

ÉTUDE SUR LES CONDITIONS D'UNE ATTRACTIVITÉ ET D'UNE FIDÉLISATION RÉUSSIES



Synthèse - Mars 2025

CONTEXTE DE RÉALISATION DE L'ÉTUDE

Cette étude a été réalisée dans le cadre de l'EDEC « Cycles » et bénéficie d'un cofinancement du Ministère en charge de l'emploi. Elle s'inscrit dans la réalisation d'action à visée prospective comprenant 4 études :

Axe 1 : « Impact des nouveaux usages et des nouvelles technologies sur les compétences et les métiers des entreprises du secteur commerce et réparation de cycles »

- Action 1 - Étude sur les pratiques et l'évolution des usages de la mobilité
- Action 2 - Création d'un socle statistique
- Action 3 - Etude sur les conditions d'une attractivité et d'une fidélisation réussies**
- Action 4 - Etude sur les évolutions technologiques dont focus sur le développement de l'hydrogène

Les objectifs de l'étude de l'Action 3 :

- Identifier les motivations des candidats
- Identifier les conditions d'une insertion durable dans le métier
- Définir les mesures à mettre en œuvre pour développer l'attractivité et la fidélisation des salariés

• Méthodologie d'étude

Les résultats suivants reposent sur :

- Une **enquête qualitative** (entretiens et focus groupes) auprès d'organismes de formation, d'entreprises et d'apprenants en formation à l'INCM,
- Un **questionnaire auprès d'apprenants** (en cours de formation ou sortis de formation) et d'entreprises
→ Soit un total de plus de 100 entreprises et plus de 400 stagiaires interrogés dans le cadre de cette étude.

LA MOTIVATION DES CANDIDATS

- **Des profils différents mais une passion pour le cycle qui demeure la source de motivation principale**

Qu'est-ce qui vous a le plus donné envie de vous intéresser aux métiers du cycle ?



Des motivations liées à l'**engagement écologique** plus importantes pour les apprentis sortis de formation (profil majoritaire de personnes en reconversion).

Les **perspectives professionnelles** ainsi que, dans une moindre mesure, la courte durée de la formation, sont également davantage plébiscitées par ce public.

• Peu de doutes exprimés quant au choix d'orientation

Apprenants sortis de formation

Est-ce qu'il y a des éléments qui vous ont fait douter de votre choix d'orientation ? (258 réponses)

Non : 83,3%

Oui : 16,7%

Apprenants en cours de formation

Est-ce qu'il y a des éléments qui vous ont fait douter de votre choix d'orientation ? (114 réponses)

Non : 79,8%

Oui : 20,2%

Plus de 80% des apprentis déclarent ne pas avoir douté de leur choix d'orientation. Parmi les 20% de stagiaires qui ont émis des doutes :

- **plus de la moitié évoquent la rémunération**
- **4 sur 10** évoquent la difficulté à trouver une entreprise
- Les **perspectives d'évolution** ont également été citées dans une moindre mesure.

LES CONDITIONS D'UNE INSERTION DURABLE

• Les principaux freins à l'emploi

Le secteur est globalement perçu comme attractif avec des opportunités d'avenir, malgré un marché de l'emploi plus tendu actuellement.

Les principaux freins en sortie de formation peuvent être :

- Le manque d'offre actuellement (conjoncturel)
- Le manque d'expérience et le sentiment d'avoir pour certains une formation qui devrait être complétée sur certaines technologies
 - Des formations plus longues avec des compléments (VAE, nouvelles technologies) font partie des axes d'amélioration perçus comme prioritaires.
- Les difficultés d'insertion des seniors et des femmes dans le secteur avec un questionnement également pour les plus jeunes (moins de 18 ans)

Les principaux freins en emploi sont :

- La rémunération et la possibilité de développer ses compétences et d'évoluer (perception d'un manque de perspectives d'évolution professionnelle)
- Le contenu du travail peut être interrogé avec parfois des envies de changement professionnel
- Les conditions matérielles ainsi que, plus à la marge, le management au sein de la structure et/ou l'articulation vie professionnelle/vie privée.

• Les difficultés de recrutement

Plus de la **moitié des entreprises** interrogées en entretien estiment qu'il est peu, voire **pas du tout, facile de recruter** aujourd'hui. Elles ne l'expliquent pas par un manque de candidature mais par la **difficulté à trouver un profil qui leur convienne** :

- du fait de la petite taille de leur structure qui requiert, selon elles, assez vite des professionnels ayant un niveau de compétence, de **polyvalence** et de **maturité** important, ce qui n'est pas forcément le cas en sortie de formation.
- par les **niveaux de compétences** préalables hétérogènes des candidats ou plus à la marge le sentiment d'une passion suffisante.

