

IMPORT-EXPORT

COMMERCIAL – Etude de GPEC

CONTEXTE

Le métier de **commercial** est un métier central dans les entreprises de la branche Import-Export et Commerce international. Métier central dans les entreprises de la branche, la fonction commerciale constitue un levier direct de développement de l'activité, de fidélisation des clients et d'adaptation aux évolutions économiques, réglementaires et technologiques.

Il recouvre une **diversité d'intitulés de postes** (commerciaux sédentaires ou itinérants, technico-commerciaux, ingénieurs commerciaux, responsables commerciaux, grands comptes...), **reflétant la variété des organisations et des marchés**.

Face aux tensions de recrutement, à l'évolution des attentes clients, à la complexification des produits et équipements proposés, à la montée en puissance des outils numériques et de l'Intelligence Artificielle, les acteurs de la branche ont engagé une démarche de Gestion Prévisionnelle des Emplois et des Compétences (GPEC) afin d'anticiper les évolutions du métier et d'adapter les compétences des commerciaux.

BRANCHE DE L'IMPORT-EXPORT

La branche de l'import-export et du commerce international se caractérise par une forme de Commerce. Elle regroupe toutes les opérations à caractère habituel et principal de vente et de commercialisation, distribution et solution en France de produits importés ou exportés et de services vers ou depuis le territoire français relèvent du champ d'application de l'import-export, et ce, quelque soit le mode de distribution en France.

📍 DONNÉES CLÉS

En 2025



13 500

commerciaux dans la branche
de l'Import Export



28%

Part des commerciaux dans les effectifs salariés
de la branche



Plus de 6 300

Besoins de recrutements prévisionnels dans les
5 prochaines années

COMMERCIAL – Etude de GPEC

Un profil incontournable au sein de la branche

On compte **13 000 à 14 000** commerciaux dans la branche Import-Export et commerce International, soit près d'1/3 de ses effectifs salariés.

Des effectifs commerciaux concentrés dans les grandes entreprises, mais incontournables en TPE

Poids des commerciaux par taille d'effectifs

Taille des établissements (effectifs)	Part moyenne de commerciaux	Répartition des commerciaux
<10 salariés	61 %	12 %
10 à 49 salariés	37 %	19 %
50 salariés et plus	24 %	70 %

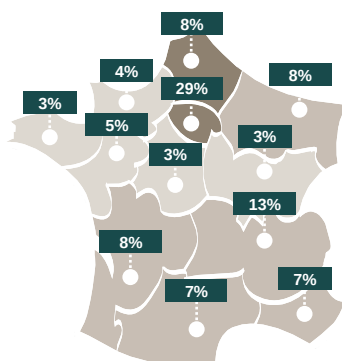
Si les commerciaux sont présents dans toutes les tailles d'entreprises, celles de 50 salariés et plus constituent les principaux employeurs : elles concentrent 70 % des commerciaux du secteur, malgré un poids relatif plus faible (les commerciaux représentant 24 % des effectifs)

Des commerciaux répartis sur le territoire national

Répartition des commerciaux de la branche par région de résidence

66% des commerciaux sont localisés dans cinq régions, dont 29 % en Île-de-France et 13 % en Auvergne-Rhône-Alpes.

Cette répartition sur le territoire est légèrement plus homogène que celle des effectifs salariés totaux de la branche, les commerciaux étant plus répartis sur l'ensemble du territoire.



Un métier exercé encore en majorité en itinérance

- **Près d'un commercial sur deux** exerce en itinérance, l'autre moitié opérant sur site ou à distance.
- Des modes d'exercice différenciés selon les segments, la sédentarité prévalant dans l'agroalimentaire et les emballages, et l'itinérance dans les filières de biens et équipements techniques.

Une forte représentation des profils cadres et en CDI

Près de ¾ des salariés commerciaux de la branche import-export ont un statut de cadres (72 %), une proportion près de 2 fois plus élevée qu'à l'échelle de l'ensemble des salariés de la branche.

À l'image des salariés de la branche, une majorité des commerciaux en CDI (85 %), part encore plus importante pour les cadres (97 %)

Une forte présence des hommes parmi les commerciaux



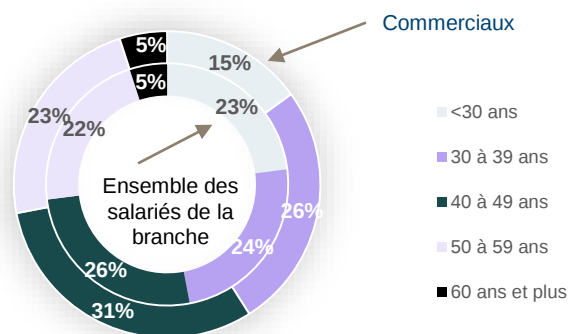
32% des commerciaux sont des femmes (elles représentent 43% des effectifs de la branche)



68% des commerciaux sont des hommes (pour 57% des effectifs de la branche)

Des commerciaux plus âgés et expérimentés, mais un renouvellement des effectifs assurés

Répartition par âge des commerciaux et de l'ensemble de la branche



La répartition des salariés selon l'âge montre une part élevée de commerciaux en particulier dans la tranche 40-49 ans. Cela est lié en particulier à l'expérience des commerciaux, 50 % d'entre eux sont en poste depuis 7 ans ou plus.

