

## "L'industrie du meuble vue par ses collaborateurs"

# 86,2% des intervenants attachés à leur secteur d'activité

C'est ce qui résulte d'une enquête menée par Intuitu Personae, cabinet de conseils en ressources humaines, fondé en 1989 par Patrick Ayache et spécialisé sur le secteur du meuble "au sens large". Les résultats sont réconfortants. La grande majorité des intervenants ne sont pas déçus par ce secteur et leur plus forte motivation au travail découle de la qualité des produits et des services proposés. En outre, 73,3% des participants se déclarent optimistes sur l'avenir du secteur.

### Pourquoi ont-ils choisi le secteur du meuble ?

Si c'est effectivement le hasard qui est le principal facteur de choix, celui-ci n'est que faiblement majoritaire (54,5%). La démarche volontaire des intéressés (le goût personnel, la formation choisie en connaissance de cause, l'analyse préalable du secteur) a été un facteur déterminant pour une très forte minorité de professionnels interrogés (41,4%).

### Étaient-ils attirés par d'autres secteurs et ont-ils été déçus ?

Pour un-tiers des participants, la réponse est négative. Et bien que 55% d'entre eux aient intégré ce secteur par le biais d'une opportunité, au total 82,5% n'ont pas été déçus du secteur.

### Sont-ils très attachés au secteur ?

Seulement 13,8% des participants ne le sont pas voire pas du tout et principalement ceux dont l'ancienneté dans le secteur est encore faible (10 à deux ans). La corrélation est également importante entre les participants qui déclarent un fort attachement et l'âge de ces derniers.

### Quelle image avaient-ils du secteur ?

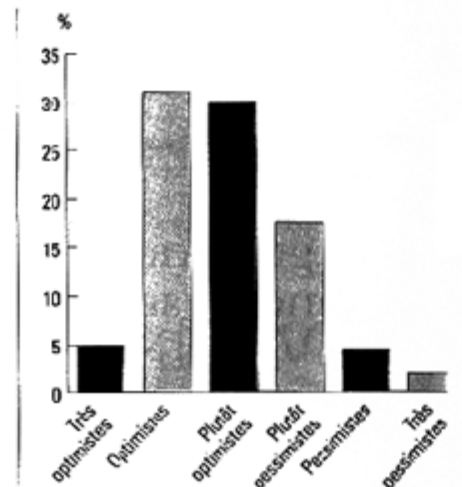
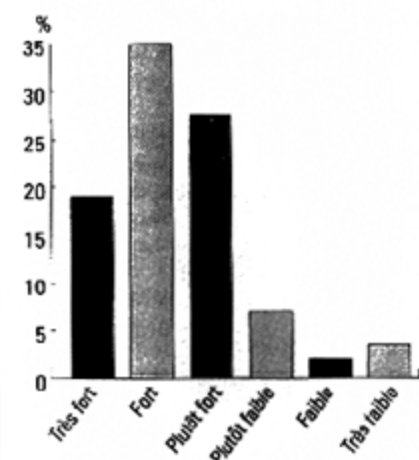
Un image positive et même très positive pour un quart des participants.

Cette image s'est néanmoins détériorée au fil du temps pour 37% d'entre eux. Elle est restée inchangée pour 27,5% et elle s'est améliorée pour 26,1%.

### Sont-ils optimistes pour l'avenir de la profession ?

L'image s'est dégradée mais il s'agit d'un constat sur le passé. Pour l'avenir en revanche, le vent d'optimisme qui souffle chez les cadres et le commerciaux est spectaculaire : 73,3% déclarent être optimistes pour l'avenir du meuble en général. Pour eux, le plus dur est passé, le bas niveau est atteint et l'activité ne peut être que meilleure.

### L'attachement au meuble...



### Comment inciter les éléments de valeur rejoindre la profession ?

- en améliorant l'image de la profession, tant côté des industriels que celui de la distribution

### Les préconisations

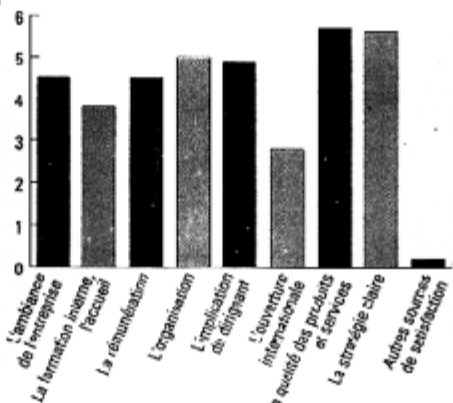


- en développant l'information au grand public;
- en adaptant l'enseignement professionnel et supérieur.

### Quelles sont leurs sources de motivation au travail ?

C'est la qualité des produits et des services proposés qui motivent le plus les participants. Il est tout aussi important que la stratégie du dirigeant soit claire. Il faut aussi, dans une moindre mesure, que son entreprise soit bien organisée et qu'il se sente impliqué. La rémunération ne vient qu'en cinquième position immédiatement suivie par l'ambiance de l'entreprise.

### Les motivations



\* L'enquête a été réalisée par Intuitu Personae courant 1997 auprès de 792 dirigeants, salariés cadres et commerciaux exerçant dans l'industrie du meuble française (fabricants de mobilier d'habitat, de bureau, de collectivités, d'atelier, etc).

## La clé de la rentabilité passe par la formation des forces de vente !

### Market : Quel était l'objectif de cette enquête ?

Patrick Ayache : L'objectif était de mieux connaître les besoins, les aspirations et les opinions des principaux intéressés d'un secteur professionnel attachant et qui constitue le premier secteur d'activité du Cabinet afin de contribuer à attirer des professionnels de valeur vers les métiers de l'ameublement.

### Market : Le secteur manquerait-il d'effectif qualifié ?

P.A. : Oui et non. Disons que l'ameublement est encore un des rares secteurs à recruter des gens qui n'ont pas toujours suivi d'études ou de formations structurées mais qui se révèlent par ailleurs, d'excellents éléments dans la pratique.

Market : Mais si nous voulons que le marché évolue, il faut bouger, c'est-à-dire contribuer à y intégrer des professionnels de formation ou tout au moins développer la formation interne, notamment au niveau de la distribution. La situation est un peu différente dans les industries qui recrutent déjà des ingénieurs, des ébénistes, etc.

Market : Il est évident que le meuble est un produit qui touche tout le monde. On en a tous besoin, on vit avec, on dort avec, etc. Mais le problème, c'est que le grand public est à ce jour incapable de faire la différence entre les diverses qualités des produits et encore moins entre les marques qu'ils ne connaissent tout simplement pas. Résultat, ils se concoctent un ratio qualitatif fondé sur quelques critères et qui se fait en général au détriment des meubles haut de gamme et par conséquent bien margés.

### Market : En quoi davantage de formation permettrait-elle d'inverser cette tendance ?

P.A. : Il faudrait que les vendeurs soient davantage formés pour être en mesure de monter les achats en gamme, qu'ils soient capables d'argumenter leurs ventes sur la qualité de fabrication, la qualité des essences, l'histoire d'un style ou d'une fonction, mais également sur les marques, d'autant que le grand public est tout à fait demandeur de ce type d'informations par rapport à un investissement, tout autant financier qu'affectif.

