



Enquête économique et sociale

# La valorisation du SAV s'impose

Le SMJ, l'Union nationale des spécialistes en matériels de parcs & jardins, a 30 ans. Pour mieux représenter la profession sur son marché, l'organisation a mené une enquête économique et sociale auprès des professionnels visant à mieux appréhender le métier et à lui donner les moyens de se pérenniser.



Les entreprises de vente et d'après-vente de matériels pour parcs et jardins emploient majoritairement du personnel d'atelier.

## Le marché actuel

Le paysage conjoncturel et économique de la filière de maintenance des matériels de parcs et jardins a connu un certain développement pour l'exercice 2005. Le dernier rapport, établi sur la période de novembre 2004 à octobre 2005, fait état d'un environnement général positif. En effet, les résultats enregistrés en 2005 sont en progrès de l'ordre de 10 % par rapport aux exercices précédents.

Cependant, persistent des freins à la croissance, telle l'accélération du commerce mondial et de la concurrence, en particulier tirée par les pays asiatiques et exacerbée du fait de la baisse des prix moyens des matériels qui ont conduit l'ensemble des spécialistes à baisser leur marge. Ajoutons à cela les caprices du climat qui nous privent de plus en plus de visibilité.

Pour le SMJ, l'année a été marquée par la mise en place de nouveaux projets et le renouvellement d'actions sur un certain nombre d'enjeux majeurs comme les négociations, la valorisation des métiers ou encore la prise en compte des enquêtes économiques et sociales permettant d'avoir une vue d'ensemble du marché de plus en plus significative. Relier ces données à nos projets est un défi qu'il faut relever pour continuer d'améliorer nos métiers et leurs compétences et pour leur accorder un rôle et une place prépondérante sur notre marché.

## Le point sur les chiffres publiés

Bien que les données proposées dans les différentes enquêtes économiques et sociales menées soient significatives, le marché de la maintenance des matériels de parcs et jardins n'est toujours pas assez représenté. En effet, les spécialistes continuent d'espérer l'obtention d'un code APE leur étant propre.

À ce jour, nous estimons notre secteur d'activité à 1 800 entreprises pour 2 400 points de vente. Si changement il y a, il réside dans la diminution du nombre des entreprises mais non dans celle des points de vente.



Le métier est fortement masculin mais cette situation pourrait évoluer dans les prochaines années.

### 1 98 % des emplois sont des CDI

Le secteur de la maintenance des matériels de parcs et jardins est un secteur en pleine mutation sociale qui recrute bon nombre de techniciens. D'après l'enquête sociale menée par le SMJ, la profession a l'avantage d'assurer des emplois durables et pérennes puisque 98 % des salariés sont titulaires d'un contrat à durée indéterminée. Le recours à l'intérim est quasi inexistant. On a dénombré peu de missions en 2005, la majorité d'entre elles ont été effectuées en atelier. Ainsi, l'on constate que même si notre activité est confrontée à une forte saisonnalité, les effectifs restent opérationnels tout au long de l'année notamment grâce aux services d'hivernage, de montage des machines avant la saison et, plus généralement, de maintenance des matériels.

### 2 48 % des effectifs ont moins de 5 ans d'ancienneté

Cette même étude nous permet de constater que l'ancienneté des salariés n'évolue pas. En effet, 48 % des effectifs n'atteignent pas les cinq ans d'ancienneté. Les raisons peuvent être diverses : soit une augmentation des effectifs, soit des démissions voire des licenciements ou encore des départs à la retraite du fait des nouvelles mesures mises en place dans la branche. Il en résulte des difficultés de recrutement qui poussent les chefs d'entreprise à embaucher des techniciens plus expérimentés, mieux formés, en leur proposant des salaires souvent plus avantageux ainsi que des conditions de travail plus favorables.

La préoccupation grandissante des spécialistes en matériels de parcs et jardins, due à cette pénurie de main-d'œuvre menaçant la profession, concerne les problèmes de renouvellement des postes des techniciens actuels partant en retraite. En effet, l'on constate que près de 15 % des postes sont occupés par des salariés âgés de 46 à 50 ans et plus de 20 % par des salariés âgés de plus de 50 ans. Cette observation laisse présager que les chefs d'entreprises recherchent une main-d'œuvre qualifiée et expérimentée de façon quasi constante.

Il est également important d'ajouter qu'au-delà des difficultés rencontrées pour renouveler le personnel, la profession ne rajeunit pas. Seulement 2,68 % des salariés ont moins de 20 ans. Il apparaît néanmoins que les employés en atelier sont en majorité âgés entre 41 et 45 ans, ce qui reste relativement jeune pour des techniciens expérimentés.

