

REMARQUES & COMMENTAIRES

Ce ROFA 2007, sur les réalisations de l'exercice 2006, constitue la première enquête menée par l'Observatoire en ce qui concerne le recueil statistique des données relatives à la formation des salariés de l'assurance.

Les populations formées
Les orientations de formation
Zoom sur... la famille Commercial

Méthodologie

Taux de réponse
à l'enquête

88,2%

Ce rapport sur la formation professionnelle est élaboré à partir d'un recueil des données formation complété par les entreprises de la profession, mais aussi par le croisement de ces données avec la base du ROMA.

La sélection des différentes variables à recueillir a été effectuée en amont par un groupe de travail RH élargi, représentatif des sociétés et mutuelles d'assurances.

En mars 2007, les entreprises ont reçu l'enquête ainsi constituée et ont adressé leurs données à l'Observatoire dans les mois suivants.

Le taux de réponse de la part des entreprises adhérentes de la FFSA et du GEMA, pour ce premier rapport sur la formation professionnelle, est d'ores et déjà remarquable, et souligne tout l'intérêt que les entreprises portent à la formation professionnelle et leur attachement à l'accord de branche du 14 octobre 2004.

Ces entreprises totalisent au 31/12/2006, 122 989 salariés. Comparé au volume global des effectifs recensés dans le cadre du ROMA (139 297), cela représente un taux de réponse de 88,2%.

L'analyse proposée dans le cadre de ce rapport est organisée autour des axes suivants :

- une vue d'ensemble des chiffres et indicateurs de la formation, déclinés en fin de document par famille de métier, selon la même logique que le ROMA,
- des remarques et commentaires portant sur :
 - les populations formées, avec une déclinaison par famille de métiers et critère socioprofessionnel,
 - les orientations en terme de domaines d'action et d'utilisation des différents dispositifs de formation
 - un zoom sur la famille Commercial.

Quelques éléments méthodologiques doivent être précisés :

Les salariés formés correspondent à des personnes et non à des stagiaires. Ainsi, lorsque sont évoquées les durées moyennes de formation par exemple, il s'agit bien de la durée moyenne de formation par personne au cours de l'année 2006 et non d'une durée de stage.

L'étude tient compte de toutes les formations déclarées par les entreprises, sans limitation aux critères d'éligibilité fiscale, dans une volonté de pragmatisme et afin de mieux prendre en compte la réalité de l'ensemble des démarches de professionnalisation.

De même, les commentaires relatifs à la famille Commercial ne s'appuient pas sur les sous-familles telles que déterminées par le ROMA, mais sur les profils types de commerciaux dégagés dans le cadre de l'étude sur les métiers commerciaux réalisée par l'Observatoire en octobre 2007.

Les premiers éléments de retour de l'année 2006 donnent une vision globale mais statique de la formation. Les résultats de cette enquête, développés et approfondis au cours des années à venir, permettront progressivement une mise en perspective dynamique de la formation.

Les populations formées

Données globales

Au 31/12/2006, les entreprises ayant répondu à l'enquête totalisent un effectif de 122 989 salariés. Au cours de l'année 2006, 91 439 d'entre eux ont suivi une ou plusieurs formations. Ainsi, le taux d'accès des salariés à la formation s'élève à 74,3%.

Cet indicateur sera décliné dans les chapitres suivants par critère socioprofessionnel, mais une première approche par durée de formation permet de lui donner une dimension plus qualitative.

En effet, l'analyse croisée du nombre de personnes formées et du nombre d'heures de formation réalisées fournit les indications suivantes :

- la durée moyenne de formation au sein de la profession est de 44 heures,
- la médiane se positionne à 23 heures : 50% des salariés formés ont bénéficié de moins de 23 heures de formation au cours de l'année 2006 ; 50% ont reçu plus de 23 heures de formation.

La ventilation par quartile apporte les précisions suivantes :

- 25% des salariés formés ont bénéficié d'une formation inférieure ou égale à 13 heures,
- 25% des salariés formés ont bénéficié d'une formation entre 13 heures et 23 heures,
- 25% des salariés formés ont bénéficié d'une formation entre 23 heures et 44 heures,
- 25% des salariés formés ont bénéficié d'une formation supérieure à 44 heures.

