

# Les élèves de prépas et la fonction commerciale

Comment les élèves qui vont passer les concours des grandes écoles de commerce envisagent la fonction commerciale et les métiers du commerce ?

Une enquête réalisée par EM Normandie, *Espace Prépas* et Normandie Junior Conseil

**Pour servir de base à un débat entre professionnels de la négociation, responsables académiques et étudiants de Grandes Écoles, lors du 25<sup>e</sup> concours de négociation, l'EM Normandie et le magazine Espace Prépas ont administré un questionnaire sur Internet aux élèves de prépas E & C (économiques & commerciales) qui vont prochainement passer les concours des Grandes Écoles de commerce et de management. L'objectif était de connaître leur perception des métiers et de la fonction commerciale, juste avant qu'ils entament leurs études.**

Le questionnaire comportait 15 questions dont 2/3 étaient fermées et 1/3 ouvertes. Aux questions spécifiques, les enquêteurs ont relevé deux critères supplémentaires en distinguant filles et garçons, d'une part, et la voie de la classe préparatoire (S – ES – Techno – Littéraire) qu'ils suivaient d'autre part. (Pour être précis, le fichier des élèves de prépas d'*Espace Prépas* comportant très peu d'élèves de Khâgne (voie littéraire), les chiffres les concernant sont non significatifs pour cette voie).

Une partie des questions concernait l'idée générale que se font les prépas des métiers de la fonction commerciale, des qualités professionnelles requises et de la carrière des professionnels qui s'engagent dans cette fonction. Une autre partie tentait de cerner la connaissance et l'appétit des prépas pour la fonction en elle-même et par rapport aux autres fonctions de l'entreprise (finance, marketing, ressources humaines...). Enfin, le questionnaire se terminait sur les secteurs dans lesquels les futurs diplômés aimeraient travailler.

## Panel et représentativité

Sur un total de plus de 3000 adresses mails (3026 dont 97 invalidées le jour de l'enquête), 290 élèves ont répondu, ce qui fait un retour de près de 10 % de la population des prépas dont nous possédions l'adresse.

61 % des répondants étaient des filles et 39 % des garçons. Les filles représentent normalement 55 % des effectifs de prépas. Il y a donc une légère surreprésentation féminine dans les répondants, ce qui est assez classique puisqu'elles se prêtent traditionnellement plus volontiers au jeu de l'enquête Internet.

La répartition par voie est également un peu irrégulière puisque les élèves de la voie ES et de la voie technologique ont d'avantage répondu que ceux de la voie S qui sont pourtant les plus nombreux en prépas.

On imagine que cela ferait déjà apparaître que les élèves les plus « matheux » se sentent un peu moins spontanément concernés par la fonction commerciale et n'ont pas répondu pour cette raison. Mais les élèves de voie S qui ont donné leur opinion semblent plus convaincus et plus motivés (48 %) par la fonction commerciale que les élèves des autres voies, en particulier ceux de la voie Eco (37 %).

## Les prépas se voient-ils en commercial ?

C'est une des surprises de l'enquête : la réponse est oui. Et assez massivement. 57 % des garçons et... 72 % des filles pensent qu'ils vont passer à un moment ou à un autre par une fonction commerciale dans leur carrière. Mieux, ils pensent à 33 % chez les garçons et à 50 % chez les filles que c'est une bonne façon d'accéder à une direction générale même s'ils accordent un bonus à l'ensemble des métiers du chiffre (70 % filles et garçons confondus).

Et pourtant, comme commercial, ils se voient payés dans la fourchette moyenne basse des salaires et se répartissent à 11 % au-dessous de 25000 euros, pour 46 % entre 25000 et 30000 euros, et pour 34 % entre 30000 et 35000 euros. Autrement dit, à 91 %, ils se voient gagner moins de 3000 euros par mois. Ce qui n'a l'air ni de les surprendre ni de les contrarier outre mesure puisque, comme on l'a vu, ils pensent majoritairement y passer une partie de leur carrière professionnelle.

Enfin, indépendamment de leur projection personnelle à venir, les prépas E&C pensent que les jeunes diplômés des Grandes Écoles vont à 36 % dans les métiers du marketing et de la vente (hors communication) et que 31 % vont dans les métiers de la finance (hors audit).

## Quelle idée se font-ils de la fonction commerciale en général ?

Là encore, les chiffres ne sont pas mauvais. Près de la moitié des élèves pensent que la fonction commerciale est valorisante (47 %) et qu'elle est cohérente avec leur projet professionnel et personnel (46 %).

De nouveau, ce sont les filles qui sont les plus enthousiastes.

Si on leur demande comment ils qualifieraient la fonction, ils la voient spontanément «utile», «nécessaire» et «essentielle», d'une part, «intéressante» et «stimulante» d'autre part. «Stimulante» car on en voit immédiatement l'objectif et les enjeux.

Au titre des résistances, ils sont finalement assez peu à la trouver «stressante» (14 %), «inadaptée à leur future carrière» (10 %) et encore moins «démodée» (6 %, avec la nuance qu'elle est peut-être plus valorisante dans les très grandes entreprises). Sporadiquement on voit apparaître des mots comme « individualiste » « paradoxale (intéressante et cynique en même temps) » ou même, une fois, « déprimante ».