De leur côté, les professionnels perçoivent que le manque d'expérience est un frein à leur employabilité.

Ces éléments questionnent moins l'attractivité des métiers que l'adéquation des parcours de formation proposés aux besoins et l'intégration des professionnels dans les entreprises.

• Attractivité et fidélisation en entreprise : les points forts perçus

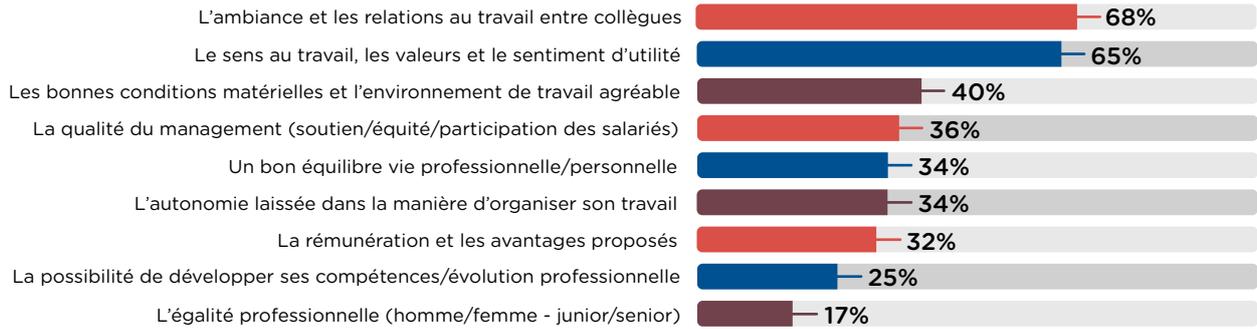
Les **points forts perçus** par les entreprises sont :

- l'ambiance, les relations au travail (68% des répondants)
- le sens au travail, les valeurs, le sentiment d'utilité (65% des répondants)

Ces éléments sont validés par les professionnels sortis de formation interrogés en entretien.

Il est important de rester attentif aux **valeurs des professionnels** motivés par l'**engagement écologique**, surtout face aux évolutions technologiques du secteur qui peuvent poser des questions.

Quels sont les éléments principaux qui peuvent attirer et fidéliser le plus selon vous des futurs professionnels dans votre entreprise ? (3 réponses maximum)

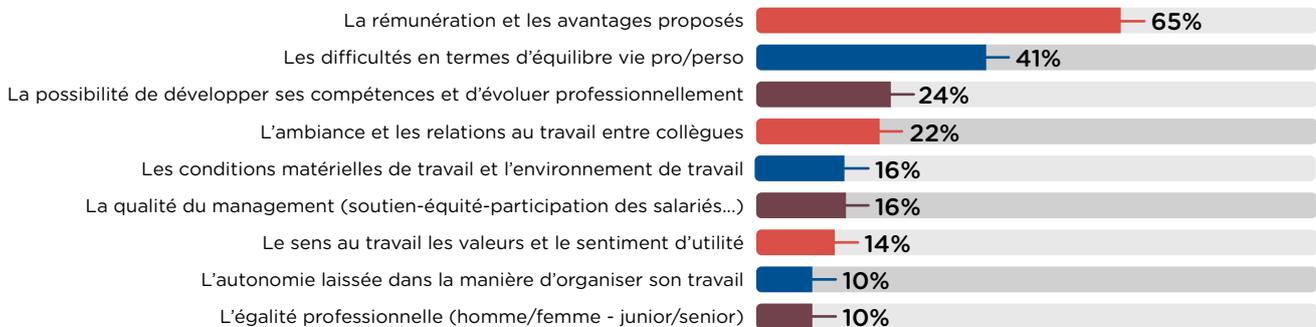


• Attractivité et fidélisation en entreprise : les freins perçus

Les **freins perçus** par les entreprises sont :

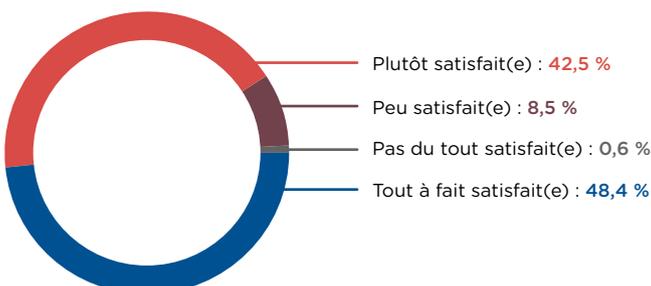
- la rémunération et les avantages associés (65% des répondants)
- les difficultés en termes d'articulation entre vie professionnelle et vie personnelle (41% des répondants)

Quels sont les éléments principaux qui freinent le plus l'attractivité et la fidélisation dans votre entreprise ?