Ainsi, 25% des salariés ont bénéficié d'une formation égale ou supérieure à la moyenne.

Les entreprises font le choix d'une large participation des salariés à la formation et investissent plutôt dans des formations courtes, 2 à 3 jours, avec probablement des objectifs très ciblés.

Néanmoins, il convient de noter que les données relatives aux formations en alternance, notamment en apprentissage, ne sont pas prises en compte ici. Ces formations, longues, auraient un impact certain sur les durées de formation et créeraient de fait un artéfact dans l'analyse de la formation professionnelle continue.

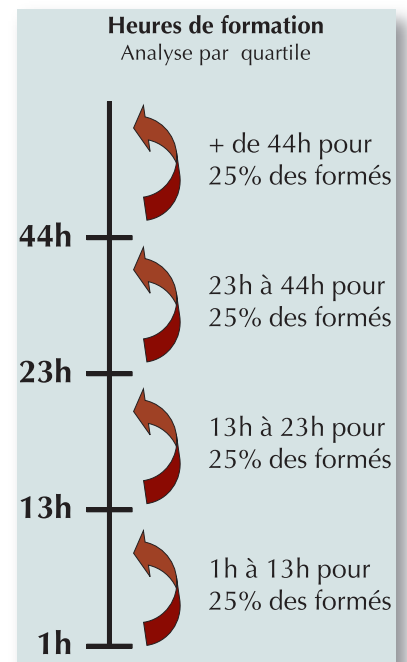
Enfin, notons que la profession se situe en tout état de cause dans des ordres de grandeur largement supérieurs à ceux constatés à l'interprofessionnel qui affiche un taux d'accès de 39% et une durée moyenne de formation de 31 heures (*source CEREQ 2004, dernières données disponibles*).

Taux d'accès global

74,3%

Durée moyenne de formation

44 heures



1 – Analyse de la formation par famille de métiers

Le graphe ci-dessous positionne les familles de métier au regard de deux éléments : les taux d'accès et les durées moyennes de formation. Les axes du taux d'accès et de la durée moyenne se coupent en leurs moyennes respectives (74,3% et 44h).

A	Conception et Adaptation de Produits
B	Contrôle Technique et Prévention
C	Gestion des Contrats
D	Commercial
E	Comptabilité
F	Réassurance
G	Administration
H	Secrétariat et Assistanat
I	Communication
J	Gestion des Actifs
K	Informatique et Télécommunications
L	Etudes et Conseil
M	Gestion et Organisation
N	Logistique
P	Ressources Humaines
R	Direction



Quatre groupes se distinguent :

- (1) La famille Commercial

Elle bénéficie du taux d'accès le plus élevé : 88% et de la durée moyenne de formation la plus longue : 58 heures.

Cette famille de métier étant, de plus, la plus importante en volume, elle est largement représentée en formation : 40% des formés proviennent de cette famille, ils consomment 53% du total des heures de formation.

• (2) **Les familles Gestion de Contrats, Informatique et Télécommunications, Ressources Humaines, Conception et Adaptation de Produits, Gestion et Organisation et Réassurance**

Ces familles de métiers ont des taux d'accès proches de la moyenne, voire supérieurs, et des durées moyennes proches mais néanmoins inférieures à la moyenne globale.

Ainsi la famille gestion de contrats a un taux d'accès de 74,8% et une durée moyenne de formation de 35,6 heures.

La famille Informatique et télécommunications a un taux d'accès de 71,7% et une durée moyenne de formation de 40 heures.

La famille Ressources humaines quant à elle, a un taux d'accès de 69,2% et une durée moyenne de formation de 41,4 heures.

Ce deuxième regroupement est constitué de familles de métiers avec des volumes d'effectifs très différents : la famille Gestion de contrats, deuxième famille en volume, la famille Informatique et télécommunications qui compte 7,3% des effectifs. Les autres familles se caractérisent par des effectifs très peu nombreux.

