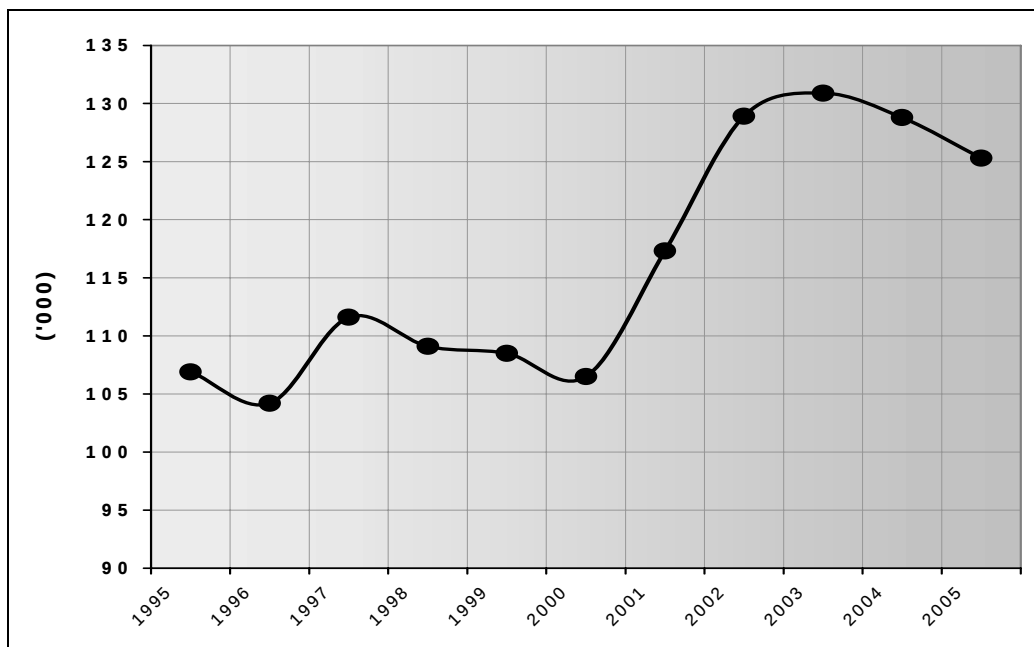
Source : Statistique Canada, Recensement 2001.

Évolution de l'emploi et les perspectives professionnelles

L'emploi pour les vendeurs et commis-vendeurs est étroitement lié à l'évolution du commerce de détail, un secteur qui est lui-même fonction des dépenses de consommation.

Depuis l'année 2000, ces dépenses ont connu une croissance soutenue au Québec. Il en résulte une augmentation significative de l'emploi pour les vendeurs et commis-vendeurs.

Figure 1 Évolution de l'emploi pour la profession de vendeur, commis-vendeur dans le commerce de détail (CNP 6421), 1995-2005



Source des données : Statistique Canada, *Enquête sur la population active*, moyennes annuelles non désaisonnalisées.

Traitement des données : Direction de l'intervention sectorielle, CPMT, août 2006.

En l'an 2000, on estimait ce nombre à environ 106 000; il atteignait un sommet en 2003 avec 129 000. Depuis, il semble y avoir eu une légère diminution, pour atteindre 125 000 en 2005²². Il ne semble pas que cette baisse va se poursuivre dans les prochaines années ou, si c'est le cas, cela se fera de façon graduelle.

22 Ces estimations peuvent être différentes de celles présentées par Emploi-Québec (sur le site *IMT*), puisque la source de données n'est pas la même et que ces dernières peuvent varier considérablement, étant donné les limites de l'échantillon d'enquête sur la population active.

D'ailleurs, selon les perspectives professionnelles pour 2005-2009²³ d'Emploi-Québec, la demande de main-d'œuvre prévue pour cette profession est *élevée*, c'est-à-dire que le taux de cette demande est estimé à plus de 30 % entre 2005 et 2009. Cela est attribuable à la fois à la création d'emplois et au fait que de nombreuses personnes quittent leur emploi pour en occuper un dans une autre profession.

Ces bonnes perspectives sont également confirmées dans différentes publications :

- Ce métier est listé parmi les 50 du *Palmarès des carrières 2005*²⁴.
- Il est présenté comme l'un des 50 métiers d'avenir par la revue *Actualité* du 15 octobre 2006²⁵.
- Il est considéré comme l'un des principaux métiers par les entreprises du secteur du commerce au Québec. Cela comprend 22 000 entreprises, incluant les bannières possédant plus d'une succursale, ce qui représente un total de 34 000 établissements dans le répertoire des entreprises qui recrutent²⁶.

Dans ce répertoire, on identifie seulement quelques-unes des entreprises qui recrutent des vendeurs et commis-vendeurs :

- Boutique Jacob;
- Bureau en gros;
- Centre de rénovation Patrick Morin;
- Centre Jardin Hamel inc.;
- Familiprix inc.;
- Groupe Aldo;
- H&M Canada inc.;
- Laura Canada;
- Pharmaprix;
- Rona.

L'offre d'emploi et le recrutement

Les offres de postes de vendeurs et commis-vendeurs continuent d'être très nombreuses. Durant la semaine du 11 au 15 septembre 2006, il y en avait plus de 2200, ce qui a porté le total à près de 3000 seulement sur le site *Placement en ligne*, d'Emploi-Québec.

En compilant les principales données de 1000 de ces offres d'emploi (voir le tableau à la page suivante), nous observons ce qui suit :

- Très peu d'employeurs exigent une formation en vente comme critère d'embauche. Dans seulement 0,5 % des offres d'emploi, on demandait un diplôme d'études secondaires ou professionnelles en vente. Les principales raisons, selon les propos recueillis lors de nos entrevues, sont que ces formations professionnelles ne sont pas suffisamment connues ou qu'il n'y a pas assez de diplômés pour en faire un critère d'embauche. Les employeurs reconnaissent cependant accorder une préférence à des candidats ayant une formation initiale en vente, mais ceux-ci devront faire leur preuve.

23 IMT.

24 Septembre éditeur, p. 1004.

25 Voir le site à l'adresse suivante : www.lactualite.com/emplois.

26 *Le guide de l'emploi 2005-2006*, Québec, Septembre éditeur, 2005.

TABLEAU 7 - Données concernant les offres d'emploi pour des postes de vendeur et commis-vendeur dans le commerce de détail (CNP 6421)

Scolarité demandée	Nombre de postes offerts	Distribution en pourcentage
Formation technique (collégiale)	102	6,3
AEC en vente	1	0,1
DEC en administration, vente	2	0,1
DEC dans d'autres secteurs	5	0,3
DEC en secrétariat	1	0,1
DEC ou DEP en bureautique	1	0,1
Non spécifiée	94	5,8
Formation secondaire ou professionnelle	1512	92,9
Secondaire non terminé	357	21,9
DES seulement	1076	66,2
DES, DEP ou ASP (non précisé)	24	1,5
DES, DEP ou ASP en vente	8	0,5
DES et cours de vente	14	0,9
DES et cours d'esthétique ou de cosmétique	13	0,8
DES et cours dans d'autres secteurs	20	1,2
Scolarité non précisée	12	0,7
	1626	100,0

Expérience demandée	Nombre de postes offerts	Distribution en pourcentage
Aucune	688	42,5
1 à 6 mois	449	27,7
7 à 11 mois	152	9,4
1 à 2 ans	293	18,1
3 à 5 ans	35	2,2
Non spécifiée	2	0,1

Rémunération	Nombre de postes offerts	Distribution en pourcentage
Salaire (si spécifié)	848	100
Moins de 8 \$ l'heure	257	30,3
De 8,00 \$ à 8,99 \$ l'heure	162	19,1
De 9,00 \$ à 9,99 \$ l'heure	100	11,8
De 10,00 \$ à 11,99 \$ l'heure	27	3,2
15,00 \$ l'heure ou plus	2	0,2
Avec commission ou prime au rendement (salaire spécifié ou non)	504	31,1

Source : Emploi-Québec, *Placement en ligne*, durant la semaine du 11 au 15 septembre 2006.
Échantillon : 1000 offres d'emploi pour des postes de vendeur et commis-vendeur.

- Plus de 70 % des employeurs offrant des postes sont prêts à embaucher des personnes sans expérience ou ayant moins de six mois d'expérience. Cela s'explique par le fait que les premiers critères d'embauche sont, dans l'ordre, les aptitudes interpersonnelles, la motivation à apprendre et la formation initiale en vente ou générale. Dans le milieu du travail, la perception est encore grandement répandue qu'il est possible d'effectuer son apprentissage du métier en emploi, à condition évidemment d'avoir les aptitudes et la motivation pour y arriver. Avec un nombre relativement restreint de personnes diplômées en vente qui font leur entrée sur le marché de l'emploi depuis de nombreuses années, il est difficile de modifier cette perception. Un plus grand nombre de personnes formées en vente-conseil dans l'industrie pourrait constituer une masse critique de vendeurs et de commis-vendeurs en mesure de changer ce point de vue du milieu.
- Les salaires offerts sont en fonction des exigences peu élevées. Ils ne constituent donc pas une forte attraction pour ceux qui désirent s'inscrire à un programme d'études professionnelles. Les observations confirment cependant que cette profession est encore très populaire auprès des jeunes et qu'elle constitue très souvent une porte d'entrée sur le marché du travail. Rappelons que 39 % des personnes en emploi dans cette profession ont moins de 25 ans, contre 15 % pour l'ensemble des professions²⁷.
- Puisque le tiers des offres d'emploi analysées présentaient une rémunération avec commission ou prime au rendement. Cette pratique de rémunération variable est principalement présente dans les sous-secteurs du vêtement, du meuble et de l'électronique²⁸. On peut également mentionner sans se tromper, le sous-secteur des marchands d'automobiles comme étant une activité où la rémunération avec commission aux vendeurs est très présente.

4.2.3 Les représentants des ventes non techniques

Nature du travail et les fonctions principales

La description de cette profession telle que présentée dans la CNP est selon les personnes consultées très près de ce qui est observé dans le marché du travail.

Les représentants des ventes non techniques - commerce de gros, vendent des biens et des services non techniques à des détaillants, des grossistes, des établissements commerciaux, industriels ou spécialisés ainsi qu'à d'autres clients nationaux et étrangers. Ils travaillent pour des établissements pourvoyeurs (grossistes, distributeurs, fabricants ou entreprises) de services et de produits dans plusieurs secteurs. Les représentants des ventes non techniques, commerce de gros, qui occupent des postes de supervision sont aussi compris dans ce groupe.

Les représentants des ventes non techniques - commerce de gros exercent une partie ou l'ensemble des fonctions suivantes :

- faire de la promotion auprès des clients;

²⁷ IMT.

²⁸ CSMO, COMMERCE DE DÉTAIL, *Abrégé du rapport d'enquête de rémunération*, 2002.

- déterminer les clients éventuels et les solliciter;
- présenter aux clients un exposé ou une description des avantages et des utilisations des biens ou des services;
- évaluer et établir les prix, les conditions de crédit ou de contrat, les garanties et les dates de livraison;
- rédiger les contrats de vente ou autres, ou en assurer la rédaction;
- communiquer avec les clients, après la vente ou la signature des contrats, pour résoudre les problèmes et assurer un suivi;
- lire et suivre les renseignements concernant les innovations d'un produit, les concurrents et les conditions du marché;
- représenter des entreprises qui exportent et importent des biens et des produits à destination ou en provenance de pays étrangers;
- effectuer, s'il y a lieu, des transactions de vente au moyen du commerce électronique sur Internet;
- superviser, s'il y a lieu, le travail d'autres représentants de commerce.

Les termes « non techniques » signifient que ces représentants vendent des produits et services non techniques tels que du pétrole, des produits alimentaires et de boisson, du tabac, des vêtements, des articles ménagers, des services d'hébergement, etc. À l'opposé, la vente de produits et services techniques serait celle du matériel scientifique ou industriel, des services de télécommunication, d'électricité ou d'informatique.

Appellations d'emploi

Cette profession inclut plusieurs appellations d'emploi qui varient selon le secteur d'activité ou encore, selon le type d'entreprise.

À titre d'exemples, nous présentons ci-après les appellations qui ont été retenues dans la classification CLEO²⁹ :

- importateur-exportateur;
- agent commercial;
- représentant commercial;
- vendeur de publicité pour la radio ou la télévision;
- encanteur;
- vendeur-technicien de matériaux de construction;
- courtier en denrées alimentaires.

Sur le site *Emploi-Avenir*, on trouve, comme principales appellations :

- agent d'une compagnie de cession de biens;
- agent de fret;
- conseiller commercial de services de sécurité;

²⁹ Dictionnaire Septembre des métiers et professions, p. 408-410.

- directeur commercial en chambres d'hôtel;
- distributeur de produits pétroliers;
- représentant de commerce de périodiques;
- représentant de commerce en denrées alimentaires;
- représentant de commerce en graphisme;
- représentant de commerce en magazines;
- superviseur de représentants de commerce de gros;
- vendeur-grossiste d'alcools.

Évidemment, cette liste d'appellations d'emploi est loin d'être exhaustive. L'appellation la plus fréquente est celle de représentant de commerce. Il ne faut pas confondre ce terme avec celui de « représentant » qu'utilisent les établissements du commerce de détail pour nommer leurs vendeurs et commis-vendeurs. On peut donner comme exemple les représentants en téléphonie cellulaire qui travaillent dans des stands situés dans des centres commerciaux. Leurs fonctions et les compétences requises pour les exercer sont similaires à celles d'un vendeur du commerce de détail plutôt qu'à celles d'un représentant des ventes non techniques.

Les appellations d'emploi en vente et en représentation sont très nombreuses et elles peuvent souvent entraîner de la confusion. Selon nous, la meilleure façon de distinguer la vente et la représentation est par la nature du travail et les lieux où sont réalisées les tâches. Selon les informations recueillies lors de nos consultations :

- Un vendeur ou un commis-vendeur accomplit en très grande partie (plus de 90 % de son temps) son travail dans un établissement de commerce.
- Un représentant des ventes, lui, réalise essentiellement ses tâches sur la route ou en communiquant à distance (60 à 80 % de son temps) avec ses clients.

Principaux secteurs d'activité

Les personnes exerçant la profession de représentant des ventes non techniques sont présentes dans plusieurs secteurs d'activité. Le principal est celui du commerce de gros, avec 50 % des emplois de la profession, suivi de celui de la fabrication (22 %). Dans ces deux secteurs, cependant, il n'y a pas de véritable concentration de la profession dans un sous-secteur.

Néanmoins, on constate que la mondialisation des marchés a un impact sur la profession. De plus en plus de grossistes-distributeurs sont actifs dans l'importation; il en résulte qu'ils offrent une plus grande gamme de produits et avec des prix souvent inférieurs à la concurrence locale. À l'inverse, les fabricants québécois visent de plus en plus à exporter ou à développer des niches de marché. Ces changements amènent de nouveaux débouchés pour des représentants des ventes non techniques.

Le commerce de détail emploie 6 % des représentants des ventes non techniques. Cela s'explique par le fait que quelques détaillants offrent également leurs produits et services sur une base plus commerciale, requérant ainsi des représentants des ventes non techniques. On peut citer comme exemple un détaillant en papeterie et fournitures de bureau qui cible une clientèle d'entreprises visitée régulièrement par un de ses représentants.

En fait, les représentants des ventes non techniques sont présents dans presque tous les secteurs d'activité. Ce qu'ils ont en commun, c'est d'abord leur capacité à bien

représenter leur entreprise et à réussir à conclure des ventes. Il est donc difficile de présenter un portrait homogène du marché du travail des représentants des ventes non techniques.