Toutefois la **stabilité du nombre de salariés de plus de 50 ans** et la progression des classes d'âge intermédiaires indiquent que le **renouvellement des effectifs est globalement réalisé régulièrement**.

Des difficultés de recrutements importantes

- **62% des entreprises** estiment que recruter des commerciaux est difficile ou très difficile
- Un turnover modéré (**≈ 7% / an**), et surtout marqué concentré dans les TPE
- Les départs sont principalement liés aux **démissions** et aux **retraites**

Près de deux tiers des entreprises font face à des difficultés de recrutement

Principaux motifs de tension

Profil inadéquats au besoins	49%
Peu de candidats	31%
Niveau de salaire demandé supérieur aux pratiques	26%
Conditions d'emploi proposées ne conviennent pas	6%
Concurrence d'autres secteurs	6%

Une inadéquation entre les profils de candidats et les besoins des entreprises

49% des répondants jugent les profils trop généralistes au regard des compétences techniques et de l'expérience attendues.

Les commerciaux en 2030 : principaux facteurs d'évolution

Multiplication des canaux de vente

- Développement de la vente à distance et des échanges dématérialisés (visioconférences, e-commerce B2B)
- Coexistence accrue entre présence terrain et relation commerciale à distance
- Volonté, dans certains secteurs, de développer la vente à distance afin de limiter le nombre d'intermédiaires dans la chaîne de valeur

Compétences et connaissances à renforcer :

- Techniques de vente dans un contexte d'échanges omnicanaux
- Capacité à adapter les argumentaires selon les canaux et les interlocuteurs
- Maîtrise des outils de communication digitale

Complexification progressive des offres

- Montée en technicité des produits et services commercialisés
- Développement de solutions plus personnalisées et intégrant des contraintes réglementaires et environnementales
- Émergence de nouvelles offres, notamment liées au reconditionnement et aux pratiques durables

Compétences et connaissances à renforcer :

- Compréhension technique des produits et des marchés
- Connaissance des réglementations applicables et des enjeux environnementaux
- Capacité à articuler dimensions techniques, réglementaires et commerciales dans l'offre

Changement de posture commerciale

- Évolution vers une relation commerciale davantage centrée sur l'expérience client / utilisateur
- Renforcement du rôle de conseil et d'accompagnement dans des contextes de décision plus complexes
- Attentes accrues en matière de personnalisation des solutions proposées

Compétences et connaissances à renforcer :

- Capacité d'analyse des besoins clients
- Compétences en conseil et en négociation à forte valeur ajoutée
- Qualités relationnelles et posture d'accompagnement dans la durée

Structuration accrue du pilotage commercial et outillage numérique

- Déploiement de CRM plus avancés et généralisation du reporting
- Pilotage plus structuré et collectif des portefeuilles clients (partage d'information, transparence sur l'activité)
- Evolution des outils mis à disposition des commerciaux (IA)

Compétences et connaissances à renforcer :

- Maîtrise des outils CRM
- Compétences en analyse et exploitation des données commerciales
- Capacité à utiliser l'IA pour personnaliser les offres et optimiser la relation client

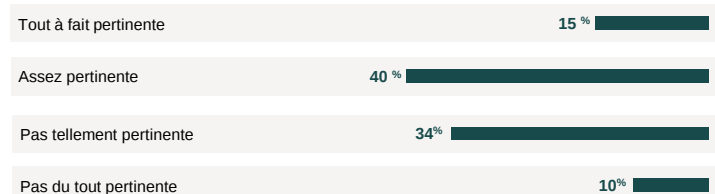
Adéquations des formations initiales

De nombreuses formations dédiées aux carrières commerciales

- Une offre de formation initiale importante et répartie sur l'ensemble du territoire national.
- Une offre de formation initiale conduisant aux métiers commerciaux importantes en niveau bac+2 et bac+3, correspondant au profil régulièrement recherché par les entreprises de la branche
- Les écoles de commerce forment chaque année un volume significatif de diplômés commerciaux, principalement de niveau bac +5, dont une partie débute sa carrière sur des fonctions commerciales avant de se spécialiser.

Pertinence qualitative de l'offre mitigée

Pertinence de l'offre de formation initiale



- **45 % des entreprises** juge l'offre de formation **insuffisamment pertinente** au regard de leurs besoins
- Principal décalage perçu : des profils commerciaux insuffisamment techniques au regard de la complexification des solutions vendues.