• (3) **Les familles Contrôle Technique et Prévention, Etudes et Conseil, Comptabilité, Communication, Direction et Gestion des Actifs**

Ces familles de métiers se situent à un niveau encore inférieur, avec des taux d'accès et des durées moyennes qui s'éloignent du centre du graphique.

La famille Contrôle technique et prévention a un taux d'accès de 64% et une durée moyenne de formation de 34 heures.

La famille Direction, quant à elle, a un taux d'accès de 56,9% et une durée moyenne de 29,5 heures.

Ces familles de métier regroupées comportent toutes un effectif peu élevé.

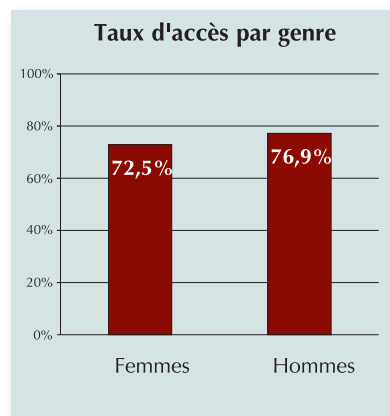
• (4) **Les familles Administration, Logistique et Secrétariat et Assistanat**

Ces familles de métiers accèdent nettement moins que les autres à la formation, et leur durée moyenne est également très inférieure. La famille Secrétariat et assistanat, par exemple, a un taux d'accès de 50,9%, soit un quart de moins que la moyenne et une durée de formation de 22,4 heures, soit la moitié de la durée moyenne d'ensemble.

Ce constat suscite des interrogations. Ces familles de métiers, qui exercent des fonctions éloignées du cœur de métier, sont probablement moins soumises que d'autres aux évolutions de la profession. Mais d'autres éléments peuvent intervenir : les salariés de ces familles sont-ils réservés vis-à-vis de la formation ? Des possibilités d'évolution les motiveraient-ils davantage ? Ou s'agit-il de métiers où le développement des compétences passe davantage par l'expérience que par la formation ?

2 – Analyse de la formation par genre

Quelques écarts existent quant à la participation des hommes et des femmes à la formation professionnelle.



Le taux d'accès à la formation des femmes est légèrement inférieur à celui des hommes

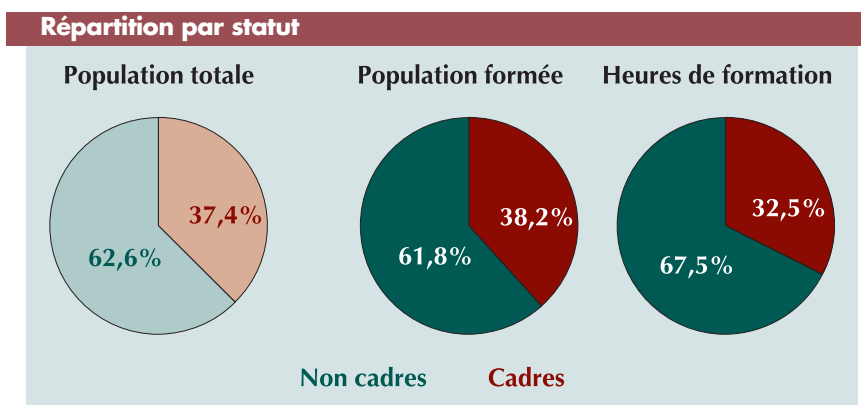
Répartition par genre					
	Nombre d'heures	%	% de la population formée	% de la population totale	Durée moyenne
Femmes	2 149 704 h	53,5%	56,7%	58,2%	41,5 h
Hommes	1 866 862 h	46,5%	43,3%	41,8%	47,2 h

Les hommes représentent 41,8% de l'effectif total et 43,3% des formés. Ainsi, leur taux d'accès est de 76,9%. Les femmes représentent 58,2% de l'effectif et 56,7% des formés et ont un taux d'accès de 72,5%.

