

RAPPROCHEMENT DES  
BRANCHES  
AUDIOVISUEL, ELECTRONIQUE,  
EQUIPEMENT MENAGER ET  
AMEUBLEMENT

De réelles justifications...

# La loi « Travail » créé une obligation de résultat

en obligeant les partenaires sociaux gestionnaires d'une convention collective de branche à engager, dans les 3 mois qui suivent sa publication, des négociations en vue d'opérer des rapprochements permettant d'atteindre 200 branches au lieu de 800 dans un délai de cinq ans.

## DES REPERES CHIFFRES \*

- ▶ **Quelques « grosses branches » reconnues de facto par les pouvoirs publics :**
  - ▶ Les branches « millionnaires » : métallurgie (1, 5 millions de salariés), bâtiment, agriculture
  - ▶ Les branches dans une situation similaire avec un peu moins de salariés : transports (700 000 salariés), commerce de détail à prédominance alimentaire (601 000 salariés)...
- ▶ **De multiples « petites branches » de moins de 5 000 salariés d'ores et déjà concernées par la loi :**
  - ▶ Branche des tresses rigides élastiques (18 salariés) rattachée à l'industrie textile par voie de fusion...
- ▶ **Des « branches moyennes » de 30 000 à 100 000 salariés dans des secteurs d'activité très divers :**
  - ▶ Bricolage (70 658 salariés), commerce de détail non alimentaire (voyage, droguerie, couleurs et vernis/70 618 salariés)...

\* Source DARES

# La loi « Travail » créé une obligation de résultat

## **HYPOTHESE 1**

ON NE FAIT RIEN ou  
ON NE REUSSIT PAS

Rattachement administré à une  
CCN non précisée à date sans  
négociation préalable et aux  
conditions préexistantes dans  
la convention de rattachement

### **CONSEQUENCES :**

Absorption de notre CCN et  
disparition des organisations  
syndicales et patronales de  
notre branche.

## **HYPOTHESE 2**

ON AGIT et ON REUSSIT

Pas de rattachement imposé et  
poursuite de la vie  
conventionnelle de notre branche

### **CONSEQUENCES :**

Pérennisation des organisations syndicales  
et patronales et reconnaissance de la  
nouvelle convention commune comme  
convention de rattachement d'autres  
conventions.

# SIMILITUDES ET CONVERGENCES ECONOMIQUES

- ❖ Des produits à destination de la maison
- ❖ Une mixité croissante
- ❖ Des besoins d'emplois similaires
- ❖ Des types de magasins semblables

# DES PRODUITS COMPLEMENTAIRES A DESTINATION DE LA MAISON

## DES COMPORTEMENTS ET DES ATTENTES CONVERGENTES DES CONSOmmATEURS D'ELECTROMENAGER ET D'AMEUBLEMENT

Projets d'aménagement globaux incluant les 2 familles de produits

- ▶ Salon + téléviseur
- ▶ Cuisine + électroménager

## DES ATTENTES ET DES HABITUDES D'ACHAT SIMILAIRES DES CONSOmmATEURS

- ▶ Des biens à faible fréquence d'achat et longue durée de vie (meuble 15 ans en moyenne/électroménager 8 ans en moyenne)
- ▶ Des budgets moyens plus proches des biens d'équipement que des biens de consommation courante
- ▶ Recours au crédit à la consommation plus élevé que pour les biens de consommation

# Une mixité croissante DES CIRCUITS DE DISTRIBUTION

## DANS LES CIRCUITS DE DISTRIBUTION TRADITIONNELS

- ▶ BUT/CONFORAMA/IKEA/SCHMIDT/MOBALPA... : ameublement et électroménager.
- ▶ PRO&CIE/PULSAT... : rayon literie.
- ▶ DARTY/BOULANGER... : meubles de cuisine et literie

## UNE OFFRE MIXTE ELECTRO/AMEUBLEMENT DES SITES DE VENTE EN LIGNE

Avec ce constat que la vente à distance et la vente en magasins sont plus complémentaires que substituables.