TABLEAU 8 - Nombre de personnes en emploi dans la profession de représentant des ventes non techniques dans le commerce de gros (CNP 6411)

Secteurs d'activité (SCIAN)	Personnes en emploi en 2001	Proportion du total, toutes industries (%)
Total, toutes industries	36 235	100
23 Construction	695	2
31-33 Fabrication	7800	22
311 Fabrication d'aliments	1550	4
312 Fabrication de boissons et de produits du tabac	625	2
315 Fabrication de vêtements	740	2
3152 Fabrication de vêtements coupés-cousus	605	2
323 Impression et activités connexes de soutien	1115	3
41 Commerce de gros	18 060	50
413 Grossistes-distributeurs de produits alimentaires, boissons et tabac	2935	8
4131 Grossistes-distributeurs de produits alimentaires	2440	7
414 Grossistes-distributeurs d'articles personnels et ménagers	3450	10
4141 Grossistes-distributeurs de textiles, vêtements et chaussures	1285	4
4144 Grossistes-distributeurs d'articles personnels	700	2
4145 Grossistes-distributeurs de produits pharmaceutiques, de toilette, cosmétiques, etc.	965	3
415 Grossistes-distributeurs de véhicules automobiles et de leurs pièces	1035	3
4152 Grossistes-distributeurs de pièces et d'accessoires neufs pour véhicules automobiles	770	2
416 Grossistes-distributeurs de matériaux et fournitures de construction	2675	7
4161 Grossistes-distributeurs de matériel électrique, plomberie, chauffage, climatisation	940	3
4163 Grossistes-distributeurs: bois d'œuvre, menuiseries, articles de quincaillerie, etc.	1415	4
417 Grossistes-distributeurs de machines, matériel et fournitures	3040	8
4172 Grossistes-distributeurs de machines, matériel et fournitures industriels	1105	3
4179 Grossistes-distributeurs d'autres machines, matériel et fournitures	1295	4
418 Grossistes-distributeurs de produits divers	2655	7
4182 Grossistes-distributeurs de papier, produits du papier et produits en plastique jetables	740	2
4189 Grossistes-distributeurs d'autres produits divers	1070	3
419 Agents et courtiers du commerce de gros	1930	5
44-45 Commerce de détail	1995	6
48-49 Transport et entreposage	980	3
Autres (< 600)	6705	19

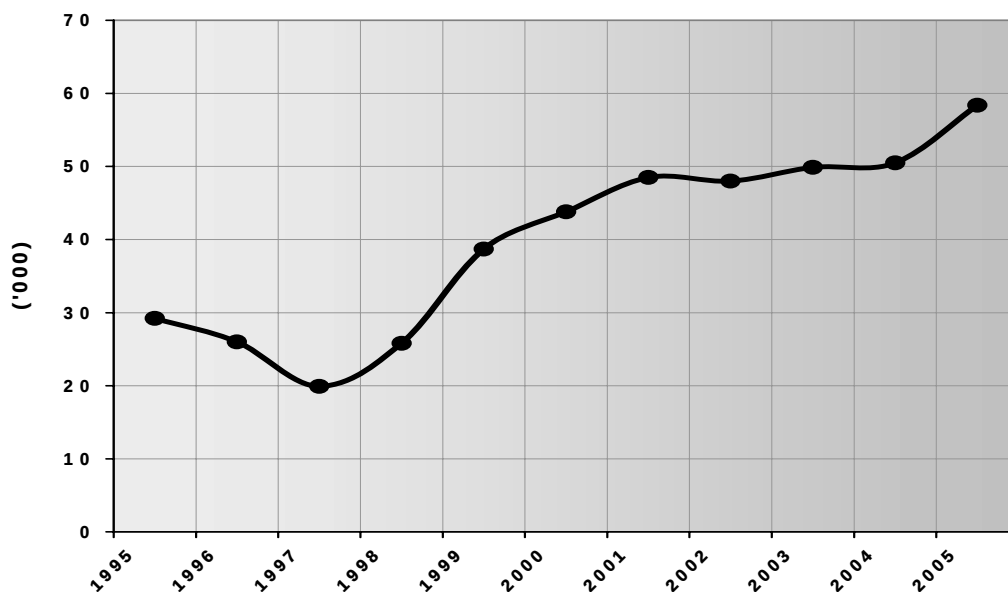
Source : Statistique Canada, *Recensement 2001*.

Soulignons aussi que 12 % des représentants des ventes non techniques exercent leur profession comme travailleurs autonomes. Ceux-ci agissent souvent comme agents manufacturiers non exclusifs, c'est-à-dire qu'ils peuvent représenter différents fabricants (non concurrents) et vendre leurs produits sur un territoire donné. D'autres ententes similaires peuvent exister avec l'attribution de licences de distribution de produits qui n'exigent que des activités de représentation et de prise de commande. Pour ces travailleurs autonomes, la rémunération est généralement variable, puisqu'elle dépend d'une commission sur les ventes.

Évolution de l'emploi et perspectives

L'emploi pour les représentants des ventes non techniques n'est pas lié au commerce de détail, contrairement à celui des vendeurs et commis-vendeurs. Il est certes fonction des dépenses en consommation, mais également des exportations, des importations et du dynamisme de l'industrie manufacturière.

Figure 2 Évolution de l'emploi pour la profession de représentant des ventes non techniques dans le commerce de gros (CNP 6411), 1995-2005



Source des données : Statistique Canada, *Enquête sur la population active*, moyennes annuelles non désaisonnalisées.

Traitement des données : CPMT, Direction de l'intervention sectorielle, août 2006.

Depuis l'année 1998, l'emploi a amorcé une croissance soutenue, avec toutefois un léger ralentissement de 2002 à 2004. En 2004, selon les données de l'enquête sur la population active³⁰, 50 000 personnes exerçaient cette profession. Emploi-Québec estime ces emplois à 40 000. Ce qui est certain, c'est que la demande dans cette profession est en croissance depuis plusieurs années.

Selon les perspectives professionnelles d'Emploi-Québec pour cette profession de 2005 à 2009, la demande de main-d'œuvre prévue sera *modérée*, c'est-à-dire que le taux de demande estimé sera égal ou supérieur à 19,6 %, mais inférieur à 30 %. Compte tenu de cette demande et du faible taux de chômage (en 2004), les perspectives d'emploi sont qualifiées de *favorables*.

En fait, selon l'information d'*Emploi-Avenir-Québec*, le taux de croissance annuel pour cette profession devrait être de 2,1 % d'ici à 2009, alors qu'il est de 1,1 % pour l'ensemble des professions, tout comme pour les vendeurs et commis-vendeurs. C'est donc dire que la demande pour des représentants des ventes non techniques risque d'être forte dans les prochaines années.

D'ailleurs, la profession de représentant des ventes non techniques fait partie du *Palmarès des carrières 2005*³¹.

On peut ajouter qu'avec 36,2 % des représentants qui étaient âgés de 45 à 64 ans en 2001, comparativement à 34 % pour l'ensemble des professions, on peut certainement prévoir plusieurs départs pour la retraite. Les remplacements risquent d'être difficiles, faute de candidats aptes à cette fin.

Selon les commentaires des employeurs consultés, plusieurs des représentants des ventes non techniques en poste ont de nombreuses années d'ancienneté auprès du même employeur. En fait, il semble que cela soit plus attrayant de faire carrière avec le même employeur dans cette profession que pour les vendeurs et commis-vendeurs.

L'offre d'emploi et le recrutement

Les offres d'emploi pour des postes de représentant des ventes non techniques sont nombreuses et, selon plusieurs personnes, elles seraient en hausse depuis quelques années. Les deux principales raisons seraient l'augmentation des produits importés de l'Asie distribués au Québec par des grossistes-importateurs et le désir des fabricants d'ici de se démarquer ou de cibler de nouveaux créneaux.

Durant la semaine du 11 au 15 septembre 2006, on a dénombré près de 235 offres d'emploi, totalisant 381 postes offerts sur le site *Placement en ligne*, d'Emploi-Québec.

30 Les données de l'enquête sur la population active peuvent varier considérablement, celle-ci étant dans les limites de l'échantillon.

31 Septembre éditeur, 2005.

La compilation des principales données relatives à ces offres d'emploi est présentée dans le tableau suivant.

TABLEAU 9 - Données concernant les offres d'emploi pour des postes de représentant des ventes non techniques (CNP 6411)

Scolarité demandée	Nombre de postes offerts	Distribution en pourcentage
Formation universitaire	19	5,0
Certificat en vente marketing	3	0,8
En informatique	6	1,6
Non spécifiée (baccalauréat, certificat)	10	2,6
Formation technique (collégiale)	130	34,1
AEC (secteur non précisé)	3	0,8
DEC en vente marketing	11	2,9
DEC en administration	1	0,3
DEC en génie mécanique	1	0,3
Non spécifiée	114	29,9
Formation secondaire ou professionnelle	232	59,1
DES seulement	200	52,5
DES ou DEP en vente	11	1,8
DES, formation en vente (un atout)	10	2,6
Non spécifiée	11	

Expérience pertinente demandée	Nombre de postes offerts	Distribution en pourcentage
Aucune	68	17,8
1 à 6 mois	45	11,8
7 à 11 mois	38	10,0
1 à 2 ans	126	33,1
3 à 5 ans	94	24,7
6 à 9 ans	10	2,6

Rémunération annuelle	Nombre de postes offerts	Distribution en pourcentage
	102	100
Moins de 20 000 \$	9	8,8
De 20 000 \$ à 29 999 \$	27	26,5
De 30 000 \$ à 39 999 \$	29	28,4
De 40 000 \$ à 49 999 \$	20	19,6
De 50 000 \$ à 69 999 \$	10	9,8
Plus de 70 000 \$	7	6,9
Avec commission ou prime au rendement (n = 381)	270	70,9

Source : Emploi-Québec, *Placements en ligne*, durant la semaine du 11 au 15 septembre 2006.

Les constats à souligner sont les suivants :

- En tenant compte des formations en vente à chacun des trois ordres d'enseignement (enseignement secondaire, collégial et universitaire), on constate que 6,6 % des postes offerts exigeaient un diplôme spécialisé en vente. Si l'on ajoute les dix offres d'emploi qui mentionnent qu'une formation en vente serait un

atout, cette exigence augmente à 9,2 % seulement. Il est donc évident que la formation en vente-conseil ou en représentation n'est pas l'un des premiers critères considérés pour l'embauche d'un représentant des ventes non techniques.

- La majorité des employeurs consultés n'ont pratiquement aucune connaissance des programmes de formation, tant professionnelle que technique, en représentation. Tout au plus, ils sont vaguement informés de quelques formateurs privés et de quelques centres de formation spécialisés qui ont une certaine réputation.
- Comme autres critères d'embauche les plus souvent considérés par les employeurs pour engager un représentant des ventes non techniques, on trouve la maturité et la grande autonomie. Cela est particulièrement vrai pour les postes dont l'encadrement ne se fera qu'à distance, c'est-à-dire en région éloignée, ou les postes exigeant d'être continuellement « sur la route ».
- Le nombre d'années d'expérience est sûrement l'un des premiers critères pour le choix des candidats à un poste de représentant des ventes non techniques. En fait, plus de 60 % des postes offerts dans *Placement en ligne*, d'Emploi-Québec, exigent un minimum d'un an d'expérience pertinente comme représentant des ventes non techniques ou en vente. Les employeurs consultés mentionnaient qu'un minimum de deux ans d'expérience en vente est nécessaire. Fréquemment, ils exigent également une expérience suffisante ayant permis d'acquérir une connaissance des produits ou des services offerts et du secteur des échanges commerciaux. Citons comme exemple un distributeur de portes et fenêtres qui souligne qu'une expérience en construction est un atout certain pour un représentant des ventes dans son entreprise.
- Pour les représentants des ventes non techniques, la rémunération offerte est principalement basée sur un salaire annuel. Elle est généralement variable, comportant des commissions ou des primes au rendement. Près de 80 % des offres d'emploi analysées proposaient ce type de rémunération. Les représentants du marché du travail consultés précisent que, le plus souvent, la rémunération est composée d'environ 80 % de commission et de 20 % de salaire fixe. Évidemment, cette répartition peut varier grandement selon le secteur d'activité et la stratégie de la force de vente. Avec une rémunération variable, les nouveaux représentants des ventes non techniques se doivent de performer rapidement et de façon continue.

4.3 La formation en vente et en représentation

4.3.1 La formation initiale et la formation continue

Les programmes d'études professionnelles et techniques liés à la vente ou à la représentation sont nombreux. En fait, il y en a 28 (16 menant à un DEP, 5 à une ASP et 7 à un DEC)³². Dix d'entre eux visent spécifiquement une profession de la vente, c'est-à-dire qu'il s'agit de programmes qui mènent à l'exercice des deux professions ciblées par cette étude (CNP 6421 et CNP 6411). Les autres programmes d'études comportent une ou des compétences en vente, sans toutefois mener au

32 QUÉBEC, MEQ, Direction générale des programmes et du développement, *Programmes d'études professionnelles et techniques liés à la vente. Analyse de l'offre de formation*, ministère de l'Éducation, 2004.

métier de vendeur, de commis-vendeur ou de représentant des ventes non techniques.

Des dix programmes en vente, seulement trois, dont deux mènent à un DEP et l'autre à une ASP, ont plus de 25 %³³ du temps de formation lié à des compétences en vente. Il s'agit des programmes suivants :

- *Vente-conseil* (5196), qui conduit à l'obtention d'un DEP;
- *Vente de produits de quincaillerie* (5272), qui conduit à l'obtention d'un DEP;
- *Représentation* (5054), qui conduit à l'obtention d'une ASP.

Deux de ces programmes de formation professionnelle, *Vente-conseil* et *Représentation*, font spécifiquement référence à l'objet de cette étude. Le programme *Vente de produits de quincaillerie* n'est pas considéré dans cette étude, puisqu'il vise la formation de vendeurs et commis-vendeurs dans un contexte de travail spécifique.

Outre ces programmes d'études liés à la vente, il importe de mentionner plusieurs programmes de formation technique menant à une AEC. Ces programmes autorisés sont :

- *Agent(e) de vente en centre d'appels* (LCA.3F);
- *Conseiller en vente automobile* (LCA.8J);
- *Conseiller en vente d'éléments de décoration* (NTA.0T);
- *Représentation et ventes techniques* (LCA.BG);
- *Représentation commerciale* (LCA.9U);
- *Représentation commerciale et technique* (LCA.7K);
- *Représentation-conseil e-marketing* (LCA.67);
- *Représentations et ventes techniques* (LCA.BG)
- *Vente et représentation commerciale* (LCA.A3).

Pour les besoins de cette étude, nous présentons ci-après de l'information sur ces différents programmes, en distinguant ceux liés à la vente et ceux liés à la représentation. Il faut cependant souligner que cette différenciation n'est pas facile puisque plusieurs des compétences sont souvent similaires ou indifféremment liées à la vente et à la représentation.

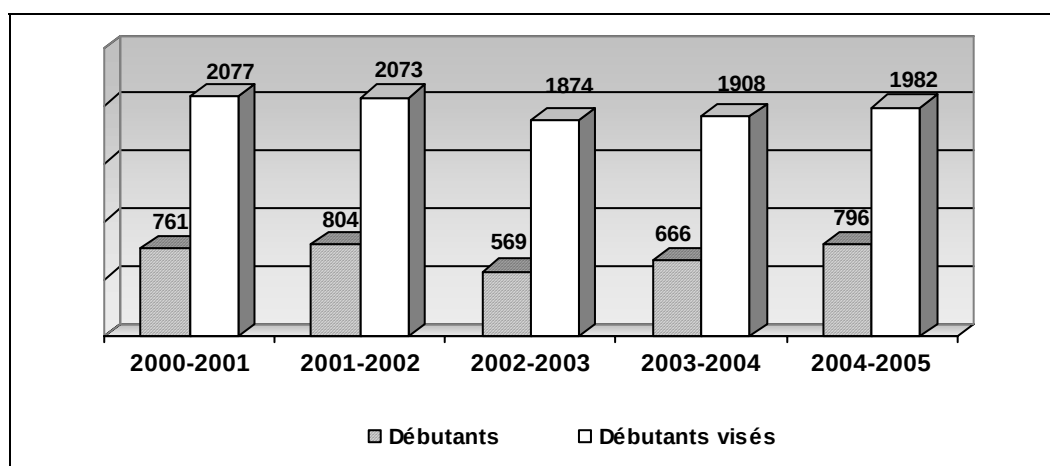
33 *Ibid.*, tableau 4, codes de la CNP visés et type d'emploi occupé (groupe A).

Formation initiale en vente

Un programme d'études vise spécifiquement la fonction de travail vendeur, vendeuse, c'est celui de vente-conseil qui conduit à l'obtention d'un DEP.

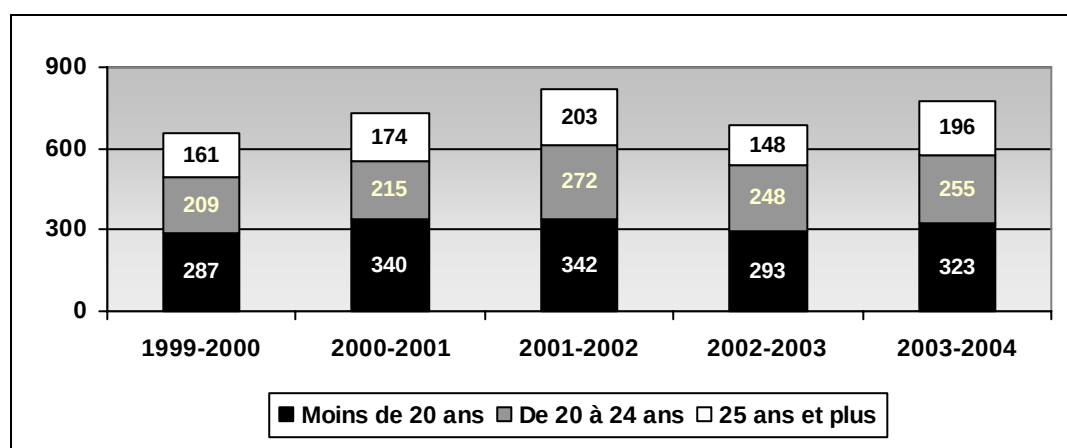
Nous présentons ci-après de l'information sur le nombre de débutants dans ce programme d'études professionnelles, l'âge des élèves inscrits et le placement des diplômés.