De même, la durée moyenne de formation des femmes est également inférieure à celle des hommes : 41,5 heures, contre 47,2 heures pour les hommes.

Cet écart s'explique par la participation importante des commerciaux itinérants à la formation. Majoritairement masculins, cette population de formés bénéficie de durées de formation conséquentes (nous analyserons ce point plus en détail dans la partie 3 du rapport).

3 – Analyse de la formation par statut



Les cadres représentent 37,4% des effectifs totaux, et 38,2% des salariés formés. Ils ont bénéficié de 32,5% des heures de formation.

Les non cadres, quant à eux, représentent 62,6% des effectifs et 61,8% des salariés formés. Pour autant, ils ont consommé 67,5% des heures de formation.

	Taux d'accès	Nombre d'heures	Durée moyenne
Cadres	75,9%	1 306 874 h	37,4 h
Non cadres	73,4%	2 709 692 h	48,0 h

Les cadres ont donc un taux d'accès à la formation très légèrement supérieur aux non cadres, 75,9% contre 73,4%.

En revanche, leur durée moyenne de formation est nettement inférieure : 37,4 heures pour les cadres, 48 heures pour les non cadres. Cet écart marqué est également la conséquence des formations de la famille Commercial, caractérisée par une population importante de non cadre.

Les non cadres se forment majoritairement dans deux domaines :

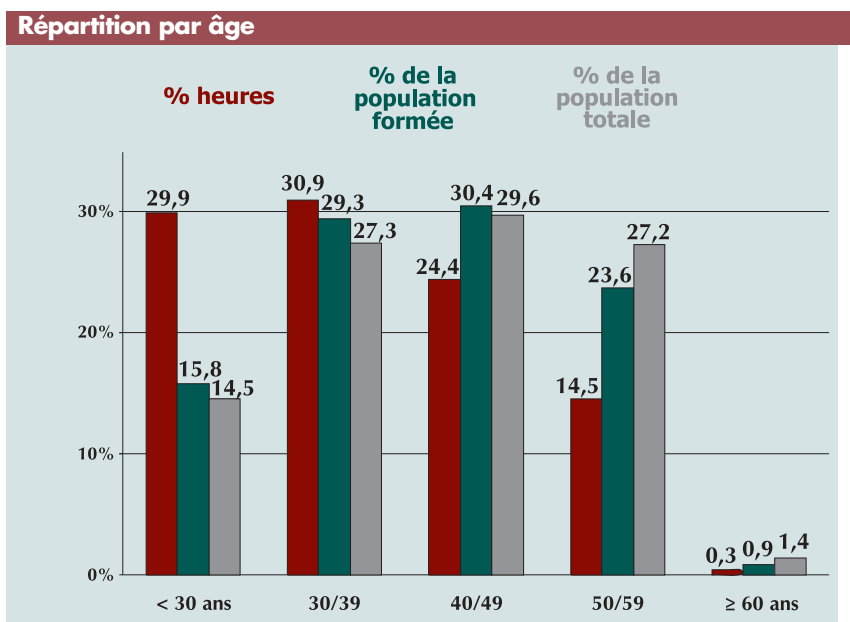
- "Assurance et réassurance", 48,5% des heures ;
- "Commercial et marketing", 20,3% des heures.

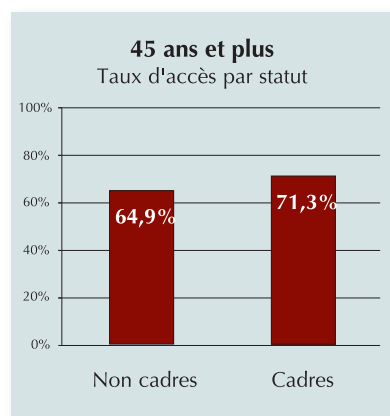
Les cadres, eux, se forment principalement dans les domaines :

- "Assurance et réassurance" : 26,4% des heures ;
- "Management" : 16,8% des heures.