Niveau	Dispositif	Formation	Nb d'établissements	Effectif
5 (bac + 2)	BTS	Conseil et commercialisation de solutions techniques	113	1 361
	BTS	Management commercial opérationnel	350	7 321
	BTS	Négociation et digitalisation de la relation client	252	5 696
	BTS	Commerce international	160	4 125
		Total		18 503

Niveau	Dispositif	Formation	Nb d'établissements	Effectif
6 (bac + 3)	BUT	Techniques de commercialisation		9 055
	Licence pro	Métiers du commerce international	26	~650
		Total		9 705

On peut ajouter à ces effectifs les sortants de formation d'écoles de commerces qui sont 245 000 formés en 2023 dans 374 écoles. Les sortants de formation commencent régulièrement leur carrière comme commerciaux bien qu'ils ne soient pas en priorité ciblés par les entreprises.

Besoin de recrutement

D'ici 2030, il est prévu que **6 300 recrutements** de commerciaux soient recrutés dans le secteur de l'Import-Export soit environ **1 050 recrutements par an**.

Des besoins principalement liés :

- aux **départs à la retraite** (environ 1 400 entre 2024 et 2030)
- au **turnover hors retraites** (environ 3 900 départs sur la période)
- à une **légère croissance des effectifs**, concentrée dans certains secteurs et tailles d'entreprises.

Les profils prioritairement ciblés :

- **Expérimentés** : 65 % des entreprises recherchent des commerciaux disposant d'au moins **3 ans d'expérience**
- **Spécialisés** : disposant d'une compréhension technique des produits et des marchés, plutôt que des profils commerciaux généralistes
- **Titulaire d'un bac+3** :
 - Des niveaux de formation majoritairement situés à **bac +2 / bac +3**, correspondant aux attendus opérationnels du métier
 - Une ouverture encore limitée aux **jeunes diplômés et à l'alternance**, avec moins d'une entreprise sur deux déclarant y recourir pour le recrutement ou le renouvellement des effectifs.

La technicité progresse vite ; si le commercial ne suit pas, il perd immédiatement en crédibilité auprès des clients..

Equipements de chauffage/climatisation

Tendances qui vont se renforcer

Principaux besoins en compétences pour les commerciaux

Capacité à utiliser l'IA pour personnaliser les offres	66 %
Compétences en analyse de données	49 %
Connaissance des réglementations environnementales	48 %
Maîtrise des outils de communication digitale	47 %
Maîtrise des outils CRM avancés	44 %
Techniques de vente omnicanale	44 %

Les besoins exprimés s'inscrivent dans trois dynamiques complémentaires :

- **l'intégration des pratiques durables**, avec une prise en compte croissante des enjeux environnementaux dans l'argumentaire commercial ;
- **la transition économique**, qui renforce les attentes en matière de vente omnicanale, de conseil et de personnalisation ;
- **la transition numérique et l'IA**, moteur central de l'évolution du métier, structurant l'usage des CRM, de la donnée et de l'IA au service de la relation client.

Le vrai sujet pour nous dans les années à venir, afin de nous démarquer de la concurrence, sera la capacité à aller d'une vente de produit « simple » vers la vente d'une expérience client.

Equipements d'entretien d'espaces verts

Pistes d'action

► Attirer des commerciaux et en particulier des profils de technico-commerciaux

Des formations communes et des mobilités envisageables entre le métier de technicien SAV et celui de technico-commercial plaident pour une approche coordonnée des métiers et des actions d'attractivité : communiquer sur les mobilités vers les métiers de commerciaux dans les actions d'attractivité auprès des jeunes dans les formations ciblées pour le métier de technicien SAV.

► Veiller à l'évolution des compétences des commerciaux :

Les entreprises réalisent régulièrement des formations qui répondent aux enjeux d'évolution des produits distribués, d'intégration plus forte d'outils digitaux... Le changement concernant la posture commerciale constituée est profond et nécessite une évolution des référentiels.

- Agir sur les référentiels de formations initiales conduisant aux métiers de commercial B to B pour les compléter par un module « du commercial au conseiller : adopter une posture centrée client en B to B » ,
- Etudier la faisabilité d'une formation courte ciblée « du commercial au conseiller » qui serait disponible sur Click&Form de l'Opcommerce.

SOURCES ET METHODOLOGIE

Etude menée par le cabinet Katalyse et pilotée par l'Observatoire prospectif du commerce de mai à décembre 2025.
136 entreprises ont répondu à une enquête en ligne.

L'OBSERVATOIRE PROSPECTIF DU COMMERCE A POUR MISSION :

 de réaliser un état des lieux quantitatif des emplois, des qualifications et de la formation.

 de contribuer à adapter l'offre de formation et à faire évoluer l'offre de certification.

 d'assurer une veille sur l'évolution des métiers, des qualifications et détecter les métiers en tension ou émergents.

Retrouvez toutes les publications de l'observatoire sur
www.lopcommerce.com/BranchelObservatoireProspectifDuCommerce

Directeur de la publication : Philippe Huguenin-Génie

Directeur de rédaction : Edine Gassert

Rédaction : Cécile Collot, Yves Brionne et Clara du Granrut du cabinet Katalyse – Nadège Dutouya