Figure 3 Évolution de l'emploi pour la profession de représentant des ventes non techniques dans le commerce de gros (CNP 6411), 1995-2005



Source : Ministère de l'Éducation, du Loisir et du Sport du Québec, fiche de veille sectorielle.

Figure 4 Distribution selon l'âge des débutants dans le programme Vente-conseil



Source : Ministère de l'Éducation, du Loisir et du Sport du Québec, fiche de veille sectorielle.

TABLEAU 10 - Évolution du placement des titulaires d'un DEP en vente-conseil (5196), 2002-2005

	AU 31 MARS 2002	AU 31 MARS 2003	AU 31 MARS 2004	AU 31 MARS 2005
Personnes diplômées visées par l'enquête	394	505	352	383
Taux de réponse (%)	70,6	71,5	72,7	72,6
Répondants en emploi (%)	79,1	77,0	77,3	77,0
- À temps plein (%)	85,9	84,9	90,4	86,9
- En rapport avec la formation (%)	73,0	77,1	78,2	74,7
Salaire hebdomadaire (\$)	410	458	469	481
Aux études (%)	10,4	10,0	12,1	13,3
En recherche d'emploi (%)	5,4	8,3	7,2	5,8
Taux de chômage (%)	6,4	9,7	8,3	7,0
Personnes inactives (%)	5,0	4,7	3,5	4,0

Source : Québec, ministère de l'Éducation, du Loisir et du Sport, *La Relance au secondaire en formation professionnelle*.

Constats sur le programme de formation initiale en vente

Le programme de formation professionnelle en vente-conseil, d'une durée de 900 heures, présente, depuis quelques années, une relative stabilité en ce qui concerne l'évolution de l'effectif, le nombre de diplômes et la distribution des élèves selon l'âge et le taux de placement. Ce qu'il importe de remarquer, cependant, ce sont les points suivants :

- De 1999-2000 à 2003-2004, le nombre d'inscriptions masculines fut supérieur aux inscriptions féminines. En moyenne, la proportion masculine des inscriptions est de 57,2 % et elle est en constante progression. En 1999-2000, elle était de 54,8 %, et en 2003-2004, de 63,4 %. Cela surprend dans un contexte où la main-d'œuvre en emploi exerçant la profession visée par ce programme est à prédominance féminine.
- En 2003-2004, 33 organismes étaient autorisés à dispenser le programme en vente-conseil menant à l'obtention d'un DEP. Mais une dizaine d'organismes autorisés n'offrent plus du tout le programme ou le donnent de façon très occasionnelle depuis quelques années.
- Les salaires hebdomadaires moyens versés aux diplômés en vente-conseil ont été en constante augmentation de 2003 à 2005. Durant cette période, cette augmentation a été de 17,3 %.
- Une très grande proportion (85 à 90 %) des titulaires d'un DEP en vente-conseil occupe des emplois à temps plein, alors que cette proportion n'est que de 54,9 % pour la profession de vendeur et commis-vendeur.

Formation continue en vente

Quelques programmes conduisant à une AEC visent la formation en vente. Toutes les données ne sont pas disponibles concernant les inscriptions, la diplomation et le placement. Néanmoins, nous présentons ci-après l'information obtenue.

TABEAU 11 - Nombre d'élèves inscrits dans différents programmes de formation technique en vente

Nom de l'organisme	Pro-gramme	Nom du programme	Élèves inscrits					
			1999-2000	2000-2001	2001-2002	2002-2003	2003-2004	2004-2005
Champlain Regional College - campus St. Lawrence	LCA.3F	Agent(e) de vente en centre d'appels	14	–	–	11	11	–
Cégep Marie-Victorin	LCA.8J	Conseiller en vente automobile	–	–	–	–	18	25
Champlain Regional College - campus Lennoxville	NTA.0T	Conseiller en vente d'éléments de décoration	34	36	33	32	32	29
Cégep François-Xavier Garneau	LCA.BG	Représentation et ventes techniques	Aucun inscrit – programme officiel seulement en 2006					
Cégep de Limoilou	LCA.A3	Vente et représentation commerciale	Aucun inscrit actif depuis 2005					

Source : Ministère de l'Éducation, du Loisir et du Sport, Direction de la recherche, des statistiques et des indicateurs.

TABEAU 12 - Relance 2005 pour les programmes en vente conduisant à une AEC

PROGRAMME		Nombre de personnes échantillonnées	Taux de réponse	En emploi	Aux études	Personnes inactives	À temps plein	Durée de recherche	Salaires heb. brut moyen	En rapport avec la formation
LCA.3F	Agent(e) de vente en centre d'appels	2	100,0	–	–	–	–	–	–	–
LCA.8J	Conseiller en vente automobile	7	85,7	100,0	0,0	0,0	83,3	2	703	80,0
NTA.0T*	Conseiller en vente d'éléments de décoration	19	73,7	35,7	57,1	7,1	40,0	x	x	0,0

* Programme recensé mais non échantillonné.

NOTE : Pour certains programmes échantillonnés, la marge d'erreur est élevée (supérieure à 25 %).

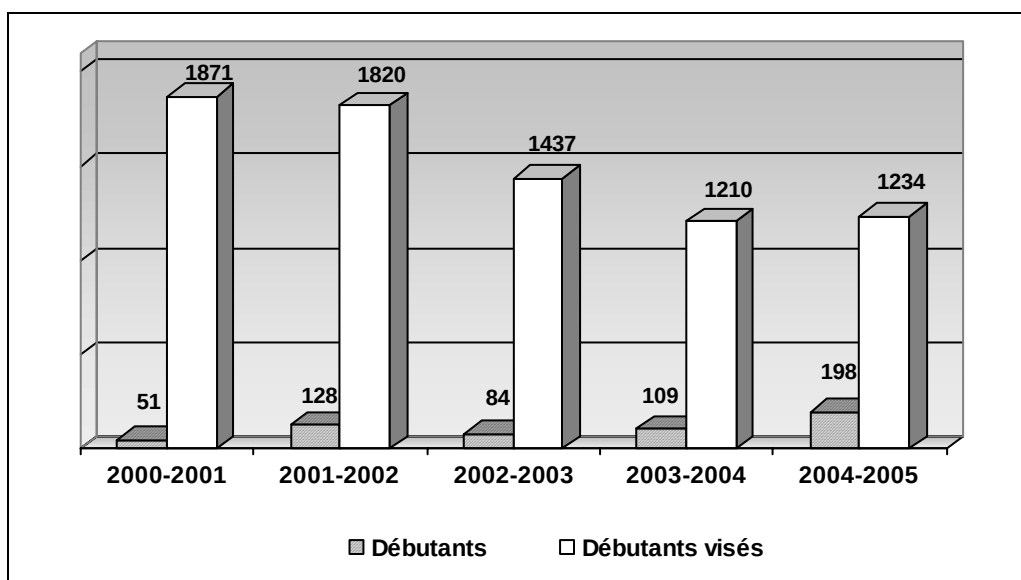
Source : Ministère de l'Éducation, du Loisir et du Sport, Direction de la recherche, des statistiques et des indicateurs.

Formation initiale en représentation

Le principal programme d'études en représentation est celui menant à l'obtention d'une ASP.

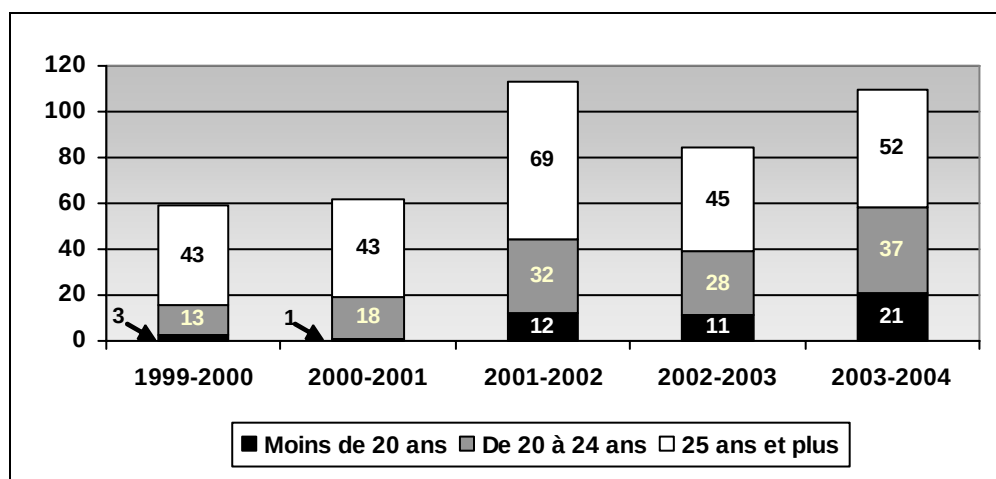
Nous présentons ci-après de l'information concernant le nombre de débutants à ce programme d'études professionnelles, l'âge des élèves inscrits et le placement des diplômés.

Figure 5 Évolution du nombre de débutants dans le programme d'études Représentation



Source : Ministère de l'Éducation, du Loisir et du Sport, fiche de veille sectorielle.

Figure 6 – Distribution selon l'âge des débutants dans le programme d'études Représentation



Source : Ministère de l'Éducation, du Loisir et du Sport, fiche de veille sectorielle.

TABLEAU 13 - Évolution du placement des titulaires d'une ASP en représentation (5054), 2002-2005

	AU 31 MARS 2002	AU 31 MARS 2003	AU 31 MARS 2004	AU 31 MARS 2005
Personnes diplômées visées par l'enquête	84	93	153	189
Taux de réponse (%)	56,0	64,5	77,8	70,9
Répondants en emploi (%)	78,7	76,7	81,5	75,4
- À temps plein (%)	89,2	82,6	84,5	88,1
- En rapport avec la formation (%)	63,6	65,8	78,0	75,3
Salaires hebdomadaires (\$)	414	467	476	542
Aux études (%)	17,0	8,3	8,4	17,2
En recherche d'emploi (%)	4,3	13,3	5,9	6,0
Taux de chômage (%)	5,1	14,8	6,7	7,3
Personnes inactives (%)	0,0	1,7	4,2	1,5

Source : Ministère de l'Éducation, du Loisir et du Sport, *La Relance au secondaire en formation professionnelle*.

Constats sur le programme de formation en représentation

Le programme d'études en représentation présente quant à lui plus de variations en ce qui concerne l'évaluation de l'effectif et le placement. Les points suivants sont à souligner :

- En 2003-2004, sur un total de vingt organismes ayant des élèves inscrits à ce programme menant à une ASP, seulement quatre ont été autorisés à le donner. D'ailleurs, depuis plusieurs années, ce sont les quatre mêmes centres de formation professionnelle qui réussissent à former des cohortes dans ce programme. Il en est de même pour le programme en vente-conseil qui mène à un DEP.
- Cette formation s'adresse principalement à des adultes. De 1999-2000 à 2003-2004, la moyenne des inscriptions des élèves ayant 25 ans ou plus a été de 60,8 %, tandis que ceux ayant entre 20 et 24 ans représentaient 29,3 % de l'ensemble.
- Depuis plusieurs années, seulement quelques-uns des centres de formation autorisés à dispenser le programme en représentation conduisant à une ASP réussissent à démarrer des groupes de façon régulière. En 2003-2004, ce fut le cas de quatre centres sur vingt.
- Le taux de placement des titulaires d'une ASP en représentation est relativement bon. En 2004, il était estimé à 81,5 %, un taux supérieur à la moyenne pour l'ensemble des programmes de cette filière, qui était de 76,8 %.
- Les salaires hebdomadaires moyens versés aux diplômés en représentation ont été en constante augmentation de 2002-2005. Durant cette période cette augmentation a été de 30,9 %

Formation continue en représentation

Certains programmes menant à une AEC en représentation sont offerts par quelques cégeps. Nous présentons ci-après l'information concernant ces programmes.

TABLEAU 14 - Nombre d'élèves inscrits dans différents programmes de formation technique en représentation

Nom de l'organisme	Programme	Nom du programme	Élèves inscrits					
			1999-2000	2000-2001	2001-2002	2002-2003	2003-2004	2004-2005
Cégep de Sainte-Foy	LCA.67	Représentation-conseil e-marketing	-	-	-	26	40	24
Campus Notre-Dame-de-Foy	LCA.7K	Représentation commerciale et technique	-	-	-	-	2	17
Cégep régional de Lanaudière	LCA.9U	Représentation commerciale	Aucun inscrit actif depuis 2004					

Source : Ministère de l'Éducation, du Loisir et du Sport, Direction de la recherche, des statistiques et des indicateurs.

TABLEAU 15 - Relance 2005 pour les programmes en représentation conduisant à une AEC

PROGRAMME		Nombre de personnes échantillonnées	Taux de réponse	En emploi	Aux études	Personnes inactives	À temps plein	Durée de recherche	Salaire hebdomadaire brut moyen	En rapport avec la formation
LCA.67	Représentation-conseil e-marketing	13	69,2	77,8	22,2	0,0	85,7	15	535	66,7

* Programme recensé mais non échantillonné.

NOTE : Pour certains programmes échantillonnés, la marge d'erreur est élevée (supérieure à 25 %).

Source : Ministère de l'Éducation, du Loisir et du Sport, Direction de la recherche, des statistiques et des indicateurs.

Adéquation formation-emploi

Le modèle d'adéquation formation-emploi utilisé par le MELS permet de voir les écarts entre le nombre de débutants visés dans un programme pour répondre à la demande prévue et le nombre de débutants réels. Ces écarts sont importants dans le cas du programme en vente-conseil pour la période de 2000-2001 à 2004-2005³⁴ : le nombre de débutants réels ne représente en moyenne que 36,2 % de celui visé. Avec un taux de diplomation moyen de 73,3 % durant cette période, les diplômés en vente-conseil ne représentaient que 26,5 % de la demande de main-d'œuvre.

34 Voir la figure 3.

En utilisant ce même modèle du MELS, on constate que la situation est encore plus préoccupante pour le programme en représentation conduisant à une ASP. Le nombre de débutants réels dans ce programme ne représente en moyenne que 8,1 % de celui visé³⁵. Avec un taux de diplomation moyen de 82,3 %, on estime qu'en moyenne le nombre de diplômés répond jusqu'à 6,6 % à la demande de main-d'œuvre estimée durant la période de 2000-2001 à 2004-2005.

Selon les opinions recueillies, plusieurs éléments doivent être considérés :

- Il n'y a pas toujours suffisamment de travailleurs diplômés sur le marché du travail pour qu'ils soient en mesure d'influencer la perception de plusieurs employeurs, qui veut qu'une formation initiale ne soit pas absolument nécessaire. Trop peu d'employeurs sont en mesure d'évaluer objectivement l'apport d'un diplômé versus un non-diplômé.
- La perception de plusieurs travailleurs est que le commerce de détail a continuellement besoin d'employés et qu'il n'est donc pas nécessaire d'avoir une formation en vente-conseil pour y avoir accès et réussir.
- La profession de représentant des ventes non techniques n'est pas suffisamment valorisée.
- Tous les sous-secteurs d'activité du commerce de détail n'exigent pas le même niveau de compétence en vente. Plusieurs employeurs ne seront probablement jamais intéressés à exiger une formation en vente de la part de leurs vendeurs et commis-vendeurs.

De façon générale, l'offre de formation initiale en vente et en représentation est plus ou moins en adéquation avec les besoins du milieu du travail :

- Le nombre de diplômés en vente-conseil et en représentation est peu élevé par rapport aux besoins du marché du travail. Toute initiative qui pourra augmenter leur nombre sera bienvenue. Cela inclut l'élaboration de normes de compétences professionnelles en vente-conseil, amorcée par le CSMO du commerce de détail. À moyen terme, plus il y aura de gens bien formés dans l'industrie, plus il sera facile d'encourager la formation initiale.
- L'offre de formation initiale en représentation soulève quelques questions. Est-ce qu'il est préférable d'obtenir un DEP en vente-conseil et de s'inscrire ensuite à un programme en représentation en vue de l'obtention d'une ASP ou faut-il d'abord acquérir une expérience de travail?
- Il est également surprenant de constater que dans leur mise en œuvre, les programmes d'études de formation professionnelle Vente-conseil et Représentation ont permis la reconnaissance de compétences équivalentes entre l'un et l'autre. Pourtant, plusieurs éléments indiquent que ces deux métiers sont différents, tant dans la nature du travail que par rapport aux compétences qu'il faut avoir pour exercer efficacement chacune de ces professions.