4 – Analyse de la formation par âge

La répartition par âge montre que plus on est jeune, plus on va en formation. Les taux d'accès sont supérieurs à la moyenne jusqu'à 49 ans, ils chutent de dix points et plus après 49 ans





Une participation plus forte des cadres que des non cadres chez les 45 ans et plus.

De la même façon, les durées moyennes de formation sont très élevées jusqu'à 30 ans : 83,2 heures. Elles se réduisent de moitié entre 30 et 49 ans, des deux tiers après 50 ans.

Ces chiffres soulignent à nouveau l'importance des formations d'intégration des jeunes, notamment des commerciaux.

Regard sur les plus de 45 ans

Les chiffres concernant les plus de 45 ans montrent un taux d'accès de 67,5% contre 79,6% pour les moins de 45 ans. Leur durée moyenne de formation est de 28,8 heures contre 53,7 heures pour les moins de 45 ans.

Cependant, si l'on isolait le poids des nouveaux entrants dans les moins de 45 ans, lesquels bénéficient pour la plupart de formations d'intégration, une pondération certaine des chiffres viendrait minimiser les écarts, tant dans les taux d'accès que dans les durées moyennes de formation. En particulier, les formations commerciales d'intégration pèsent à nouveau fortement sur les indicateurs d'âge.

Les 45 ans et plus, davantage investis dans la relation client que dans le commercial...

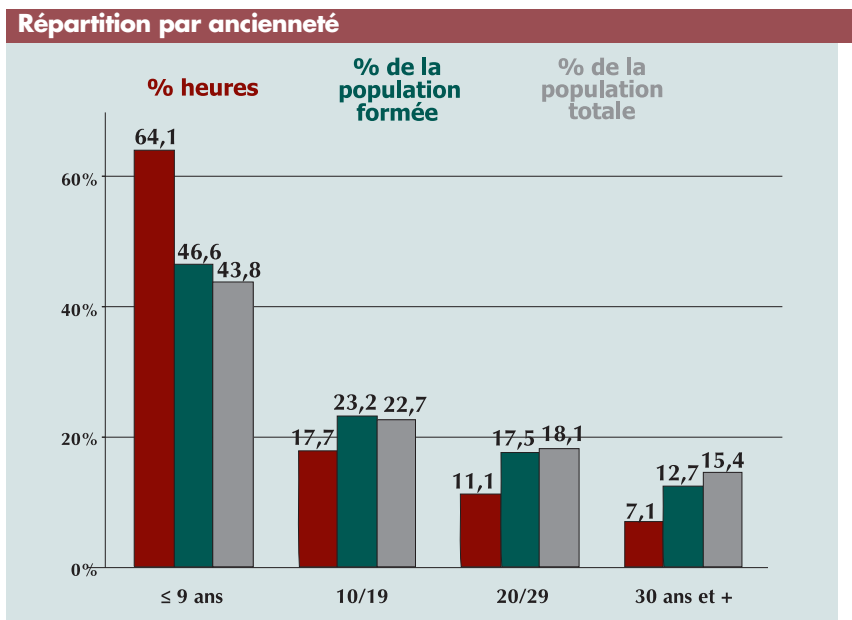
Les plus de 45 ans sont largement investis dans le domaine "Assurance et réassurance" : 35,8% des heures. Mais il est intéressant de noter que 11,7% de leurs heures de formation sont consacrées à la "Gestion de la relation client", alors que ce domaine ne représente que 2,3% des heures totales. Cela souligne l'effort de formation réalisé pour des populations plus âgées en la matière, accompagnant les évolutions du back office vers le front office. Ce point avait été identifié comme un enjeu majeur dans l'accord de branche du 14 octobre 2004.

Le domaine "Commercial et marketing", quant à lui, est quasiment inexistant ; il représente moins de 2% des heures de formation pour cette catégorie d'âge.

5 – Analyse de la formation par ancienneté

En corrélation avec l'âge, les indicateurs par année d'ancienneté montrent que, globalement, moins les salariés ont d'ancienneté, plus ils vont en formation.