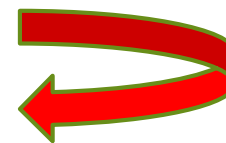
## UNE DISTRIBUTION SPECIALISEE SUR LES 2 MARCHES

- ▶ Electro : 75 %
- ▶ Meuble : 87 %

# Deux secteurs aux besoins d'emplois qualifiés similaires

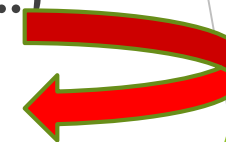
- ▶ Des produits à fort besoin de conseil lors de la vente compte tenu de leur valeur nominale et de leur technicité

**des vendeurs conseillers**



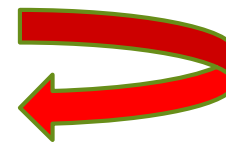
- ▶ Des produits exigeant une logistique client importante (livraison...)

**des emplois logistiques**



- ▶ Des produits exigeant des besoins importants de montage/réglage/réparation/garantie

**des emplois techniques**



**Des masses salariales identiques dans les comptes d'exploitation :  
14 à 20 % du CA**

# DES TYPES DE MAGASINS SEMBLABLES

## Dans les 2 secteurs : distribution spécialisée et distribution traditionnelle

### AUDIO-ELECTROMENAGER

- ▶ Des grandes surfaces spécialisées (GSS) succursalistes : FNAC, DARTY, BOULANGER.. qui commercialisent un plus grand nombre de produits et qui offrent certains services annexes (parkings etc.)
- ▶ Des commerces de proximité (indépendants, franchisés, commerce associé) : PRO&CIE, CONNEXION, PULSAT avec des gammes de produits moins étendues.

### AMEUBLEMENT

- ▶ Des grandes surfaces spécialisées (GSS) succursalistes : IKEA, BUT, ALINEA CONFORAMA...qui commercialisent un plus grand nombre de produits et qui offrent certains services annexes (parkings etc.)
- ▶ Des commerces de proximité (indépendants, franchisés, commerce associé) : GRAND LITIER, CUISINES SCHMIDT, MONSIEUR MEUBLE...avec des gammes de produits moins étendues.



# DONNEES ECONOMIQUES ET SOCIALES PAR SECTEUR

- ❖ Chiffres clés
- ❖ Structure des emplois
- ❖ Typologie des emplois
- ❖ Formation professionnelle