On peut donc se dire que les élèves des classes préparatoires E & C ne se sont pas totalement trompés de voie en choisissant leurs études et qu'ils ont conscience de l'importance et de l'intérêt potentiel de la fonction commerciale.

## Ont-ils une connaissance des métiers spécifique du commerce ?

L'enquête révèle que les prépas E & C ont une vision assez sommaire de la palette des métiers proposés par la fonction commerciale. Peut-être est-ce dû au fait qu'ils ne sont que 42 % à avoir un proche qui travaille dans ce secteur. Ils ne citent spontanément que les fonctions génériques traditionnelles : représentant, chef des ventes, chef de produit, vendeur, directeur commercial... Mais ils ne font aucune citation spontanée de la fonction achat, du commerce international, de l'import-export, du commerce numérique, de la vente à distance...

Et ils sentent d'ailleurs que l'information ne leur est pas parvenue. Ils sont très nombreux à signaler qu'il n'y a rien concernant cette filière professionnelle dans les établissements scolaires, qu'ils n'ont pas assez de précisions concernant les parcours et les métiers et que les entreprises ne font pas assez valoir cette filière professionnelle. Certains, très minoritaires, signalent une image vieillissante de la fonction commerciale, ses contraintes et les difficultés à trouver un poste.

## Comment les prépas se représentent-ils les qualités du commercial ?

Le portrait des qualités du commercial selon les élèves de classes prépas est assez fortement dessiné : ils pensent à 90 % qu'il faut avoir un bon relationnel sur lequel se greffe l'ambition (53 %) et la persévérance (40 %). Si vous y rajoutez la mobilité (34 %) vous avez le socle des qualités fondamentales requises pour être un bon commercial selon les prépas.

Après, mais c'est moins nécessaire, il peut être utile d'être rusé (22 %), d'avoir l'esprit de compétition (19 %), d'être extraverti (11 %) et d'avoir du courage (9 %). On a gardé pour la fin qu'à peine un élève de prépa sur cinq (18 %) pense qu'il faut être cultivé pour réussir dans les métiers de la négociation. Ce qui n'empêche pas les prépas de penser à 71 % qu'ils auront une meilleure réussite avec leur Master en cinq ans dans les métiers du commerce que s'ils étaient passés par une filière courte, même spécifiquement commerciale.

## Comment s'imaginent-ils le métier de commercial au quotidien ?

À 91 %, les prépas E & C pensent que c'est un métier qui demande une grande disponibilité, et un contact terrain soutenu (87 %) ; il subit une forte pression concurrentielle (87 %) et il est utile pour bien débiter une carrière (72 %). Beaucoup pensent que la rémunération est bonne (70 %), que c'est un métier où l'on s'épanouit (62 %) et qu'il faut bien connaître et apprécier ce que l'on vend pour être efficace (50 %). Enfin, de façon minoritaire mais significative, viennent les défauts : c'est un travail peu compatible avec la vie de famille (44 %), la charge de travail est trop importante (42 %) et pas assez valorisant auprès des autres (39 %). On remarquera que les inconvénients du métier de commercial ne rentrent pas majoritairement dans sa définition spontanée.

## Dans quels secteurs d'activités les prépas pensent-ils travailler une fois diplômé ?

Les dernières questions concernaient l'attractivité des secteurs d'activité auprès des élèves de prépas E & C. C'est sans doute à cet endroit là qu'il y a le plus gros décrochage entre la réalité du marché du recrutement et les aspirations spontanées des élèves.

Les trois premiers secteurs cités sont des secteurs plutôt nouveaux et plutôt prestigieux : luxe (29 %), communication-média (26 %) et tourisme, hôtellerie, restauration (18 %). On peut ici dire que les prépas mettent « la belle vie » au premier rang de leur territoire de vie professionnelle.

Ensuite, viennent les métiers du service. Finance et audit d'abord (17 et 13 %), puis les biens de consommation (12 %) et l'énergie et l'environnement (12 %).

Ce deuxième groupe est suivi par les secteurs du transport, des télécommunications, de la distribution et de l'informatique qui attirent entre 5 et 10 % des élèves.

Enfin tous les secteurs de l'industrie que ce soit celle des biens d'équipement, du BTP, de la chimie/pharmacie ou de l'agroalimentaire ne dépassent pas 3 %.

Nous avons donc là, comme un entonnoir qui va de la "belle vie" à l'"usine" en passant par la finance, la consommation & l'environnement, puis les services. Une vision largement idyllique de l'économie et qui ne représente pas vraiment les besoins du marché du travail. Il y a donc un effort à faire de la part des industriels et du secteur intermédiaire pour convaincre les étudiants qui seront en École de commerce et de management de venir travailler chez eux.

### **Synthèse des résultats**

rédigée par **Bernard Cier**,

Rédacteur en chef du magazine *Espace Prépas*

(8 mars 2009)