Sur 100 salariés formés, 46,6%, soit près de la moitié, ont moins de 9 ans d'ancienneté. Dans la mesure où ils représentent 43,8% de l'effectif total, ils ne sont que légèrement sur-représentés dans les populations des formés. Par effet de levier, leur taux d'accès à la formation, 79,1%, est supérieur de cinq points à la moyenne.



Les salariés qui ont 30 ans et plus d'ancienneté représentent 12,8% des formés, alors qu'ils constituent 15,5% de l'effectif total : ils sont donc légèrement moins représentés dans la population des formés. Leur taux d'accès à la formation est de 63,1%.

De la même façon, les durées moyennes de formation sont très élevées pour ceux qui ont jusqu'à 9 ans d'ancienneté : 60,5 heures. Après 30 ans d'ancienneté elles sont presque divisées par 3, n'atteignant que 24,8 heures.

Regard sur les nouveaux entrants

Les nouveaux entrants, définis par une ancienneté de moins d'un an, ont un taux d'accès à la formation proche de la moyenne, mais comportant un léger écart selon le genre : 72, 7% pour les femmes et 79,1% pour les hommes.

Un écart plus marqué existe quant à leur statut : le taux d'accès à la formation des nouveaux entrants cadres est de 57,9%, alors que celui des non cadres est de 80,1%.

Les domaines de formation privilégiés sont naturellement "Assurance et réassurance", ainsi que "Commercial et marketing", représentant à eux seuls près de 84% des heures de formation

Nouveaux entrants
Les principaux domaines

	% des heures
Assurance et réassurance	53,2%
Commercial et marketing	30,7%
Gestion de la relation client, assistance	3,0%
Comptabilité, audit, contrôle de gestion	1,5%
Bureautique	1,5%
Acculturation professionnelle	1,4%

Ce premier chapitre, d'une part, affirme l'importance de la formation professionnelle au sein de la branche et d'autre part, souligne une politique de formation orientée vers les plus jeunes et les commerciaux. Les entreprises d'assurances investissent massivement dans l'intégration de leurs salariés (ce qui est en corrélation avec le turn-over des commerciaux, plus important que dans les autres familles de métiers), mais aussi dans la professionnalisation au cours des premières années.

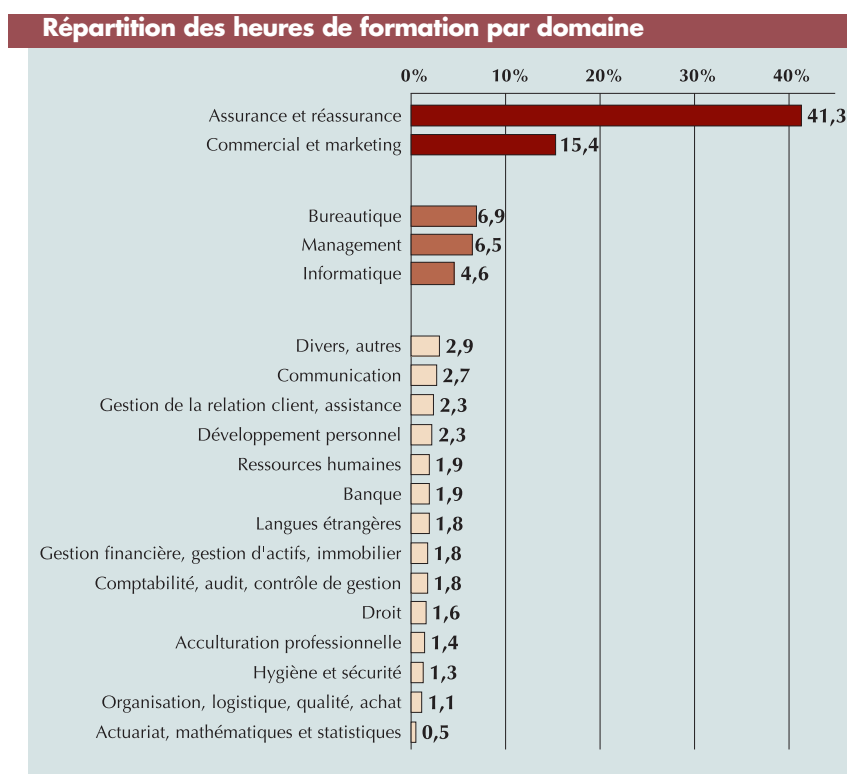
La place dominante des commerciaux en formation professionnelle influe de façon marquée sur les chiffres moyens et les indicateurs de la formation. Il s'agit néanmoins d'un état de fait structurel, également lié à l'importance numérique de cette famille, et que l'on ne peut donc pas considérer comme un biais.