Enfin, il n'existe que très peu de salariés embauchés à temps partiel. Ils ne représentent que 7 % des emplois et sont à 80 % féminins.

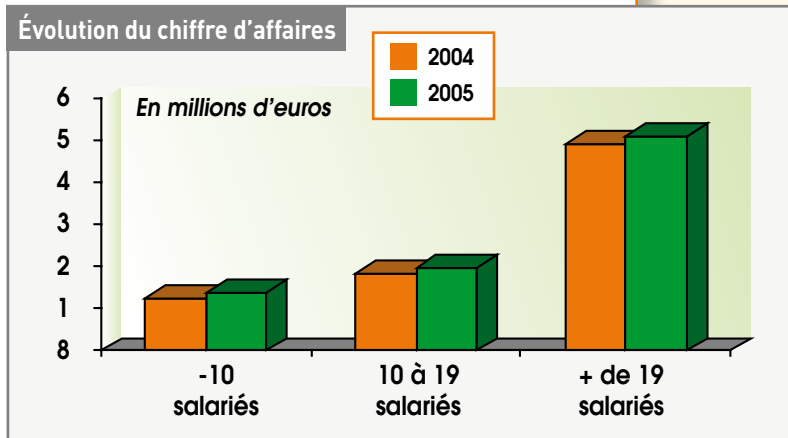
L'on peut en conclure que le travail est stable, pérenne et que les conditions permettent d'évoluer facilement et de s'assurer un avenir.

### 3 Féminisation de la profession

La profession a toujours du mal à se féminiser avec seulement 19 % de femmes recensées. La répartition homme/femme est sensiblement égale à celle enregistrée en 2003-2004 (18 % de femmes et 82 % d'hommes). Elles exercent majoritairement des emplois administratifs et de gestion : près de 90 % des postes d'administration sont occupés par des femmes. Elles sont également présentes en magasin mais n'occupent aucun poste en atelier et très peu à la vente. Cette tendance va néanmoins très certainement évoluer dans les années à venir. Certains établissements scolaires, formant à la maintenance des matériels de parcs et jardins, comptent actuellement quelques jeunes filles parmi leurs effectifs. Il est vraisemblable aussi que la population féminine prendra en charge des postes directement liés à la vente de matériels ou de pièces détachées comme cela commence à se pratiquer.

### 4 Évolution du chiffre d'affaires

En 2005, le chiffre d'affaires des entreprises de moins de 10 salariés a enregistré une augmentation non négligeable de près de 10 %. Les entreprises de 10 à 19 salariés ont également profité de cette croissance, observant une hausse de leur chiffre d'affaires d'environ 7 %. Seules les entreprises disposant d'un effectif supérieur semblent ne pas avoir connu une telle évolution. Elles enregistrent pour leur part une hausse de 3 % de leur chiffre d'affaires par rapport à l'année précédente. Ceci peut s'expliquer par la position de leader de ces entreprises : franchir un nouveau palier de développement pour ces grosses structures est toujours plus complexe tant leurs parts de marché sont déjà importantes.



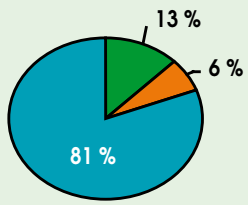
## 5 Effectif moyen par catégorie d'entreprises

Pour les entreprises de moins de 10 salariés, l'effectif moyen enregistré de 7 salariés est réparti comme suit: 44 % d'entre eux occupent un poste en atelier, 18 % en magasin, 20 % à la vente et 18 % à l'administratif. Nous retrouvons cette répartition pour les entreprises de 10 à 19 salariés. L'effectif moyen correspond à 11 salariés, dont 44 % travaillant en atelier, 14 % en magasin, 19 % à la vente, 12 % à l'administratif et 11 % à l'encadrement. Concernant les entreprises de plus de 20 salariés, l'effectif moyen de 29 salariés se répartit selon le même schéma: l'on comptabilise 42 % personnes employées en atelier, 20 % en magasin, 17 % à la vente, 16 % à l'administratif, et 5 % à l'encadrement.

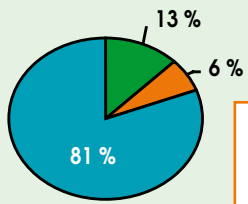
Pour les spécialistes, les techniciens travaillant en atelier représentent le poste le plus important en termes d'effectif, bien qu'ils ne réalisent que la plus faible part du chiffre d'affaires moyen du point de vente. Exemple: une entreprise de moins de 10 salariés, la plus représentative du marché, dont 41 % des effectifs travaillent en atelier ne réalise que 9,23 % de son chiffre d'affaires à l'atelier. A contrario, le poste embauchant le moins de salariés, à savoir la vente, réalise la part du chiffre d'affaires la plus importante. L'on peut donc en conclure qu'il devient nécessaire d'optimiser la gestion de cet ensemble, pour générer un chiffre d'affaires plus important (augmenter la facturation des heures travaillées) et rentabiliser chaque SAV. En effet puisque plus de 40 % de l'effectif lui est dédié, il est évident qu'il devrait enregistrer un chiffre d'affaire bien plus conséquent, et surtout supérieur aux 10 % actuels.