# Les chiffres clés similaires

## AUDIO-ELECTROMENAGER

Entreprises  
employant au  
moins 1 salarié

6 653

9 877

établissements  
employant au  
moins 1 salarié

Salariés

67 618



## AMEUBLEMENT

Entreprises  
employant au  
moins 1 salarié

7 570

8 200

établissements  
employant au  
moins 1 salarié

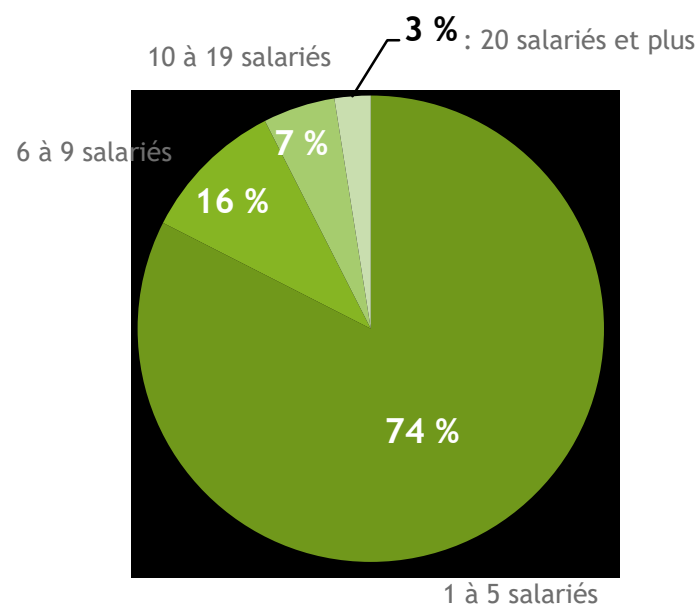
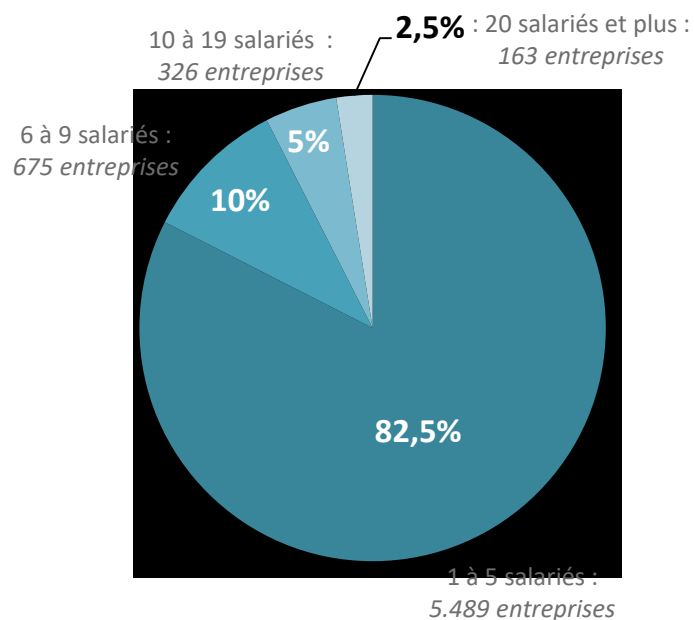
Salariés

57 130



# UNE PRESENCE NETTEMENT DOMINANTE DES TPE/PME

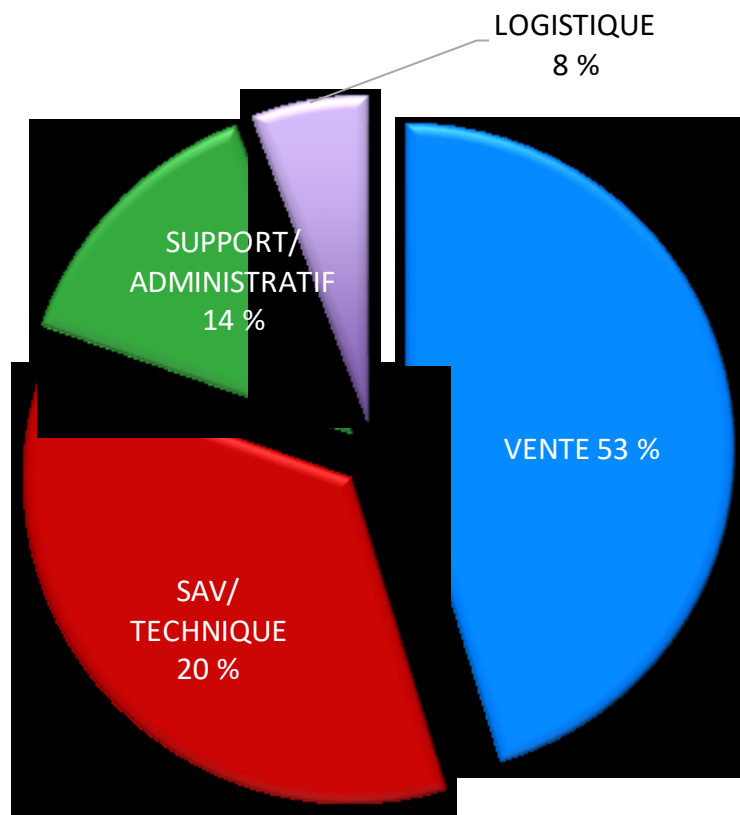
AUDIO-ELECTROMENAGER 92 % des entreprises / AMEUBLEMENT 90 % des entreprises