Les orientations de formation

Dans le cadre du périmètre de l'enquête, le nombre d'heures de formation dispensé au cours de l'année 2006 s'élève à 4 016 566. Après une analyse de la répartition de ces heures par domaine d'action, sera proposée une analyse de leur répartition par type de dispositif : plan de formation, DIF, période de professionnalisation et autres.

Notons que 82,5% de ces heures de formation sont qualifiées d'éligibles au titre de la déclaration fiscale 2483. L'Observatoire a fait le choix de s'appuyer sur l'ensemble des formations dispensées et prises en compte par les entreprises, sans se limiter aux critères fiscaux, afin de refléter au mieux la réalité des actions professionnalisantes mises en œuvre.

1 – Les domaines de formation



Le graphique ci-dessus illustre clairement les domaines de formation majeurs au sein de la profession, traduisant ainsi les priorités stratégiques des entreprises.

• **"L'Assurance et la réassurance"**, cœur de métier de la profession, représente ainsi 41,3% des heures de formation dispensées. La famille de métier Commercial a consommé 58,1% des heures de ce domaine ; la famille Gestion de contrat en a consommé 31,4%.

Ces formations s'adressent ainsi, principalement aux salariés en charge directe de la gestion et/ou de la relation client. En effet, 79,2% des heures concernent des non cadres.

Les femmes ont consommé plus d'heures de formation dans ce cadre que les hommes : 57,6% contre 42,4%. Ce chiffre est à relativiser compte tenu des volumes importants qu'elles représentent au sein de ces familles de métier, féminisés à 72,4% pour Gestion de contrat et à 50,3% pour Commercial.

Notons que plus de la moitié des heures de formation "Assurances et réassurance" relèvent de la catégorie 1 du plan de formation.

• **Le domaine "Commercial et marketing"** se situe en deuxième position, avec 15,4% des heures. Plus de 95% des heures de formation en la matière sont effectuées par les salariés de la famille Commercial.

Les hommes ont bénéficié de plus d'heures de formation que les femmes dans ce domaine : 55,7% des heures contre 44,3%. Dans la mesure où la famille Commercial est composée pour moitié d'hommes et de femmes, on mesure ainsi l'impact des formations longues d'intégration des itinérants, dont le profil est essentiellement masculin. Cet élément est corroboré par la participation majeure des non cadres qui totalisent près de 90% du total des heures de formation réalisées dans ce domaine.

Plus des 3/4 des heures dispensées en "Commercial et marketing" relèvent de la catégorie 1 du plan de formation, ce qui traduit la rapidité des évolutions auxquelles doivent faire face les commerciaux, que ce soit en matière d'offre produits, d'outils d'aide à la vente, ou de méthodes de vente.

Ces deux domaines représentent ainsi 56,7% des heures de formation. Ce chiffre, corrélé à la participation forte des commerciaux à la formation (36 800 sont allés en formation en 2006 sur un effectif total de l'enquête de 41 801) met en évidence un effort de formation principalement orienté vers une stratégie de développement et une volonté de performance dans la distribution des produits et la fidélisation de la clientèle.

• **"La Bureautique", "le Management" et "l'Informatique"**, démarches transverses, arrivent ensuite mais avec des chiffres très éloignés des deux premiers domaines : respectivement 6,9%, 6,5%, et 4,6% des heures.

84,5% des heures de formation "Management" concernent les cadres. Les hommes bénéficient plus largement de ces formations en volume : 59,1% des heures contre 40,9% pour les femmes. Néanmoins, cette répartition est conforme à la répartition par genre chez les cadres.