### Répartition du CA moyen par poste de travail

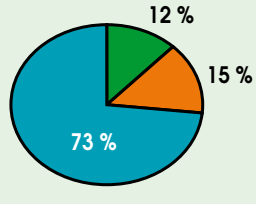
POUR LES ENTREPRISES DE MOINS DE 10 SALARIÉS



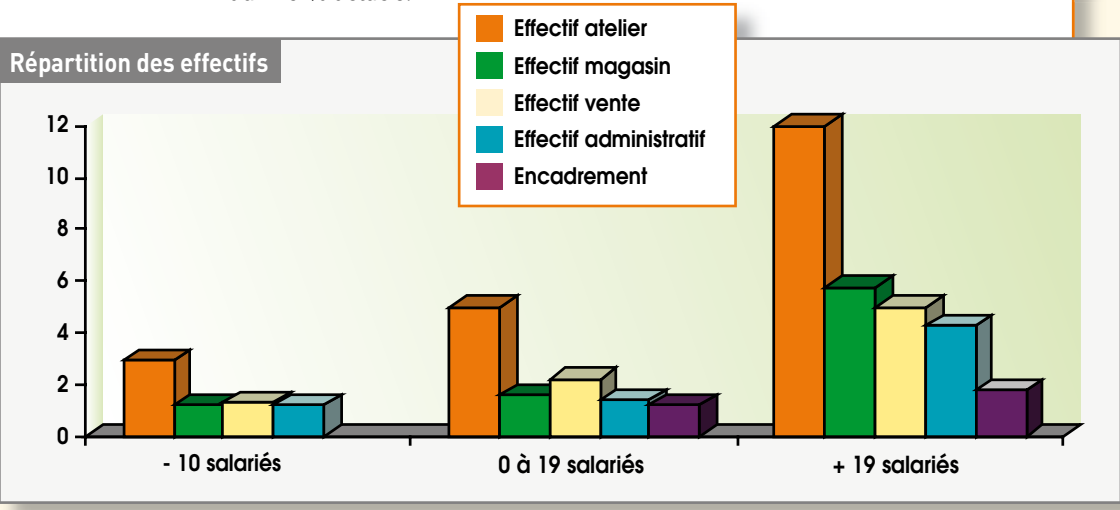
POUR LES ENTREPRISES DE 10 À 19 SALARIÉS



POUR LES ENTREPRISES DE PLUS DE 19 SALARIÉS



### Répartition des effectifs



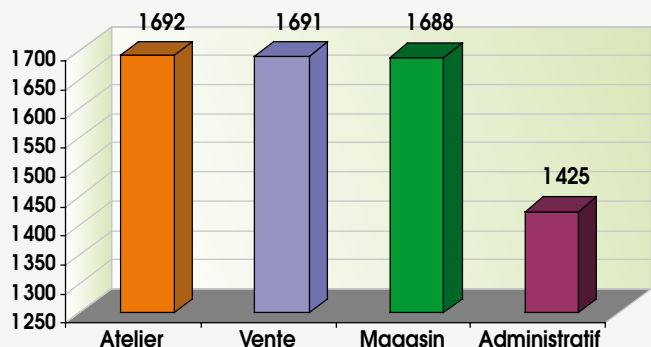
Plus de 70 % du chiffre d'affaires des entreprises sont réalisés par les équipes de vente.



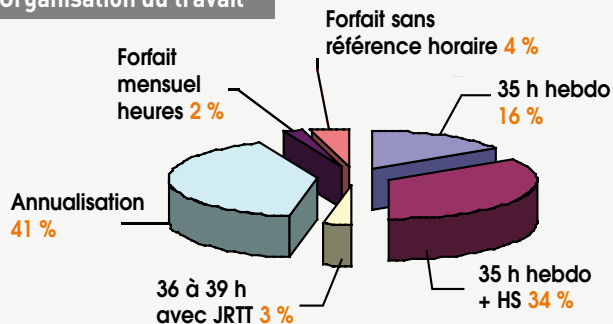
## 6 Un temps de travail organisé et bien réparti