³⁵ Voir la figure 5.

4.3.2 Les débouchés pour les diplômés des programmes de formation initiale

Il est intéressant d'analyser aussi le placement des diplômés en ce qui a trait à la profession occupée et le secteur d'activité économique dans lequel ils sont en emploi. Les données de *La Relance*³⁶ permettent de présenter cette information.

TABLEAU 16 – La profession occupée par les diplômés des programmes *Vente-conseil* et *Représentation* 2002-2005

Enquête de <i>La Relance</i> Groupes	Répartition des diplômés en vente-conseil				Répartition des diplômés en représentation			
	2002 (n = 154)	2003 (n = 195)	2004 (n = 132)	2005 (n = 126)	2002 (n = 12)	2003 (n = 26)	2004 (n = 55)	2005 (n = 54)
Vendeurs et commis-vendeurs –commerce de détail (CNP 6421)	64,9 %	59,5 %	46,2 %	55,6 %	75,0 %	34,6 %	29,1 %	29,6 %
Représentants des ventes non techniques - commerce de gros (CNP 411)	14,9 %	20,0 %	28,8 %	15,1 %	0,0 %	34,6 %	47,3 %	42,6 %
Spécialistes des ventes techniques - commerce de gros (CNP 6221)	0,0 %	1,0 %	3,0 %	8,7 %	0,0 %	7,7 %	10,9 %	22,2 %
Service à la clientèle (CNP 1453)	2,6 %	2,1 %	3,8 %	0,8 %	0,0 %	0,0 %	1,8 %	0,0 %
Autre personnel élémentaire de la vente (CNP 6623)	0,6 %	2,6 %	0,8 %	4,0 %	0,0 %	0,0 %	0,0 %	0,0 %
Superviseurs et directeurs (CNP 621)	7,1 %	3,6 %	8,3 %	10,3 %	10,0 %	3,8 %	5,5 %	5,6 %
Autres professions	9,7 %	11,3 %	9,1 %	5,6 %	15,0 %	19,2 %	5,5 %	0,0 %

Source : Ministère de l'Éducation, du Loisir et du Sport, *La Relance au secondaire en formation professionnelle*.

Regroupement effectué à partir de la *Classification nationale des professions* (CNP).

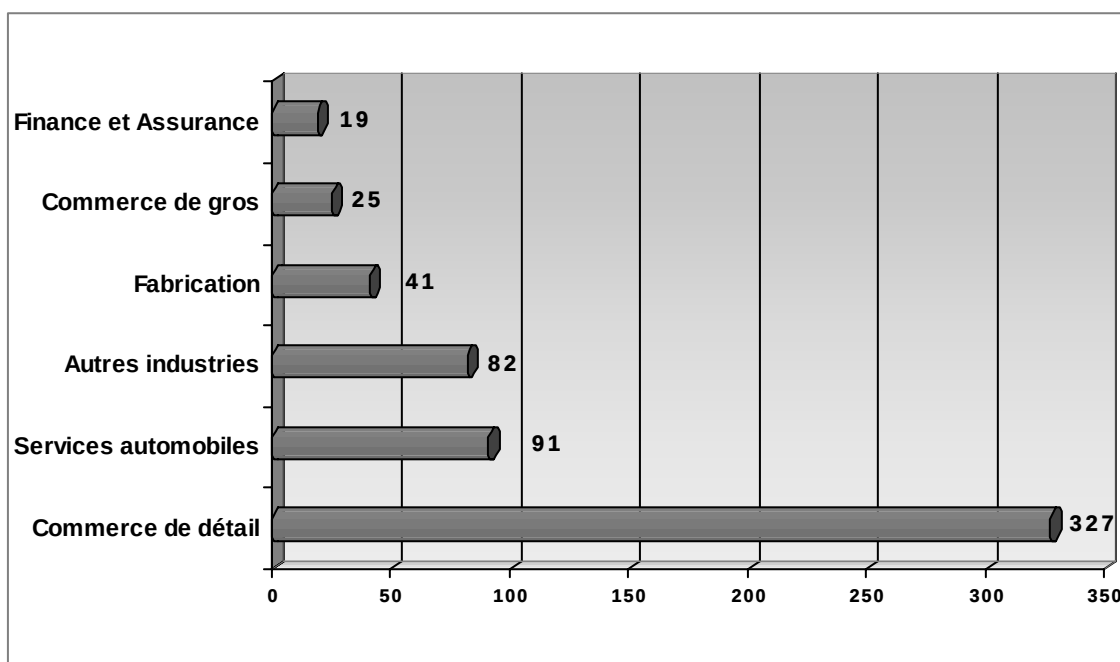
- On constate que la majorité (46 à 65 %) des diplômés en vente-conseil occupe un emploi de vendeur ou commis-vendeur. Mais c'est également un débouché important pour les diplômés en représentation. Depuis 2003, 29 à 35 % des titulaires d'une ASP en représentation exercent la profession de vendeur ou commis-vendeur.
- En 2004 et 2005, la plus grande partie (58,2 % et 64,8 % respectivement) des diplômés en représentation exerçaient la profession de représentant des ventes

36 NOTE : Il faut être prudent dans l'analyse de ces données, qui proviennent de l'enquête de *La Relance*. D'abord, parce que le titre d'une fonction en entreprise peut être trompeur, plusieurs employeurs utilisant le terme « représentant » pour leurs postes de vendeur. Aussi, parce que le nombre de répondants est peu élevé, en particulier pour les résultats de 2002 des diplômés en représentation.

non techniques ou de spécialiste des ventes techniques. Pourtant, en 2003, cette proportion était nettement plus faible, soit de 42,3 %. À notre avis, ces variations indiquent une certaine ambiguïté par rapport aux secteurs d'emploi qui constituent normalement les principaux débouchés pour les diplômés de ce programme.

Les figures 7 et 8 permettent de voir la répartition des diplômés selon le secteur d'activité où ils sont en emploi un an après avoir terminé leur formation.

Figure 7 Répartition du total des diplômés de 2001 à 2004 du programme d'études *Vente-conseil* (5196) conduisant à un DEP, selon leur secteur de travail au 31 mars de l'année suivant leur diplomation



Source : Ministère de l'Éducation, du Loisir et du Sport, *La Relance au secondaire en formation professionnelle*. Regroupement effectué à partir du classement du Système de classification des industries de l'Amérique du Nord (SCIAN).

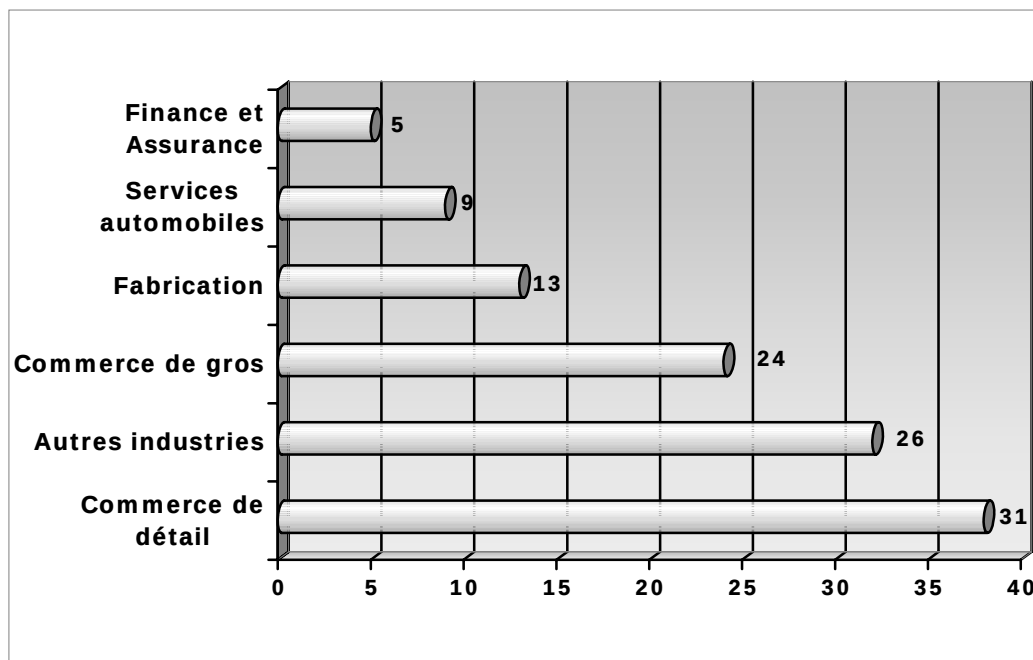
- Dans cette figure, le sous-secteur des services automobiles est présenté de façon distincte du secteur du commerce de détail dont il fait partie selon le SCIAN. Cela permet de voir que plusieurs des personnes diplômées en vente-conseil occupent un emploi soit chez des marchands d'automobiles ou dans des magasins de pièces, de pneus et d'accessoires (SCIAN 441). En fait, près de 16 % des diplômés de 2001 à 2004 travaillent dans ce secteur d'activité. Il faut souligner que, depuis 1996, le Cégep Marie-Victorin offre le programme *Conseiller en vente automobile*, qui conduit à une AEC. Ce programme est fortement recommandé par la Corporation des concessionnaires automobiles du Québec (CCAQ). Selon les informations présentées sur le site web de la CCAQ, ce programme est également offert par le Cégep François-Xavier Garneau, à Québec, ainsi que dans les régions de Trois-Rivières et de Rimouski.

- Sans surprise, nous constatons que le commerce de détail est le principal débouché pour les diplômés en vente-conseil, avec plus de 56 % des emplois. Ils sont présents dans pratiquement tous les sous-secteurs, mais particulièrement dans les sous-secteurs suivants :
 - magasins de vêtements (13 %);
 - magasins d'appareils électroniques et ménagers (8 %);
 - magasins d'articles de sport et passe-temps, et d'instruments de musique (5 %);
 - magasins de chaussures (5 %);
 - magasins de matériaux et fournitures de construction (4 %);
 - magasins de meubles (4 %).

Ce sont tous des sous-secteurs pour lesquels les entreprises se doivent généralement d'offrir un excellent service-conseil à leurs clients.

- Les secteurs de la fabrication et de toutes les autres industries représentent 23 % des débouchés pour les diplômés en vente-conseil. C'est donc dire que près du quart des diplômés se trouvent des emplois dans d'autres secteurs d'activité que ceux qui devraient normalement les accueillir. On peut faire l'hypothèse que des conditions de travail plus avantageuses attirent plusieurs diplômés du programme de formation professionnelle en vente-conseil.

Figure 8 – Répartition du total des diplômés de 2001 à 2004 du programme *Représentation* (5196) conduisant à une ASP, selon leur secteur de travail au 31 mars de l'année suivant leur diplomation



Source : Ministère de l'Éducation, du Loisir et du Sport, *La Relance au secondaire en formation professionnelle*. Regroupement effectué à partir du classement du Système de classification des industries de l'Amérique du Nord (SCIAN).

- Il est surprenant de constater qu'autant de diplômés en représentation travaillent dans des entreprises du commerce de détail. Ce secteur représente 31 % des débouchés pour les diplômés, alors qu'il n'emploie que 5 % de toutes les personnes qui exercent la profession de représentant des ventes non techniques.
- À l'inverse, le commerce de gros, avec 50 % des emplois de représentant des ventes non techniques, devrait être le principal débouché pour les diplômés en représentation, alors qu'il n'arrive qu'au troisième rang, avec 20 % des diplômés en emploi.
- Le secteur de la fabrication, qui emploie 22 % des représentants des ventes non techniques, ne recrute que 11 % des diplômés en représentation. Les principales explications possibles sont que plusieurs employeurs de ce secteur connaissent très peu le programme en représentation conduisant à une ASP ou qu'ils jugent que les compétences acquises ne sont pas celles qu'ils recherchent.
- Soulignons que, dans les autres industries, qui recrutent 26 % des diplômés en représentation, on trouve plusieurs sous-secteurs de services (informatique, de soutien aux entreprises, de soins de santé, de publicité, de télécommunication, etc.) qui ont tous besoin de représentants des ventes non techniques. Ensemble, ces sous-secteurs représentent des débouchés significatifs pour les élèves en représentation.

Le plus étonnant, cependant, demeure le nombre relativement restreint de travailleurs avec une formation initiale qui intègrent le marché du travail par rapport à la demande réelle de main-d'œuvre.

4.3.3 La formation en entreprise

La formation des vendeurs et commis-vendeurs en emploi représente un défi important pour une majorité d'employés du commerce de détail. Selon une enquête du CSMO du commerce de détail³⁷, les deux tiers des entreprises investissent dans la formation.

Le moyen privilégié est l'accompagnement par du personnel expérimenté. Pour le personnel de vente, 71 % de ces entreprises utilisent ce moyen. Le second moyen utilisé (58 %) est l'organisation d'ateliers, de travaux pratiques ou de cours durant les heures de travail.

Dans le même rapport, on souligne que 65 % du personnel des ventes avait eu à se perfectionner au cours des deux dernières années. En moyenne, ces employés ont eu l'équivalent de dix-huit jours de formation pendant cette période qui exclut les trois premiers mois d'emploi.

Faute d'enquête pertinente, il est plus difficile d'évaluer la situation dans les secteurs du commerce de gros et de la fabrication, de même que dans les principaux secteurs d'emploi pour les représentants des ventes non techniques. Les personnes consultées estiment ce qui suit :

- L'accompagnement par des ressources internes est, comme dans le commerce de détail, le moyen privilégié pour former de nouveaux employés. Ce moyen est cependant souvent peu adéquat pour la formation des représentants des ventes non techniques, puisque ceux-ci accomplissent majoritairement leur travail sur la route. Très souvent, l'accompagnement se limitera à une ou deux semaines; il aura généralement été précédé d'une formation sur les produits ou services offerts par l'entreprise.
- Quelques entreprises ont parfois recours à des formateurs privés en techniques de vente qui ont une certaine réputation (ex. : Roger Saint-Hilaire). L'offre de formation en entreprise est grande; il est cependant difficile de distinguer les véritables activités de formation des séances de motivation des vendeurs, qui sont encore monnaie courante.
- En plus de la formation sur les produits et les techniques de vente, l'apprentissage d'une deuxième langue (anglais ou français) est souvent l'un des besoins de formation les plus fréquents chez les représentants des ventes non techniques.

Avec un nombre élevé d'entreprises très distinctes selon leur taille et leurs activités de commercialisation, et ce, pour les deux professions ciblées par cette étude, il est difficile de présenter un portrait précis de l'état de la formation continue.

- La qualité de la formation et les moyens utilisés sont très variables d'une entreprise à l'autre. Certaines grandes chaînes de magasins de vêtements ont des programmes de formation maison bien conçus, portant sur le service à la clientèle,

37 CSMO DU COMMERCE DE DÉTAIL, *La main-d'œuvre et le commerce de détail au Québec, Rapport 2004*.

la vente ou la sécurité et la prévention des vols, alors que pour d'autres, cette formation est très peu structurée.

- Le rôle des fournisseurs dans la formation des représentants des ventes non techniques travaillant dans le commerce de gros est fondamental. Ici aussi, la qualité de cette formation est très variable selon le fournisseur, sa situation géographique et le type de produits offerts. Dans le commerce de détail, leur rôle est également très variable selon le secteur d'activité. Par exemple, un vendeur de vêtements a moins de connaissances à acquérir qu'un vendeur de peinture dans une quincaillerie.
- Ce qui est certain, cependant, c'est que la capacité des professionnels de la vente à apprendre, à s'informer et à se mettre à jour sur les produits est de plus en plus une compétence recherchée.