• 91% des personnes en emploi dans le secteur sont "tout à fait" ou "plutôt satisfait(e)" de leur situation de travail actuelle

Aujourd'hui, êtes-vous satisfait(e) de votre situation de travail ? (153 réponses)



Les principaux axes d'amélioration (35 répondants) pointés sont :

- La rémunération (61,5% des répondants)
- Le manque de possibilités pour développer ses compétences et évoluer (21,8% des répondants)
- L'articulation vie privée/vie professionnelle (16,7% des répondants)
- Le management au sein de la structure (15,4% des répondants)

• Des leviers pour favoriser l'attractivité et la fidélisation

Pour les apprenants :

- Des formations plus longues (58,9% des répondants)
- De la sensibilisation du grand public sur la nécessité d'entretenir son vélo (50,8%)
- Plus de communication par le biais des clubs sportifs, lycées, collèges, acteurs de l'emploi (35,3%)
- Une plus grande égalité homme/femme
- Des appuis auprès des employeurs (29,5%) dans le secteur (34,5%)
- Plus de lisibilité dans l'offre de formation (24,4%)
- Un accompagnement renforcé des stagiaires à l'insertion professionnelle ou en difficulté dans leur parcours professionnel (23,6%)
- Des poursuites d'études (15,5%)

Pour les entreprises :

- Informer, communiquer pour attirer des profils adaptés dans les métiers du cycle et sensibiliser les usagers sur le besoin, professionnalisation dans l'entretien des vélos et sur les valeurs du vélo (moins une orientation produit que solution de mobilité, santé, partage...) pour 52,6% des entreprises
- Bénéficier de formations plus longues et spécialisées au regard des évolutions notamment technologiques (47,4%)
- Favoriser une plus grande égalité homme/femme dans le secteur (42,1%)
- Être davantage accompagné sur les aspects RH (process de recrutement, management d'équipe, développement des compétences des salariés...) voire dans la gestion/pilotage de leur entreprise (26,3%)

• Développer l'attractivité et la fidélisation dans le secteur

Développer des parcours de formation plus longs pour faire face aux évolutions

- Approfondir les éléments sur le VAE et les nouvelles technologies
- Développer des compétences transversales (méthodologiques...)
- Proposer des modules complémentaires en lien avec les évolutions ou les caractéristiques du public. Exemples de contenu :
 - Vélo Cargo / transport de marchandises / personnes
 - Systèmes de connectique et géolocalisation / data et RGPD
- Intégrer une sensibilisation sur les RPS et la QVCT auprès des apprenants et plus largement sur la RSE

Rendre accessibles les parcours

- Des passerelles plus facilitées et reconnues entre les certifications
- Ouvrir davantage les certifications en intégrant des parcours responsables d'atelier/de magasin/gérant d'entreprise spécialisés dans le cycle en formation initiale
- Intégrer la thématique de la prévention des risques professionnels et RPS ainsi que la promotion de la QVCT et le développement de la marque employeur
- Sans oublier les enjeux d'égalité professionnelle

Adapter le parcours de formation au niveau et profil de l'apprenant

- Améliorer l'accompagnement de l'apprenant, en prenant en compte leurs niveaux initiaux
- Renforcer les pédagogies actives en développant la formation des formateurs
- Accompagner à l'intégration professionnelle (passerelle à l'emploi)

Valoriser/diffuser la connaissance sur les métiers du cycle, la réalité des contextes d'exercice et les formations proposées

- En mobilisant :
 - Les lieux fréquentés par les amateurs de cycles (clubs sportifs, fédérations, vélocistes...)
 - Les acteurs emploi/formation
 - Les collèges, lycées généraux et technologiques
 - Des outils de communication grand public pour sensibiliser sur les valeurs du cycle (potentiel de mobilité, santé, partage...), l'entretien...
- En centralisant davantage l'information sur la réalité des métiers, les formations (exemple : portail internet dédié)

Adapter la communication aux profils

- Avec un point de vigilance concernant l'impact des évolutions technologiques sur les publics de la branche :
 - Un public en reconversion, pour qui ces évolutions entrent en dissonance avec ses valeurs, notamment écologiques...
 - Et des développements technologiques qui peuvent par ailleurs attirer un public plus technophile
- En lien avec les orientations stratégiques futures du secteur...

Sensibiliser sur la place des femmes ainsi que des seniors dans le secteur et auprès du grand public

- Des actions de communication et sensibilisation pour modifier progressivement les représentations sociales et les préjugés :
 - Auprès du grand public
 - Auprès des milieux sportifs
 - Auprès des employeurs et professionnels du secteur