Le temps de travail est réparti de façon égale entre les différents services. En effet, l'on se rend compte que la durée annuelle approximative du temps de travail est équivalente à 1 690 heures par an, soit près de 35 heures par semaine. Ces chiffres contrastent cependant avec la durée annuelle du temps de travail pour les postes administratifs, qui, rappelons-le, concerne plus de salariés à temps partiel. Ce temps de travail est organisé soit par annualisation, soit en concédant des RTT, soit par les 35 heures avec prise en charge des heures supplémentaires, soit par forfait. On constate que 34 % des entreprises embauchent leurs salariés 35 heures par semaine mais prennent en charge les heures supplémentaires et que 41 % des entreprises interrogées annualisent le temps de travail de leurs employés. Cela permet aux chefs d'entreprise d'écourter le temps de travail hebdomadaire de leurs salariés en période creuse et de leur demander de travailler davantage pendant la saison.

Durée moyenne du travail par services



Organisation du travail



## 7 Une activité extrêmement dépendante de l'environnement extérieur

L'effet de la canicule a généré une baisse générale du marché en 2003 : le chiffre d'affaires global a baissé de 0,6 % et les volumes de 1,8 %. Chez les spécialistes en matériels de parcs et jardins, cette baisse fut plus significative puisque certaines études ont montré une diminution de 3,6 % du chiffre d'affaires et de 4,5 % des volumes vendus. L'année 2004, qui a également subi les répercussions de la canicule 2003, est restée dépendante du retardement de la saison estivale. Des conditions climatiques difficiles se répètent ces dernières années et entraînent la stagnation voire la baisse des ventes dans certaines régions. Les problèmes de trésorerie, imputables aux stocks trop élevés surgissent alors dans les entreprises.

## 8 Un constat : il faut valoriser le SAV

En conclusion, cette étude nous permet une plus grande visibilité sur le fonctionnement des entreprises et sur leur mode de gestion. Le constat le plus marquant de cette analyse reste la disproportion existante entre l'effectif embauché au SAV et le chiffre d'affaires que ce service génère.

D'une certaine façon, cette information nous permet de justifier nos campagnes de communication dont l'objectif est de valoriser les services ainsi que la disponibilité d'un SAV, mais ce n'est pas suffisant. Cette préoccupation de rentabilité de SAV est en effet l'une des priorités du SMJ, étant le cœur de métier qui nous distingue de la concurrence. Il est en effet nécessaire de capitaliser sur ce service pour gagner en parts de marché et valoriser nos compétences auprès des consommateurs.

Le SMJ a donc pris l'initiative d'organiser une session de formation répondant à cet objectif les 23 et 24 janvier 2007 à Paris : « Le SAV : l'organiser et le valoriser ». C'est, aujourd'hui, grâce au SAV que les entreprises se démarquent de la concurrence. Il contribue également à la valorisation de leur image vis-à-vis des consommateurs et à l'optimisation de la croissance du magasin. Ce potentiel de croissance dépend du dynamisme du management. Il reste donc à s'investir pour pérenniser et générer du bénéfice avec le SAV.

### La certification comme élément de valorisation

Il existe un autre moyen de valorisation du service après-vente : une certification de service permettant de valoriser et faire reconnaître le professionnalisme du spécialiste. Cette certification devient peu à peu indispensable car elle permet une certaine traçabilité et transparence dans la maintenance des matériels, attestant de la qualité et de la fiabilité des services proposés en magasin.

Pour toute information relative à la certification de services, contacter SMJ Qualité au 0144 82 04 63.

## Formation

### « Le SAV : l'organiser et le valoriser »

Paris, les 23 et 24 janvier 2007

#### 1<sup>re</sup> journée : Placer le SAV dans la stratégie globale de l'entreprise

- Présentation du stage et des stagiaires.
- Rappels des différents domaines d'action stratégique.
- Définition d'une politique en matière de SAV : « Savoir où je vais et comment j'y conduis mes collaborateurs ».
- Analyse externe et interne de l'entreprise.
- Les points clés de la satisfaction client.
- Les facteurs de différenciation par rapport à la concurrence :
  - spécialisation, domination par les coûts, diversification,
  - développer l'offre du service : pourquoi et comment ?

#### 2<sup>e</sup> journée : Organiser, rentabiliser et promouvoir le SAV

- Mise en place d'actions spécifiques au SAV :
  - définition des moyens financiers et techniques,
  - méthodologie,
  - répartition dans le temps.
- Management : politique de motivation et de participation.
- Délégation et outils de gestion des imprévus.
- Contrôle de la performance :
  - tableaux de bord,
  - analyse de l'action communication,
  - analyse de l'action commerciale.
- Conclusion.
- Évaluation du stage.