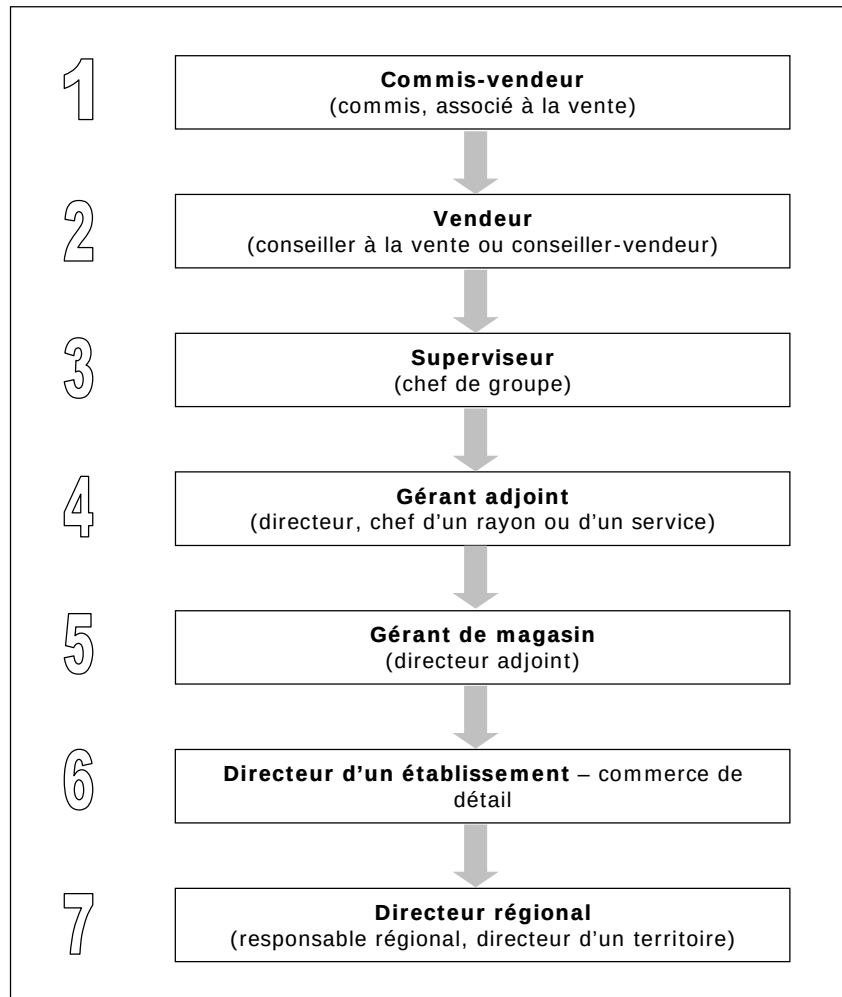
4.4 Les carrières et l'évolution des professions

4.4.1 Les cheminements professionnels

Les personnes consultées sont d'avis que le cheminement professionnel des vendeurs et commis-vendeurs, ainsi que celui de représentants des ventes non techniques sont très différents l'un de l'autre et qu'il n'y a pas systématiquement de liens entre eux. Il est cependant certain que les employeurs de représentants des ventes non techniques peuvent être intéressés à embaucher un candidat qui a de l'expérience en vente-conseil et une connaissance de son marché. Par exemple, un vendeur ayant quelques années d'expérience chez des détaillants de chaussures sera certainement un candidat intéressant pour un distributeur ou un fabricant de chaussures. Il est cependant difficile d'évaluer l'ampleur de cet élément dans le cheminement professionnel.

Cheminement type des vendeurs et commis-vendeur

Figure 9 Cheminement professionnel des vendeurs et commis-vendeurs



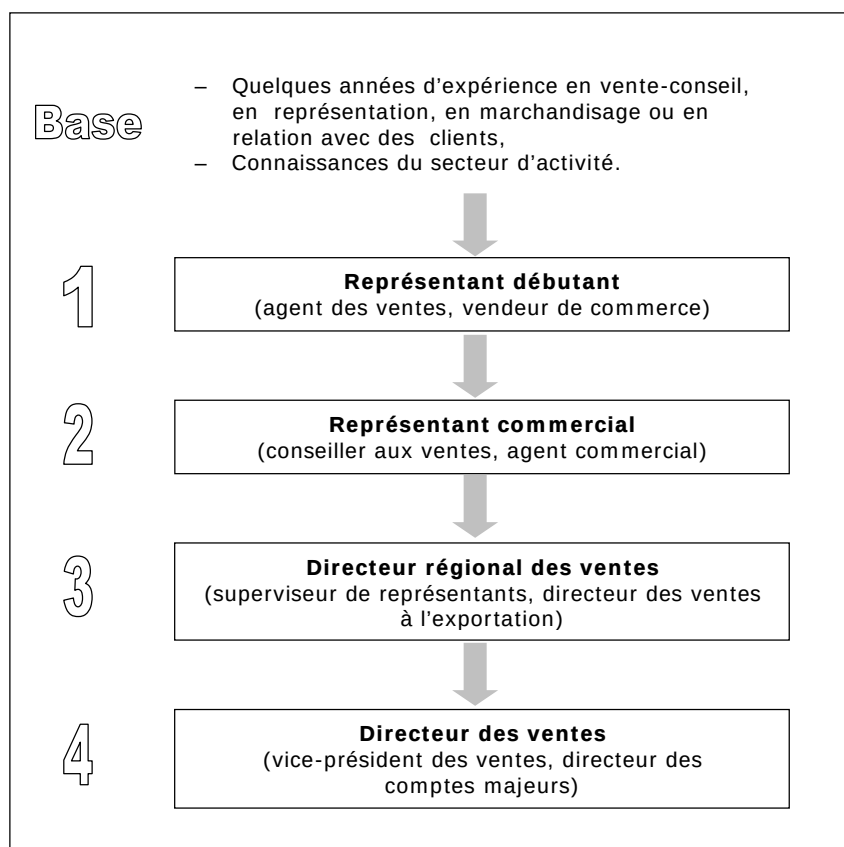
Note : Les titres de postes sont ceux utilisés dans les descriptions de tâches présentées sur le site du CSMO du commerce de détail.

- Les personnes ayant reçu une formation initiale en vente-conseil ont certainement de bonnes chances d'atteindre le niveau 3, celui de superviseur en commerce de détail. Dans nombre d'établissements, ce niveau est également celui où l'employé est à temps plein.

- Les postes de gérant adjoint et de gérant de magasin (niveaux 4 et 5) sont aussi accessibles à ceux qui ont de l'expérience seulement aux niveaux 1 à 3. De plus en plus, cependant, l'attribution de ces postes exige ou exigera une formation de niveau collégial en gestion de commerce ou autre.
- Pour les postes de direction (niveaux 6 et 7), on exige souvent une formation collégiale pour y accéder. Il arrive aussi qu'une formation universitaire en gestion soit fortement recommandée.
- Le cheminement professionnel et les exigences de formation sont fonction de la taille des entreprises et de celle des établissements. Avec la concentration des entreprises qui se poursuit et la domination des grandes surfaces qui s'accroît, il est fort probable que les compétences en gestion acquises en formation initiale deviennent graduellement obligatoires pour accéder à des postes de gestion (niveaux 5 à 7). Cette situation n'est pas nécessairement le cas aujourd'hui, puisque les personnes occupant ces postes, n'ayant majoritairement pas de diplôme reconnu, ont progressé en même temps que les entreprises se sont développées ou restructurées.

Cheminement type des représentants des ventes non techniques

Figure 10 Cheminement professionnel des représentants des ventes non techniques



- Le cheminement professionnel des représentants des ventes non techniques est plus classique, c'est-à-dire qu'il suit un continuum allant de simple représentant sur la route avec un territoire à couvrir, jusqu'à un niveau de direction comme gestionnaire.
- Encore plus que chez les vendeurs et commis-vendeurs, la progression des représentants des ventes non techniques est fonction des résultats obtenus et de la capacité de la personne à obtenir des volumes supérieurs de vente et à superviser une équipe de vente.
- L'appellation agent commercial (niveau 2) est souvent réservée aux représentants qui agissent comme travailleurs autonomes. Ceux-ci ont généralement des ententes avec différents clients pour représenter leurs produits.
- Les compétences et l'expérience en vente sont généralement suffisantes pour accéder à un poste de gestion des ventes si celui-ci n'est pas trop axé sur le marketing. Si cela est le cas, une formation universitaire est souvent exigée.

Pour les vendeurs comme pour les représentants des ventes non techniques, il est fréquent que les personnes dynamiques et qui obtiennent des résultats concrets de vente puissent progresser très rapidement à des postes plus élevés dans l'organisation sans devoir respecter les étapes de progression habituelles. En vente, l'un des principaux critères de sélection ou de promotion est encore le chiffre de ventes obtenu par le candidat.

4.4.2 Évolution des compétences professionnelles

Il ne semble pas, selon les personnes interviewées et les études consultées, que les différentes tâches fondamentales des vendeurs et commis-vendeurs ou des représentants des ventes non techniques subissent d'importantes modifications. Ce qui évolue, et cela depuis déjà plusieurs années³⁸, c'est l'importance stratégique accordée à ces professions par les employeurs et les différentes compétences attendues de leur part. Les moyens ou les outils pour effectuer les tâches ou les opérations évoluent eux aussi, et il faut s'y adapter.

Afin de présenter les champs de compétences et les compétences générales nécessaires pour exercer la profession de vendeur ou commis-vendeur, nous présentons ci-après un sommaire tiré des Normes de compétence nationales pour l'industrie canadienne du tourisme. Ces normes pour l'industrie du tourisme sont la propriété du Conseil canadien du commerce de détail (CCCO). Elles sont diffusées en partenariat avec le Conseil canadien des ressources humaines en tourisme (CCRHT) et, au Québec, par le Conseil québécois des ressources humaines en tourisme (CQRHT).

38 QUÉBEC, MINISTÈRE de l'Éducation, *Études préliminaires en vente, secteur Administration, commerce et informatique*, 1995.

Normes de compétence nationales pour l'industrie du tourisme

Vendeur / vendeuse

A. Faire preuve de professionnalisme

1. Agir de façon professionnelle
2. Travailler en équipe

B. Fournir un service personnalisé à la clientèle

1. Servir en magasin
2. Conclure la vente
3. Fournir un bon service après-vente
4. Servir la clientèle au téléphone

C. Gérer les stocks

1. Gérer les stocks

D. Conserver l'apparence du rayon ou du magasin

1. Entretenir les aires de vente, de service à la clientèle et d'entreposage
2. Soigner la présentation des produits et des étalages

E. Protéger l'actif de l'entreprise

1. Détecter et prévenir les pertes
2. Respecter les consignes de sécurité

Le CCRHT et le CQRHT diffusent également des normes de compétence nationales pour la profession de représentant des ventes. Celles-ci sont plus adaptées à l'industrie touristique que les précédentes, mais elles permettent également de bien présenter les principaux champs de compétences et les compétences générales requises pour agir comme représentant des ventes non techniques.

Normes de compétence nationales pour l'industrie du tourisme
Représentant des ventes

A. Connaissance des produits de l'industrie

1. Connaître les produits de l'industrie
2. Respecter la loi
3. Promouvoir l'industrie du tourisme

B. Cycle de vente

1. Décrire la vente
2. Prospecter les clients
3. Approcher le client
4. Établir une relation avec le client
5. Engager une transaction de vente
6. Conclure une vente
7. Assurer le suivi

C. Planification du marketing

1. Définir les termes du marketing
2. Décrire l'étude de marché
3. Réaliser le plan de marketing

D. Professionnalisme

1. Faire preuve de professionnalisme

E. Communication

1. Communiquer efficacement
2. Utiliser les outils de communication
3. Organiser une réunion

F. Relations humaines

1. Entretenir de bonnes relations avec le personnel
2. Entretenir de bonnes relations publiques

G. Équipement de bureau

1. Utiliser l'équipement de bureau

Les champs de compétences et les compétences principales décrites dans ces normes correspondent assez bien à ce que les représentants du milieu du commerce de détail et du commerce de gros nous ont indiqué à l'exception de la planification du marketing pour les représentants. Les principaux points à souligner sont les suivants :

- Il est important de « professionnaliser » ces métiers, de manière à attirer de bons candidats et de les conserver dans le secteur du commerce. Cette professionnalisation s'effectuera par de meilleures conditions d'emploi, mais également par le développement d'un champ de compétences qui consiste à « faire preuve de professionnalisme ».
- Les actions reliées à la vente doivent respecter un cycle de vente ou de service-conseil complet, c'est-à-dire qu'un vendeur ou un représentant des ventes non techniques doit être apte à réaliser chacune des opérations du processus du service à la clientèle. Ces personnes doivent agir avant, pendant et après la vente.
- D'autres champs de compétences sont perçus comme de plus en plus importants. Il s'agit, entre autres, des capacités :
 - d'entretenir de bonnes relations humaines;
 - de communiquer efficacement;
 - de protéger l'actif (vendeurs);

Les normes de compétence nationales définies précédemment ont été élaborées en utilisant les profils de compétences essentielles fournis par Développement des ressources humaines Canada, disponibles à l'adresse suivante : <http://srv108.services.gc.ca>.

En comparant les deux profils de compétences essentielles, celui de vendeur et commis-vendeur (CNP 6421) et celui de représentant des ventes non techniques (CNP 6411), il est possible de clarifier les différences entre les compétences essentielles jugées les plus importantes et les niveaux de complexité évalués pour réaliser ces tâches. Nous présentons, à l'annexe 2, une comparaison de ces niveaux de complexité, accompagnée d'exemples permettant de comprendre les distinctions à faire. Le tableau ci-après résume les différents niveaux de complexité ou les différences significatives pour chacune des neuf compétences essentielles évaluées dans ces profils.

TABLEAU 17 - Les différents niveaux de complexité pour les compétences essentielles

Compétences essentielles / type de tâches	Vendeurs et commis- vendeurs (CNP 6421)	Représentants des ventes (CNP 6411)
A. Lecture des textes		
Tâches typiques	1 à 3	1 à 3
Tâches plus complexes	2 à 4	2 à 4
B. Utilisation des documents		
Tâches typiques	1 à 3	1 à 4
Tâches plus complexes	1 à 3	1 à 4

Compétences essentielles / type de tâches	Vendeurs et commis- vendeurs (CNP 6421)	Représentants des ventes (CNP 6411)
C. Rédaction		
Tâches typiques	1 à 2	1 à 3
Tâches plus complexes	1 à 3	1 à 5
D. Calcul		
Calculs monétaires	1 à 2	1 à 3
Calendriers des budgets et des opérations comptables	Nil	1 à 4
Mesures et calculs	1 à 2	1 à 3
Analyses des données numériques	1	1 à 4
Calculs approximatifs	1 à 2	1 à 3
E. Communication verbale		
Tâches typiques	1 à 3	1 à 3
Tâches plus complexes	2 à 3	2 à 3
F. Capacité de raisonnement		
1. Résolution de problèmes		
Tâches typiques	1 à 2	1 à 3
Tâches plus complexes	1 à 3	2 à 4
2. Prise de décisions		
Tâches typiques	1 à 3	1 à 4
Tâches plus complexes	1 à 3	2 à 4
3. Pensée critique	Il n'y a pas de renseignement sur les compétences essentielles concernant la pensée critique pour ces deux profils.	
4. Planification du travail	2	4
5. Utilisation particulière de la mémoire	Complexité similaire mais sans aucun niveau spécifié (voir en annexe).	
6. Recherche de renseignements	1 à 3	1 à 3
G. Travail d'équipe		
Contexte de travail	Complexité similaire mais sans aucun niveau spécifié (voir en annexe).	
H. Informatique		
Tâches typiques	1 à 2	2 à 3
I. Formation continue		

Compétences essentielles / type de tâches	Vendeurs et commis- vendeurs (CNP 6421)	Représentants des ventes (CNP 6411)
Processus permanent d'acquisition de compétences et de connaissances.	♦ Observent et entrent en interaction avec des collègues et des superviseurs. Améliorent leurs connaissances sur des produits en communiquant avec des fournisseurs et des fabricants, et en regardant des vidéocassettes sur les gammes de produits. ♦ Profitent, parfois, de l'enseignement assisté par ordinateur (EAO) afin d'améliorer leurs techniques de vente. ♦ Peuvent, parfois, avoir recours à la formation par rotation de postes dans d'autres magasins, rayons et gammes de produits afin d'avoir une vue d'ensemble de l'organisation.	♦ Poursuivent leur formation afin de mettre à jour leurs connaissances commerciales et de se renseigner sur les produits, les services et les facteurs économiques qui ont des répercussions sur le secteur des affaires. Participent, parfois, à des activités de formation, comme des cours sur les relations humaines ou sur les techniques de vente.
Autres renseignements Tendances affectant les compétences fondamentales	♦ Internet deviendrait un outil fort répandu pour trouver, pour le compte des clients, des renseignements sur les produits. Les commis-vendeurs de la vente au détail auront donc besoin d'améliorer leurs connaissances informatiques.	♦ Dépendront de plus en plus de la technologie informatique pour interagir à distance avec leurs clients et accéder à l'information de leur bureau de vente et des fournisseurs. ♦ L'apprentissage permanent s'avérera plus important étant donné la sophistication croissante de l'environnement des affaires.

Source : Canada, Ressources humaines et développement des compétences Canada, [En ligne] [<http://srv108.services.gc.ca>].