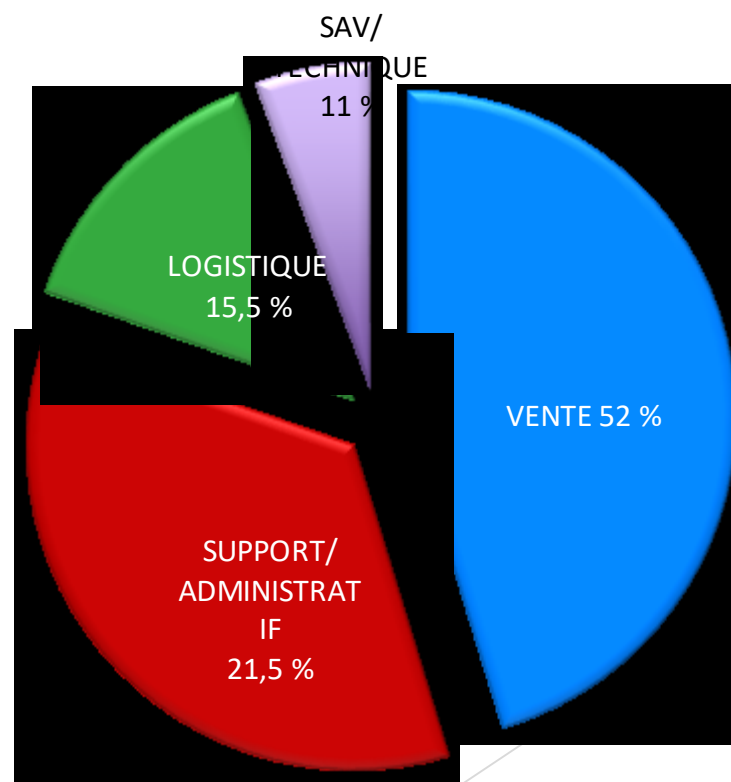
# Une convergence des types d'emplois par fonction

Structure des effectifs par secteur

AUDIO-ELECTROMENAGER



AMEUBLEMENT



# Des types de contrats et une durée de temps similaires

Nature des contrats/Durée du travail

Secteur	CDI	CDD hors apprentis et alternance	Temps complet	Temps partiel
Audio- Electroménager	89 %	11 %	84 %	16 %
Ameublement	92,5 %	7,5 %	86,5 %	14,5 %

# Une répartition des catégories socio-professionnelles identique

Secteur	Employés	Agents de maîtrise	Cadres
Audio-électroménager	80 %	7,5 %	12,5 %
Ameublement	82 %	5,5 %	12,5 %

Dans les 2 secteurs, une ancienneté et un âge moyen identique :

- ancienneté moyenne : 10 ans
- âge moyen : 39 ans

# Des efforts de formation importants dans les 2 secteurs et un OPCA identique

	AUDIO-ELECTROMENAGER Collecte 2015		AMEUBLEMENT Collecte 2015	
	Plan < 10	Professionalisation	Plan <10	Professionalisation
<b>Entreprises cotisantes</b>	3.602	3.906	5.052	5.507
<b>Capacité de financement</b>	1,396 M €	5,213 M€	2,877 M €	4,480 M €
<b>Dépenses</b>	0,906 M €	6,115 M€	2,329 M€	4,596 M€
<b>Nombre de stagiaires</b>	2.066	1.787	3.356	1.009
<b>Heures de formation</b>	24.699	869.264	101.586	440.628
<b>Durée moyenne de formation</b>	12h	Contrats pro : 764h Période de pro : 119h	30h	Contrats pro : 662h Période de pro : 132h