Il est important de noter que tous les postes d'un groupe professionnel ne comportent pas le même degré de complexité. Ainsi, le degré de complexité pour les tâches les plus complexes a été établi en fonction de toutes les tâches considérées comme telles par les titulaires d'un poste interrogés sur cette question. Ce ne sont cependant pas tous les postes au sein d'un groupe professionnel qui comprennent des tâches à un degré de complexité très élevé.

En tenant compte du fait que les niveaux de complexité accordés aux tâches représentent plutôt une fourchette, étant donné que les différents postes inclus dans un groupe professionnel n'exigent pas le même niveau de complexité, on peut faire les constats suivants :

- Pour cinq des compétences essentielles sur neuf, un niveau de complexité plus grand (3, 4 ou 5) est estimé pour certaines tâches des représentants des ventes non techniques en comparaison avec les niveaux de celles des vendeurs et commis-vendeurs. Il s'agit des compétences essentielles suivantes :
 - utilisation des documents;
 - rédaction;
 - calcul;
 - capacité de raisonnement;
 - informatique.

- Deux des compétences essentielles (lecture des textes et communication verbale) présentent les mêmes fourchettes de niveaux de complexité dans les deux professions.
- Pour deux autres compétences essentielles (travail d'équipe et formation continue), l'évaluation selon des niveaux de complexité des tâches ne s'applique pas. Concernant la formation continue, on présente simplement des informations sur la façon dont s'effectue l'apprentissage.
- Les tâches suivantes sont plus complexes pour les représentants des ventes non techniques par rapport à celles des vendeurs et commis-vendeurs.
 - rédiger des rapports et des propositions;
 - planifier et contrôler des budgets ou des échéanciers;
 - utiliser des statistiques;
 - prévoir des ventes à partir de tendances;
 - analyser ses résultats et élaborer des stratégies;
 - décider de soumissions;
 - préparer des plans de travail journaliers, hebdomadaires et trimestriels;
 - utiliser des logiciels : tableur, graphisme, analyse statistique.

Cette différence de complexité est également présentée par la clé n° 3 (donnée-personnes-choses) du guide CLEO³⁹. En comparant les professions du service des ventes apparentées au 6421 de la CNP (vendeurs et commis-vendeurs) à celles du 6411 de la CNP (représentants des ventes non techniques), on constate qu'en ce qui a trait aux données, les tâches du vendeur se situent au niveau 4 (calculs des données), alors que les représentants des ventes non techniques réalisent des tâches de niveau 3 (rassembler des données). Dans cette évaluation, le niveau 3 est plus complexe que le niveau 4.

Dans ce même guide d'orientation professionnelle, on précise que pour l'ensemble des employés des services de vente⁴⁰ un trio de compétences est nécessaire :

- la capacité d'écouter la clientèle;
- l'aptitude à bien utiliser l'informatique;
- le bilinguisme.

Cela rejoint d'autres aspects qui nous ont été précisés en ce qui concerne l'évolution des professions et des compétences requises :

- Les employeurs et les clients sont de plus en plus exigeants. Il en résulte que le stress lié à la performance est plus grand. Pour plusieurs, il faut vendre toujours plus et, souvent, avec une marge bénéficiaire de plus en plus réduite.
- La concentration dans le commerce de détail permet plus facilement une certaine spécialisation des vendeurs et commis-vendeurs. La capacité d'effectuer toutes les tâches de vente demeure néanmoins essentielle pour tous.

39 *Dictionnaire Septembre des métiers et professions*, p. 408-410.

40 *Ibid.*, p. 408.

- Les bannières élaborent des stratégies marketing intégrées. Le personnel de la vente devra donc être en mesure de comprendre et d'adopter le style voulu; par exemple : Future Shop rémunère ses vendeurs à commission, alors que Best Buy axe sa stratégie en offrant un service de vente-conseil sans aucune commission.
- La vitesse d'appropriation du métier et d'adaptation doit être de plus en plus grande. De moins en moins d'employeurs pourront attendre que l'employé développe ses compétences essentielles.
- Le phénomène de la diversité culturelle oblige les commerçants à s'adapter pour répondre à leur clientèle, mais aussi par rapport à leurs propres employés.
- La mondialisation a un impact très significatif sur le commerce. Un de ceux-ci est la nécessité encore plus grande d'avoir des représentants des ventes non techniques parfaitement bilingues, pour les communications tant avec leurs clients qu'avec leurs fournisseurs.

5. CONCLUSIONS

5.1 Sommaire du marché du travail en vente et en représentation

Le portrait du marché du travail présente des similarités et des points communs entre les professions de vendeur et commis-vendeur et de représentant des ventes non techniques. On constate également des différences significatives entre ces deux professions.

Nous présentons ci-après un tableau sommaire des principaux éléments du marché du travail (emploi, conditions d'emploi, nature du travail, perspectives de carrière, recrutement, compétences requises) pour les professions de vendeur, commis-vendeur en comparaison avec la profession de représentant.

TABLEAU 18 - Sommaire du marché du travail en vente et en représentation

Caractéristiques	Vente Profession : vendeur et commis-vendeur	Représentation Profession : représentant des ventes non techniques	Principales distinctions
L'emploi			
Principaux secteurs d'activité	• 80,6 % dans le commerce de détail • 5,9 % dans le commerce de gros	• 49,8 % dans le commerce de gros • 21,5 % dans le commerce de détail • 5,5 % en fabrication • 5,4 % dans les services professionnels et techniques	• Les vendeurs et commis-vendeurs sont très majoritairement actifs dans le commerce de détail, alors que les représentants des ventes non techniques sont présents dans plusieurs secteurs d'activité.
Perspectives sectorielles	• Un secteur très diversifié avec une croissance de la main-d'œuvre de 1,8 %/année d'ici à 2010	• Un secteur méconnu et également diversifié. La croissance de l'emploi est estimée à 1,8 %/année d'ici à 2010.	• Des similitudes en ce qui concerne le marché de l'emploi pour les deux fonctions (diversité et croissance soutenue).
L'emploi par profession	• 128 700 en moyenne de 2002 à 2004 • Croissance annuelle de la profession de 1,1 % d'ici à 2009	• 49 400 en moyenne de 2002 à 2004 • Croissance annuelle de la profession de 2,1 % d'ici à 2010	• La croissance de l'emploi pour les représentants des ventes non techniques sera de 1,0 % supérieure à celle des vendeurs et commis-vendeurs.
Répartition selon le sexe	• 58,5 % de femmes	• 69,8 % d'hommes	• Un métier majoritairement de femme pour les vendeurs et commis-vendeurs. • Un métier majoritairement d'homme pour les représentants des ventes non techniques.
Répartition selon l'âge	• 38,6 % ont moins de 25 ans.	• 36,2 % ont entre 45 et 64 ans.	• Main-d'œuvre beaucoup plus âgée pour les représentants des ventes non techniques.
Conditions d'emploi			
Statut d'emploi	• 54,9 % à temps plein (35,1 % à temps plein et à l'année)	• 88,7 % à temps plein (67,9 % à temps plein et à l'année)	• Le temps plein à l'année ne représente que le tiers des emplois de vendeur et

Caractéristiques	Vente Profession : vendeur et commis-vendeur	Représentation Profession : représentant des ventes non techniques	Principales distinctions
			commis-vendeur, alors que c'est le cas pour les deux tiers des emplois de représentant des ventes non techniques.
Travail autonome	• 5,7 % en 2001	• 11,9 % en 2001	• La proportion de représentants des ventes non techniques travaillant de façon autonome est pratiquement le double de celle des vendeurs et commis-vendeurs.
Rémunération variable	• 30 % à 35 % des personnes en emploi (principalement un salaire fixe)	• 70 % à 75 % des personnes en emploi (principalement une rémunération à commission)	• La rémunération variable (avec commission) est pratiquement la norme pour les représentants des ventes non techniques, alors que pour les deux tiers des vendeurs et commis-vendeurs, la rémunération est un salaire à taux horaire.
Perspectives de carrière	• Progression relativement rapide pour atteindre un poste de supervision et de gérant adjoint. • Pour accéder à des échelons supérieurs, il est de plus en plus requis d'avoir une formation de niveau collégial ou universitaire.	• Progression plus lente mais graduelle en acquérant de l'expérience. Les possibilités d'avancement sont directement fonction des résultats de vente obtenus.	• Les possibilités de carrière sont réelles et présentes pour les deux professions. Il semble cependant que proportionnellement les représentants des ventes non techniques soient davantage motivés à «faire carrière». • Pour les deux professions, il est fréquent que les personnes dynamiques qui obtiennent des résultats concrets de vente puissent progresser très rapidement dans l'organisation sans devoir respecter toutes les étapes de progression habituelles.

Caractéristiques	Vente Profession : vendeur et commis-vendeur	Représentation Profession : représentant des ventes non techniques	Principales distinctions
Nature du travail Description sommaire	• Vend ou loue une gamme de produits et de services directement aux consommateurs. Travaille dans des magasins et d'autres établissements de vente au détail, dans des commerces de gros ouverts au public pour la vente au détail et dans des centres d'appel.	• Vend des biens et des services non techniques à des détaillants, des grossistes, des établissements commerciaux, industriels ou spécialisés ainsi qu'à d'autres clients nationaux et étrangers.	
Principales fonctions	• Accueille les clients et discute des caractéristiques, de la qualité et de la quantité des marchandises ou des services qu'ils désirent acheter ou louer. • Renseigne les clients sur l'utilisation et l'entretien des marchandises qu'ils achètent ou louent et les conseille sur les produits ou services spécialisés. • Indique les prix, établit les modalités de crédit et d'échange, spécifie les garanties et les dates de livraison. • Prépare les marchandises à vendre ou à louer.	• Effectue de la promotion auprès des clients. • Détermine les clients éventuels et les sollicite. • Présente aux clients un exposé ou une description des avantages et des utilisations des biens ou des services. • Évalue et établit les prix, les conditions de crédit ou de contrat, les garanties et les dates de livraison. • Rédige les contrats de vente ou autres, ou en assure la rédaction. • Communique avec les clients, après la vente ou la signature des contrats, pour résoudre les problèmes et assurer un suivi. • Se tient à jour sur les innovations d'un produit, les concurrents et les conditions du marché.	<u>Le vendeur et le commis vendeur :</u> - Applique les prix, les conditions de crédit et de livraison, et les garanties déterminées. - N'a pas à développer ni à maintenir un réseau de relations d'affaires pour réussir ses ventes. - A des tâches reliées à l'approvisionnement et au merchandising dans le magasin. - Effectue des transactions à la caisse. - Travaille en magasin seulement. - Travaille généralement avec un horaire déterminé. - Ne fait pas de représentation. - Ne participe pas à des foires ni à des expositions commerciales.

Caractéristiques	Vente Profession : vendeur et commis-vendeur	Représentation Profession : représentant des ventes non techniques	Principales distinctions
	• Prépare les contrats de vente ou de location et accepte les paiements en espèces, par chèque, carte de crédit ou débit automatique. • Aide à l'étalage des marchandises. • Tient à jour les registres des ventes pour dresser l'inventaire. • Exploite des systèmes informatisés de tenue d'inventaire et de commande de stocks. • Effectue, au besoin, des transactions au moyen du commerce électronique.	• Représente des entreprises qui exportent et importent des biens et produits à destination ou en provenance de pays étrangers. • Effectue, s'il y a lieu, des transactions de vente par voie de commerce électronique sur Internet. • Supervise, s'il y a lieu, le travail d'autres représentants de commerce.	<u>Le représentant de ventes non techniques :</u> - Applique un processus de vente où la prospection de nouveaux clients et le maintien des relations avec ceux-ci sont très importants. - Participe à l'évaluation des prix et à l'établissement des conditions de crédit, des garanties et des dates de livraison. - Doit développer et maintenir un réseau de contacts. - Conseille sur le merchandising et agit comme formateur sur les produits et services qu'il offre. - Fait de la représentation et du développement d'affaires - Participe à des foires ou à des expositions commerciales - Ne manipule pas d'argent - Se déplace fréquemment en organisant son horaire. - Effectue un travail plutôt solitaire, avec un horaire flexible selon la disponibilité des clients
Le recrutement Les offres d'emploi	• Les offres d'emploi sont très nombreuses. • Perçue comme une profession d'avenir exerçant une bonne attraction.	• Les offres d'emploi sont nombreuses. • Perçue comme une profession où il est possible de faire une carrière.	• Les deux professions présentent une image positive et sont considérées comme intéressantes.

Caractéristiques	Vente Profession : vendeur et commis-vendeur	Représentation Profession : représentant des ventes non techniques	Principales distinctions
Les critères d'embauche	♦ Critères peu élevés. ♦ Les trois premiers critères sont les aptitudes interpersonnelles, la motivation à apprendre et la formation reçue. ♦ Un diplôme de formation professionnelle est rarement un critère.	♦ Critères moyennement élevés. ♦ L'expérience est le premier critère considéré. Viennent ensuite la maturité et la grande autonomie.	♦ Il est relativement facile d'obtenir un premier emploi comme vendeur ou commis-vendeur. ♦ L'accession à un emploi de représentant des ventes non techniques est plus difficile. Il faut avoir acquis une expérience et, souvent, des connaissances pertinentes.
Compétences requises Trio commun de compétences selon le CLEO	♦ La capacité d'écouter la clientèle. ♦ L'utilisation de l'informatique. ♦ Le bilinguisme.	♦ La capacité d'écouter la clientèle. ♦ L'utilisation de l'informatique. ♦ Le bilinguisme.	♦ Compétences très similaires.
Compétences essentielles ♦ Lecture des textes	♦ Niveaux de complexité (voir annexe 2) 1 à 4	♦ Niveaux de complexité (voir annexe 2) 1 à 4	Compétences très similaires.
♦ Utilisation des documents	1 à 3	1 à 4	Ces compétences sont possiblement plus complexes pour le représentant des ventes non techniques.
♦ Rédaction	1 à 2	1 à 3	
♦ Calculs monétaires	1 à 3	1 à 5	
♦ Calendriers et budgets	Sans objet	1 à 4	
♦ Mesures et calculs	1 à 2	1 à 3	
♦ Analyses des données numériques	1	1 à 4	
♦ Calculs approximatifs	1 à 2	1 à 3	
♦ Communication verbale	1 à 3	1 à 3	Compétences très similaires.
♦ Résolution de problèmes	1 à 3	1 à 4	Ces compétences sont possiblement plus complexes pour le représentant des ventes non techniques
♦ Prise de décisions	1 à 3	1 à 4	

Caractéristiques	Vente Profession : vendeur et commis-vendeur	Représentation Profession : représentant des ventes non techniques	Principales distinctions
♦ Planification du travail	2	4	
♦ Informatique	1 à 2	2 à 3	
Autres compétences	♦ Apte à gérer le stress lié à la recherche de performance. ♦ En mesure de s'adapter à une orientation marketing. ♦ Apte à apprendre rapidement et continuellement. ♦ Capable d'être à l'aise avec la diversité culturelle et de s'y adapter.	♦ Apte à gérer le stress lié à la recherche de performance. ♦ En mesure de respecter les orientations d'une stratégie marketing. ♦ Apte à apprendre rapidement et continuellement. ♦ Capable d'être à l'aise avec la diversité culturelle et de s'y adapter.	♦ Très similaires
Tendances pouvant affecter les besoins de compétences	♦ Internet comme source. ♦ RFID (peut modifier le rôle et le temps disponible).	♦ Internet. ♦ Technologie de l'information et de la communication. ♦ Modification de la chaîne d'approvisionnement.	♦ Avec l'augmentation des importations en provenance de la Chine, la fonction de représentant des ventes non techniques risque d'être la plus affectée dans les prochaines années.
Formation en entreprise	♦ Formation offerte très variable selon la taille de l'entreprise. ♦ Des programmes de formation existent et au niveau des grandes chaînes ils sont mieux structurés.	♦ Principalement une formation de type accompagnement, donnée par le supérieur immédiat. ♦ Les fournisseurs jouent un rôle important comme formateurs techniques.	♦ Très similaires.

5.2 Pistes de réflexion

Présenté dans un contexte d'actualisation de l'offre de formation en vente et en représentation, ce portrait du marché du travail permet de dégager quelques pistes de réflexion.

- Le programme *Vente-conseil* menant à l'obtention d'un DEP a été implanté en 1997 à la suite d'une analyse de situation de travail (AST) réalisée en 1996. Cette AST portait sur la formation des conseillères et conseillers en vente. Elle reflète assez bien les conditions d'exercice du métier de vendeur et commis-vendeur en 2006. Les principales différences à souligner entre les tâches de l'AST de 1996 et celles d'aujourd'hui sont les suivantes :
 - Le télémarketing et la télévente sont rarement des tâches des vendeurs et commis-vendeurs. Ces opérations sont plutôt confiées à des services spécialisés.
 - Le principe de qualité totale ne fait plus partie de la terminologie utilisée. Aujourd'hui, c'est l'approche globale relativement au service à la clientèle qui importe.
 - La prospection, telle qu'elle a été définie dans l'AST de 1995, n'est toujours pas aujourd'hui une tâche fréquemment réalisée par les vendeurs et commis-vendeurs.

Ces différences entraînent des besoins de modifications au programme d'études en vente-conseil, mais sûrement pas une révision majeure.

- L'étude préliminaire en vente réalisée en 1995 recommandait une analyse de situation de travail pour réviser le programme *Vente*. Cette recommandation aurait dû également s'appliquer au programme *Représentation* conduisant à une ASP. Cela n'a pas été fait. Le programme en représentation est toujours le même qu'en 1992. L'offre de formation en représentation devrait prendre en compte les éléments suivants :
 - Le métier de représentant des ventes non techniques est différent de celui de vendeur et commis-vendeur, même si, dans ces deux métiers, le but est le même, c'est-à-dire « vendre » un produit ou un service.
 - L'exercice de la profession de représentant des ventes demande souvent un niveau de compétence plus complexe que pour la profession de vendeur et commis-vendeur.
 - Pour débiter comme représentant des ventes, il faut déjà avoir acquis une certaine maturité.
 - La profession de représentant des ventes ne s'inscrit pas nécessairement comme une spécialisation du métier de vendeur et commis-vendeur. Toutefois, une expérience en vente-conseil est un atout, notamment pour des représentants qui doivent travailler pour des grossistes ou des fabricants qui ont pour clients des entreprises du commerce de détail.
- Le nombre d'élèves qui terminent les programmes d'études en vente-conseil et en représentation est nettement insuffisant pour répondre aux besoins actuels et à la demande prévue pour combler les départs et la création de nouveaux emplois dans

les métiers de la vente et de la représentation. Cette problématique n'est pas unique dans ces formations, mais elle est préoccupante pour des professions qui emploient un nombre important de travailleurs. Certains aspects de cette situation sont à souligner :

- Le fait que les programmes *Vente-conseil* menant à un DEP et *Représentation* menant à une ASP visent les deux mêmes groupes professionnels (CNP 6411 et CNP 6421) ne facilite pas nécessairement la promotion de la formation professionnelle en vente et en représentation. Il serait préférable de distinguer clairement l'objectif principal de ces deux programmes.
 - Trop d'employeurs de vendeurs et commis-vendeurs ne considèrent pas la formation initiale comme une nécessité pour accéder au métier. Toutefois, plusieurs employeurs du commerce de détail désireraient et préféreraient embaucher des gens formés en vente-conseil. Le petit nombre de sortants ne leur permet cependant pas d'être trop exigeants. Ils devront toutefois offrir de meilleures conditions de travail à des employés ayant déjà acquis des compétences. Cela faciliterait la promotion de cette profession auprès des jeunes et des moins jeunes qui désirent entamer une deuxième carrière.
 - En général, les employeurs de représentants des ventes non techniques sont intéressés par une formation initiale en représentation lorsqu'ils la connaissent. Toutefois, plusieurs pensent encore que d'être un « bon vendeur naturel » est suffisant. En plus, l'offre de formation initiale et les différents programmes sont très peu connus. Avant de les faire connaître, il y aurait sûrement avantage à préciser l'offre de formation initiale en représentation pour une profession qui emploie près de 44 000 personnes. Cette profession et le secteur du commerce de gros ne sont qu'exceptionnellement l'objet de promotion des métiers et du secteur auprès des jeunes et de la population active.
- Le principal débouché pour les diplômés en représentation (titulaires d'une ASP ou d'une AEC) est certainement le secteur du commerce de gros. Ce secteur d'activité n'est représenté que partiellement par quelques-uns des comités sectoriels de main-d'œuvre soutenus par Emploi-Québec. Cette situation contribue à en faire un secteur peu connu, même s'il employait près de 150 000 personnes en 2005. La croissance prévue d'ici à 2010 est de 1,8 % par année, comparativement à 1,2 % pour l'ensemble des secteurs. Il y aurait avantage à mieux définir ce secteur en réalisant un portrait sectoriel sur les entreprises et la main-d'œuvre.

ANNEXES

1. Liste des ouvrages consultés
2. Les compétences pour les professions de vendeur et commis-vendeur (CNP 6421), ainsi que de représentant des ventes (CNP 6411) selon les profils de compétences essentielles
3. Liste des personnes consultées

ANNEXE 1

Liste des ouvrages consultés

QUÉBEC, MINISTÈRE DE L'ÉDUCATION. *Étude préliminaire en vente et représentation commerciale, secteur Administration, commerce et secrétariat*, Québec, ministère de l'Éducation, 1992, 37 p.

QUÉBEC, MINISTÈRE DE L'ÉDUCATION. *Portrait de secteur, secteur Administration, commerce et informatique*, Québec, ministère de l'Éducation, 1995, 141 p.

QUÉBEC, MINISTÈRE DE L'ÉDUCATION. *Études préliminaires en vente, secteur Administration, commerce et informatique*, Québec, ministère de l'Éducation, 1995, 129 p.

QUÉBEC, MINISTÈRE DE L'ÉDUCATION. *Conseillère et conseiller en vente, secteur Administration, commerce et informatique*, Québec, ministère de l'Éducation, 1996, 37 p.

QUÉBEC, MINISTÈRE DE L'ÉDUCATION. *Programme d'études 5196 Vente-conseil, secteur Administration, commerce et informatique*, Québec, ministère de l'Éducation, 1997, 89 p.

QUÉBEC, MINISTÈRE DE L'ÉDUCATION. *Programme d'études 5054 Représentation, secteur Administration, commerce et secrétariat*, Québec, ministère de l'Éducation, 1992, 49 p.

COMMISSION SCOLAIRE DES DÉCOUVREURS. *Programme d'études AEP Service à la clientèle, secteur Administration, commerce et informatique*, Québec, 2005, 44 p.

QUÉBEC, MINISTÈRE DE L'ÉDUCATION, DIRECTION GÉNÉRALE DES PROGRAMMES ET DU DÉVELOPPEMENT, SECTEUR DE LA FORMATION PROFESSIONNELLE ET TECHNIQUE. *Programmes d'études professionnelles et techniques liés à la vente : analyse de l'offre de formation*, Québec, ministère de l'Éducation, 2004, 63 p.

COMITÉ SECTORIEL DE MAIN-D'ŒUVRE DU COMMERCE DE DÉTAIL. *Rapport 2004 de la main-d'œuvre et le commerce de détail au Québec*, 2004, 43 p.

QUÉBEC. MINISTÈRE DU DÉVELOPPEMENT ÉCONOMIQUE ET RÉGIONAL ET DE LA RECHERCHE, DIRECTION DU COMMERCE, DES SERVICES AUX ENTREPRISES ET DE LA CONSTRUCTION. *Tendances de l'industrie du commerce de détail*, Québec, ministère du Développement économique et régional et de la Recherche, 2004, 39 p.

BUREAU INTERNATIONAL DU TRAVAIL (BIT). *Conséquences sociales et dans le domaine du travail du recours accru aux technologies les plus modernes dans le commerce de détail*, Genève, 2006, 69 p.

BUREAU INTERNATIONAL DU TRAVAIL (BIT). *Les conséquences pour l'emploi des fusions et acquisitions dans le secteur du commerce*, Genève, 2003, 70 p.

COMITÉ SECTORIEL DE MAIN-D'ŒUVRE. *Abrégé du rapport d'enquête de rémunération, secteur du commerce de détail*, 2002, 29 p.

CANADA, RESSOURCES HUMAINES ET DÉVELOPPEMENT DES COMPÉTENCES CANADA.
Profils de compétences essentielles, commis-vendeurs/commis-vendeuses, vente au détail,
Ottawa, 2006.

CANADA, RESSOURCES HUMAINES ET DÉVELOPPEMENT DES COMPÉTENCES CANADA.
Profils de compétences essentielles, représentants/représentantes des ventes non
techniques, commerce de gros, Ottawa, 2006.

ANNEXE 2

Les compétences nécessaires pour les professions de vendeur et commis-vendeur (CNP 6421), ainsi que de représentant des ventes (CNP 6411) selon les profils de compétences essentielles⁴¹

Les compétences essentielles sont les compétences nécessaires pour vivre, apprendre et travailler. Elles sont à la base de l'apprentissage de toutes les autres compétences et permettent aux gens d'évoluer avec leur emploi et de s'adapter aux changements du milieu de travail.

Grâce à des recherches approfondies, le gouvernement du Canada et d'autres organismes nationaux et internationaux ont déterminé et validé neuf compétences essentielles. Ces compétences sont mises en application dans presque toutes les professions et dans la vie quotidienne, sous diverses formes et à des niveaux de complexité différents.

Il s'agit des neuf compétences essentielles suivantes :

- A. Lecture des textes
- B. Utilisation des documents
- C. Rédaction
- D. Calcul
 - calculs monétaires - transactions financières;
 - calendriers, budgets et opérations comptables - gérer le temps et l'argent comme des ressources, en planifier et en surveiller l'utilisation, évaluer le meilleur rapport qualité-prix, réduire les pertes;
 - mesures et calculs - mesurer et décrire le monde environnant;
 - analyses des données numériques;
 - calculs approximatifs.
- E. Communication verbale
- F. Capacité de raisonnement
 - 1. résolution de problèmes
 - 2. prise de décisions
 - 3. pensée critique
 - 4. planification et organisation du travail
 - 5. utilisation particulière de la mémoire
 - 6. recherche de renseignements
- G. Travail d'équipe
- H. Informatique
- I. Formation continue

Les compétences essentielles les plus importantes : Chaque profil présente des renseignements sur toutes les compétences essentielles du groupe professionnel et indique la manière dont elles sont utilisées par ce dernier. Cependant, ces compétences ne revêtent pas une importance égale pour toutes les professions au sein d'un groupe. Par conséquent, chaque introduction comporte un énoncé déterminant les compétences essentielles les plus importantes pour ce groupe professionnel. L'objectif de cette section vise à renseigner immédiatement le lecteur sur les compétences essentielles considérées comme *les plus importantes, c'est-à-dire les plus caractéristiques* du profil en cause.

⁴¹ CANADA, RESSOURCES HUMAINES ET DÉVELOPPEMENT DES COMPÉTENCES CANADA, [En ligne], [<http://srv108.services.gc.ca>].

Compétences essentielles les plus importantes	
Vendeurs et commis-vendeurs (CNP 6421)	Représentants des ventes (CNP 6411)
• Communication verbale • Recherche de renseignements • Travail d'équipe • Formation continue	• Communication verbale • Recherche de renseignements • Calcul • Résolution de problèmes • Prise de décisions • Planification et organisation du travail • Utilisation particulière de la mémoire

Définition de « l'évaluation de la complexité » : Plusieurs compétences essentielles comportent deux niveaux de complexité, soit une tâche :

a) Typique – Une tâche dite « typique » survient plus ou moins fréquemment, malgré le fait que le titulaire du poste soit tenu de l'effectuer.

b) Plus complexe – Ce niveau a été établi à la suite d'entrevues auprès des titulaires d'un poste, qui ont défini la tâche plus complexe en fonction de facteurs tels que la difficulté, la fréquence et la connaissance qu'il faut en avoir.

Il est possible qu'une tâche soit à la fois typique et plus complexe, c'est-à-dire qu'elle fasse partie des activités normales d'un poste, tout en étant considérée comme complexe de par sa nature. L'évaluation de la complexité des tâches « typiques » et « plus complexes » est habituellement présentée par niveau.

Explication supplémentaire concernant les tâches « plus complexes » : Il est important de noter que tous les postes d'un groupe professionnel ne comportent pas le même degré de complexité. Ainsi, le degré de complexité établi pour les tâches les plus complexes comprend toutes les tâches considérées comme plus complexes par les titulaires d'un poste interrogés. Ce ne sont pas tous les postes au sein d'un groupe professionnel qui comprennent des tâches à un degré de complexité très élevé.

Le niveau de complexité attribué aux tâches les plus complexes représente plutôt une fourchette, étant donné que tous les postes au sein d'un groupe professionnel n'exigent pas le même niveau de complexité. Par exemple, le profil peut indiquer que « les tâches les plus complexes sont aux niveaux de complexité 2 à 4 », ce qui signifie que tous les postes de ce groupe professionnel comportent des tâches du niveau de complexité 2 et que certains autres postes, sans que ce soit nécessairement tous, comportent des tâches du niveau de complexité 4. Ces deux éléments d'information sont utiles. Les formateurs pourraient très bien établir un niveau de complexité 4 pour la formation, mais des personnes possédant les compétences du niveau de complexité 2 pourraient occuper certains postes au sein de ce groupe professionnel.

Nous présentons ci-après un tableau sommaire d'une comparaison entre les niveaux de complexité pour les différentes compétences essentielles évaluées dans chacun des profils. Cette comparaison permet de préciser les écarts de complexité entre les compétences essentielles nécessaires pour les deux professions ciblées.

TABLEAU 19 - Comparaison du niveau de complexité et exemples de quelques différences selon les tâches de la profession

Compétences essentielles / type de tâches	Vendeurs et commis-vendeurs (CNP 6421)	Représentants des ventes (CNP 6411)
A. Lecture des textes		
Tâches typiques	1 à 3	1 à 3
Tâches plus complexes	2 à 4	2 à 4
B. Utilisation des documents		
Tâches typiques	1 à 3	1 à 4
Tâches plus complexes	1 à 3	1 à 4
Exemple d'une tâche de niveau 4		• Interpréter, au besoin, les diagrammes en bâtons et en secteurs exposant les tendances des ventes pour élaborer des stratégies de commercialisation, en se fondant sur leurs connaissances spécialisées d'une industrie ou d'un domaine donné. (4)
C. Rédaction		
Tâches typiques	1 à 2	1 à 3
Tâches plus complexes	1 à 3	1 à 5
Exemples de tâches de niveaux 4 et 5		• Formuler des plans annuels de marketing décrivant en détail les stratégies de commercialisation, les nouvelles possibilités et les clients éventuels. (4) • Rédiger, au besoin, des rapports et des propositions, en comparant et en évaluant un éventail de produits de différentes entreprises pour convaincre la clientèle d'utiliser leurs produits. (5)
D. Calcul		
Calculs monétaires	1 à 2	1 à 3
Calendriers des budgets et des opérations comptables	Sans objet	1 à 4

Compétences essentielles / type de tâches	Vendeurs et commis-vendeurs (CNP 6421)	Représentants des ventes (CNP 6411)
Exemples de tâches de niveaux 2 à 4		• Calculer le nombre de caisses dont un client a besoin pour stocker un nombre donné d'unités. (2) • Calculer et comparer pour les clients les différentes options tarifaires dans le cadre de la négociation de contrats. (3) • Planifier et contrôler les budgets, comme le budget promotionnel annuel destiné à développer des relations d'affaires avec les clients. (4) • Planifier et contrôler les calendriers pour faire en sorte que les échéances soient respectées, comme les délais d'expédition par conteneur. (4)
Mesures et calculs	1 à 2	1 à 3
Exemples de tâches de niveaux 2 et 3	• Calculer, au besoin, des quantités, telles que celle des matériaux nécessaires pour couvrir une fenêtre d'une certaine dimension, en tenant compte de tout ce qui est requis par le client. (2)	• Calculer la surface à partir des dimensions données par le client, comme la longueur et la largeur de l'espace disponible sur une étagère, et ce, afin d'évaluer les besoins du client. (2) • Calculer le nombre de cartons de produits nécessaire pour remplir un conteneur de fret, en divisant la capacité volumique du conteneur par le cubage d'un carton. (3)
Analyses des données numériques	1	1 à 4
Exemples de tâches de niveaux 3 et 4		• Comparer les données trimestrielles par catégorie de produits pour l'année en cours et l'année passée, afin d'évaluer l'état des comptes et les produits qui sont les mieux utilisés par différents clients. (3) • Comparer des produits, comme la résistance de différents enrobages dans les mêmes conditions, en utilisant les statistiques dans des magazines, des revues professionnelles et des manuels ainsi que les renseignements des fournisseurs. (Analyses des données numériques) (4)
Calculs approximatifs	1 à 2	1 à 3
Exemple de tâches de niveau 3		• Prévoir les ventes d'après une analyse des tendances, les préférences des acheteurs, les tendances saisonnières, les activités spéciales et d'autres facteurs. Des erreurs pourraient entraîner de mauvais conseils, un stockage insuffisant ou des pertes financières. (3)
E. Communication verbale		
Tâches typiques	1 à 3	1 à 3
Tâches plus complexes	2 à 3	2 à 3

Compétences essentielles / type de tâches	Vendeurs et commis-vendeurs (CNP 6421)	Représentants des ventes (CNP 6411)
Interagir avec les clients et le grand public	- S'entretenir avec des clients afin d'expliquer les caractéristiques des produits, de répondre à leurs demandes et de les persuader d'acheter. - Redonner à des clients l'assurance qu'ils viennent de faire un bon achat et qu'il est facile de se prévaloir du service après-vente.	- S'entretenir avec les clients pour leur présenter l'information sur les produits, répondre aux questions, résoudre les problèmes et négocier les prix et les dates de livraison. - S'entretenir, au besoin, avec les clients éventuels pendant les séminaires destinés à informer la clientèle pour les persuader de la valeur du service proposé.
Interagir avec les fournisseurs	S'entretenir avec des fournisseurs et des fabricants afin d'obtenir des clarifications sur les caractéristiques des produits ou de vérifier leur disponibilité.	Rencontrer les fournisseurs et les fabricants pour faire connaître leurs besoins et interagir avec eux pendant des séminaires pour se renseigner sur leurs produits.
Groupe (petit ou grand) : participer à des discussions, présenter de l'information	- Communiquer avec les propriétaires et les superviseurs du magasin afin de discuter de l'inventaire et de ventes ainsi que d'examiner la façon d'améliorer les procédures courantes. - Transmettre des connaissances, susciter la compréhension, le savoir. - Communiquer avec le personnel de sécurité du magasin, du mail ou avec des agents de police afin de leur transmettre des renseignements sur les pertes.	- S'entretenir avec les collègues de travail pour donner des instructions, coordonner les tâches et partager l'information sur les produits et la clientèle. - Participer, au besoin, à des réunions du personnel pour prendre part à la planification de la stratégie et discuter des produits, des promotions, de la clientèle et des problèmes. - S'entretenir avec leurs superviseurs pour établir les objectifs de vente, échanger l'information sur les produits et les clients, recevoir des instructions et discuter des problèmes.
F. Capacité de raisonnement		
1. Résolution de problèmes		
Tâches typiques	1 à 2	1 à 3
Tâches plus complexes	1 à 3	2 à 4
Exemples de tâches de niveaux 2 à 4	- Se rendre compte que des clients ont des comportements suspects. Soit alors appeler le personnel de la prévention des pertes, soit talonner ces présumés voleurs à l'étalage afin de les empêcher de passer à l'action. (2) - Être aux prises avec des caisses enregistreuses en panne à cause d'une interruption de courant. Au besoin, terminer à la main la vente en cours et suivre les consignes de sécurité reconnues afin de faire évacuer tous les autres clients du magasin jusqu'à ce que le courant soit rétabli. (2)	- Avoir la responsabilité de recouvrer les fonds lorsque des chèques sans provision émis par des clients sont retournés. Étudier la meilleure manière de communiquer avec les clients en tenant compte du contexte. (3) - Conclure, parfois, que les objectifs prévus de vente n'ont pas été atteints. Analyser les plans de commercialisation pour déterminer les facteurs à l'origine de ce manque à gagner et élaborer de nouvelles stratégies pour augmenter les ventes. (4)

Compétences essentielles / type de tâches	Vendeurs et commis-vendeurs (CNP 6421)	Représentants des ventes (CNP 6411)
2. Prise de décisions		
Tâches typiques	1 à 3	1 à 4
Tâches plus complexes	1 à 3	2 à 4
Exemples de tâches de niveaux 1 à 4	• Décider d'offrir le même prix qu'un concurrent si la différence de prix n'est pas trop élevée. (1) • Décider d'accepter des retours de marchandises ou de faire des échanges. (2) • Décider, au besoin, la façon d'adapter un diagramme de planification de l'étalage aux particularités exceptionnelles de leur magasin. (3)	• Établir leurs itinéraires, décider avec quels magasins ils travaillent et quel est le moment adéquat pour contacter les clients. (3) • Décider comment cerner les nouveaux produits et les nouveaux clients. (3) • Décider de soumissionner à un appel d'offres, en tenant compte de la pertinence de leurs produits. (4)
3. Pensée critique	Il n'y a pas de renseignement sur la compétence de la pensée critique pour ces deux profils.	
4. Planification du travail	2	4
Exemples de tâches de niveaux 2 et 4	• Planifier leur journée de travail de concert avec des superviseurs. <u>Le service à la clientèle constitue la tâche prioritaire</u>, à laquelle viennent se greffer d'autres tâches reliées à l'inventaire, aux ventes spéciales et à l'étalage. Ces dernières tâches sont souvent interrompues par des appels téléphoniques ou lorsque le magasin est achalandé. • Organiser des événements spéciaux, tels que défilés de mode, remodelage de bijoux, braderies ou visites organisées. • Planifier et coordonner des tâches avec les autres membres du personnel afin d'être en mesure de dresser l'inventaire et d'apposer de nouvelles étiquettes à tous les articles en démonstration dans des délais raisonnables.	• Exercer des activités variées qui s'inscrivent dans une routine consistant à rechercher de nouveaux clients, à assurer la promotion des ventes auprès des clients existants et à accomplir les tâches administratives liées aux ventes. <u>Leurs priorités de travail découlent des requêtes des clients et des objectifs de vente.</u> • Établir les quotas de vente en collaboration avec leur directeur des ventes ou individuellement. Exercer un contrôle complet sur la planification et l'organisation des tâches nécessaires à la réalisation des objectifs de vente établis. En outre, coordonner leur calendrier de travail avec ceux de leurs clients et d'autres parties concernées, comme les fournisseurs et les représentants des usines. • Préparer des plans de travail journaliers, hebdomadaires et trimestriels pour organiser leur temps de manière stratégique (pour la plupart des représentants des ventes). L'un des principaux aspects du travail est de savoir planifier efficacement les différentes tâches.

Compétences essentielles / type de tâches	Vendeurs et commis-vendeurs (CNP 6421)	Représentants des ventes (CNP 6411)
5 . Utilisation particulière de la mémoire	- Se rappeler les noms des clients habituels et leurs préférences d'achat. - Se rappeler les mots de passe et les codes qui permettent l'accès à diverses parties du système d'information sur ordinateur. - Se rappeler les codes fournisseurs d'un grand éventail de produits. - Se rappeler les spécifications techniques d'un grand nombre de produits. - Se rappeler l'ordre des étapes des procédures d'ouverture et de fermeture.	- Se souvenir des noms, de la voix et de la physionomie des clients ainsi que des profils de leurs affaires. - Mémoriser les spécifications des produits et les caractéristiques des différents services pour fournir l'information pertinente aux clients. - Se souvenir des prix en vigueur et des ventes promotionnelles pour les présenter aux clients éventuels dans le cadre d'efforts visant à élargir la clientèle.
6. Recherche de renseignements	1 à 3	1 à 3
Exemples de tâches de niveaux 2 et 3	- Consulter des manuels et des catalogues de produits afin de trouver les gammes d'articles offertes dans différentes gammes de produits. (2) - Consulter des manuels d'opérations ou traitant de caisse enregistreuse afin de trouver la façon d'effectuer des transactions inhabituelles. (2)	- Consulter des manuels pour y trouver du matériel promotionnel et des listes de prix. (2) - Se servir de ses relations pour prendre connaissance des lancements de nouvelles entreprises qui pourraient mener à un élargissement de la clientèle. (2) - Étudier, au besoin, les stratégies promotionnelles des concurrents en analysant leur matériel promotionnel et en faisant des observations sur le terrain. (3)
G. Travail d'équipe		
Contexte de travail	- Travailler de façon autonome, parfois avec un partenaire ou un aide, parfois en solitaire. - S'intégrer à une équipe composée des propriétaires et des gestionnaires du siège social, des superviseurs, des collègues, des fournisseurs ainsi que du personnel d'entretien et de livraison. - Au besoin, coordonner leurs tâches avec des collègues d'autres rayons. De temps à autre, encadrer et orienter de nouveaux employés.	Travailler de manière autonome tout en faisant partie de l'équipe des ventes. Coordonner leur travail avec le reste du personnel, tant administratif que de transport, et assister, s'il y a lieu, aux réunions du personnel.
H. Informatique		
Tâches typiques	1 à 2	2 à 3

Compétences essentielles / type de tâches	Vendeurs et commis-vendeurs (CNP 6421)	Représentants des ventes (CNP 6411)
Utilisation de logiciels	• Traitement de textes. • Base de données. • Communication.	• Traitement de textes. • Graphisme. • Base de données. • Tableur. • Tenue de livres, facturation et comptabilité. • Logiciels d'analyses statistiques. • Communication.
Exemples de tâches de niveaux 2 et 3	• Taper, au besoin, des lettres, des estimations ou des devis à l'intention des clients. (2) • Trouver, au besoin, le nom des clients, leur adresse et des renseignements sur des produits. (2)	• Enregistrer, au besoin, les paiements versés par les clients. (2) • Communiquer, au besoin, avec leurs clients par courrier électronique. (2) • Préparer et analyser, au besoin, les chiffres des ventes. (3) • Analyser, au besoin, l'information concernant les ventes et affiner les plans de commercialisation. (3)
I. Formation continue Processus permanent d'acquisition de compétences et de connaissances.	• Pour apprendre le métier, observer le milieu du travail et entrer en interaction avec des collègues et des superviseurs. Améliorer leurs connaissances sur des produits en communiquant avec des fournisseurs et des fabricants et en regardant des vidéocassettes sur les gammes de produits. • Profiter, parfois, de l'enseignement assisté par ordinateur (EAO) et prendre part à des discussions de groupe afin d'améliorer les techniques de vente. • Avoir recours, parfois, à la formation par rotation de postes dans d'autres magasins, rayons et gammes de produits afin de se faire une vue d'ensemble de l'organisation. Assister à des ateliers qu'offrent des fournisseurs afin d'en apprendre davantage sur les produits.	• Poursuivre leur formation afin de mettre à jour leurs connaissances commerciales et de se renseigner sur les produits, les services et les facteurs économiques qui ont des répercussions sur le secteur des affaires. Acquérir de nouvelles connaissances en s'entretenant avec leurs collègues de travail, grâce à leurs relations d'affaires et par des lectures personnelles. Participer, parfois, à des activités de formation, comme des cours sur les relations humaines ou sur les techniques de vente.

Compétences essentielles / type de tâches	Vendeurs et commis-vendeurs (CNP 6421)	Représentants des ventes (CNP 6411)
Autres renseignements Tendances affectant les compétences fondamentales	• Internet deviendrait un outil fort répandu pour trouver, pour le compte des clients, des renseignements sur les produits. Les commis-vendeurs, de vente au détail, auront donc besoin d'améliorer leurs connaissances informatiques.	• Les représentants des ventes non techniques, du commerce de gros, dépendront de plus en plus de la technologie informatique pour interagir à distance avec leurs clients et accéder à l'information de leur bureau de vente et des fournisseurs. Ils devront donc mettre à jour leurs compétences en informatique et y avoir recours plus souvent au cours de leurs activités journalières. • En outre, l'apprentissage permanent s'avérera plus important étant donné la sophistication croissante de l'environnement des affaires.

Source : Canada, Ressources humaines et développement des compétences Canada, [En ligne] [<http://srv108.services.gc.ca>].

Annexe 3

Liste des personnes consultées

Nous remercions les personnes suivantes qui ont accepté de nous donner leur opinion sur la situation du marché du travail en vente et en représentation.

Employeurs

Annie Bouthillette, directrice des ressources humaines, Moteurs électriques Laval, distributeur et fabricant.

Louis Brossard, vice-président au marketing, Café Brossard, distributeur de café.

Ève Daoust, directrice des ressources humaines, Lumen, distributeur de produits électriques.

Hugues Frigon, président-directeur général, Entreprise Larry inc., grossiste, distributeur de compresseurs et de pièces de compresseurs.

Noreen Olidieri, directrice des ventes, Delorme et Primeau, vente d'équipement de boucherie et service de réparation.

André Richer, directeur des ventes, Vimat, distributeur et vente au détail de portes et fenêtres.

Pierre Taillebois, partenaire principal, Advantage CDL, représentation commerciale et distributeur.

Claude Vigneault, président, Circuits GRM, fabricant et distributeur de cartes de circuits imprimés.

Experts-conseils en vente et représentation

Monique Dubois, Dubois-Bernard et associés, consultante en gestion des ressources humaines auprès d'entreprises du commerce de détail.

Carole Marquis, Quintal et associés, firme de recrutement en vente et représentation.

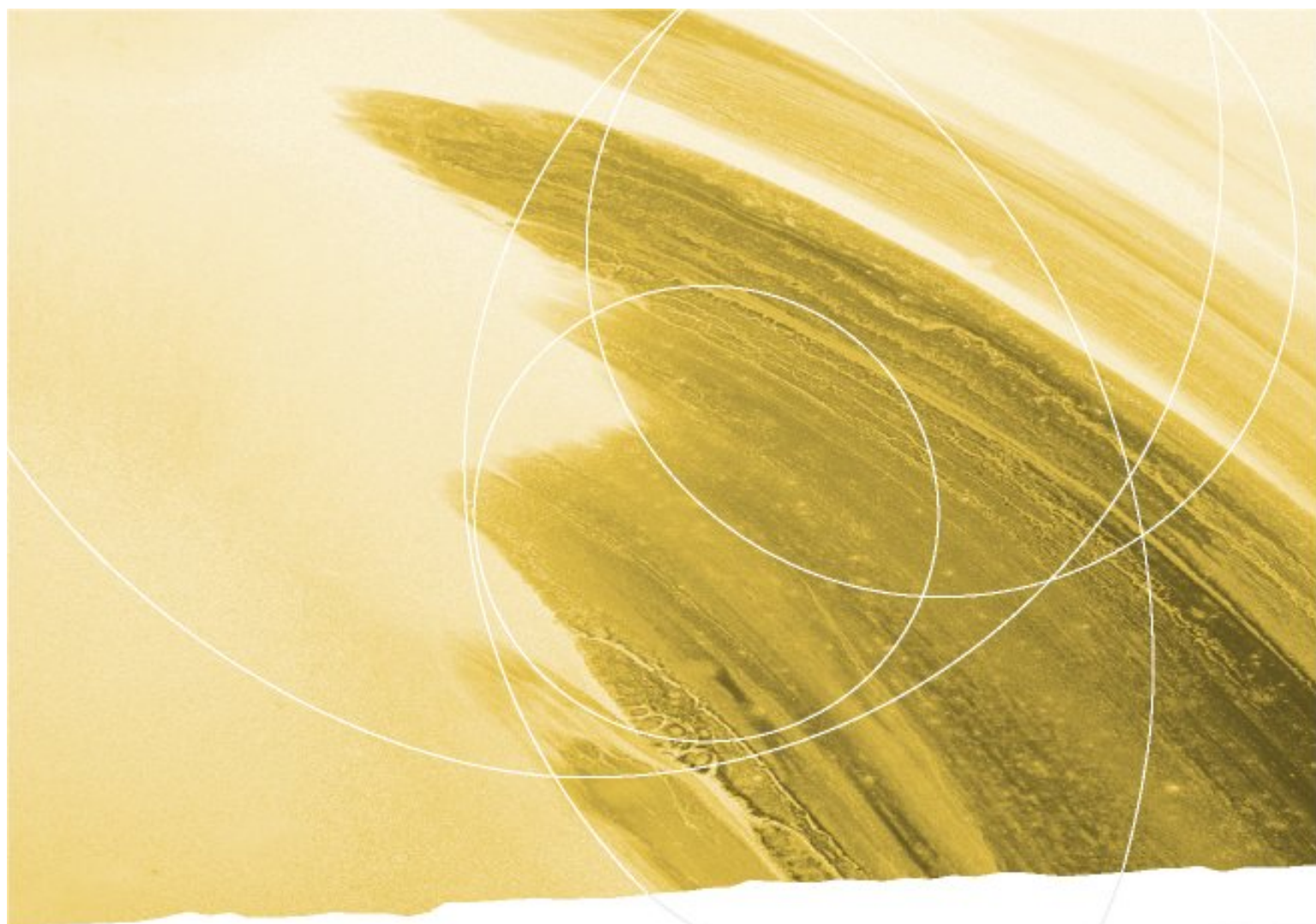
Denis Morneau, Groupe Synergie vente inc., expert et instructeur en gestion des forces de vente.

Sophie Quevillon, Métivier Groupe-conseil, firme de recrutement en vente et représentation.

Association et organisme

Patricia Lapierre, directrice générale; **Doris Gagnon**, conseillère en formation; **Jacky Le Bihan**, conseiller en formation, Comité sectoriel de main-d'œuvre du commerce de détail.

Manon Beaudoin, directrice des relations travail, de l'emploi et de la main-d'œuvre, Conseil québécois du commerce de détail.



Éducation,
Loisir et Sport
Québec 

17-0130-05