Par ailleurs les formations "Management" se répartissent en proportions quasiment identiques entre les 3 catégories du plan de formation.

Domaines de formation (en % des heures)

Assurance et réassurance

58,1%famille Commercial
31,4%famille Gestion de
contrats

Commercial et marketing

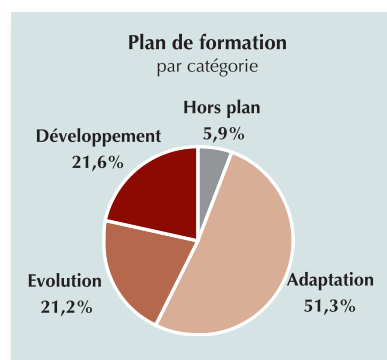
95,4%famille Commercial

2 – Les dispositifs de formation

2. 1 Le plan de formation : une répartition cohérente entre les différentes catégories

Répartition des heures par catégorie

	Nombre d'heures
Hors plan de formation	238 155 h
Plan de formation	3 778 411 h
Adaptation au poste de travail	2 060 795 h
Evolution des emplois et maintien	850 350 h
Développement des compétences	867 266 h



Près de 43% des heures de formation s'inscrivent dans une logique d'anticipation des évolutions des emplois et des compétences...

- 51,3% des heures de formation relèvent de la catégorie 1 du plan de formation, "adaptation au poste de travail". Elles traduisent l'accompagnement des salariés dans la tenue de leur poste : nouveaux outils de gestion, nouvelles réglementations, meilleure maîtrise des techniques métiers, etc.

- 21,2% des heures de formation relèvent de la catégorie 2, liées à "l'évolution des emplois ou participant au maintien dans l'emploi".

- 21,6% des heures relèvent quant à elles de la catégorie 3, liée au "développement des compétences", catégorie qui regroupe entre autres les formations diplômantes.

Pour rappel, les heures de formation se répartissent entre le plan (et ses 3 catégories) et le "hors plan", qui en totalise 5,9%.

Il est intéressant de souligner que les deux domaines de formation les plus importants ne se répartissent pas au sein des différentes catégories de la même manière.

- Le domaine "Assurance et réassurance" se répartit dans les catégories du plan avec des proportions quelque peu identiques au total : 51% des heures en adaptation au poste de travail, 18,5% en évolution de l'emploi et 25% en développement des compétences.

- Le domaine "Commercial et marketing" quant à lui, regroupe 77,4% des heures en adaptation au poste de travail, traduisant probablement le poids conséquent des formations d'intégration des commerciaux. 14% relève de la catégorie liée aux évolutions de l'emploi et seulement 5,6% sont consacrées à la catégorie 3, "développement des compétences". Ces points renvoient à l'étude sur les commerciaux qui a montré que ces derniers s'inscrivaient relativement peu dans des processus de mobilité.

2.2 Le droit individuel à la formation (DIF) : un dispositif en devenir ?

En 2006, 7 338 salariés ont utilisé leur DIF. Ils représentent 5,9% de l'effectif total et 8% des salariés formés. Ces chiffres devront être observés sur la durée pour être davantage analysés. Néanmoins, si on les compare aux chiffres de l'année 2005, recueillis par l'Observatoire dans le cadre des tests préalables effectués pour construire le présent document, on constate une progression multipliée par cinq des utilisateurs.

En effet, en 2005, 1 500 salariés avaient utilisé leur DIF. Il s'agissait de la première année de mise en œuvre ; les résultats ne pouvaient être significatifs. La progression forte de l'année 2006 marque un début de développement qui restera néanmoins à confirmer. Le DIF connaîtra-t-il le succès escompté ? Il est encore trop tôt pour répondre à cette question, mais l'on s'attachera, dans les années à venir, à suivre l'évolution de cet indicateur.

Le nombre d'heures de formation effectué dans le cadre du DIF atteint 159 287 heures, soit 4% du total des heures de formation.

La durée moyenne du DIF s'élève ainsi à 21,7 heures, ce qui semble cohérent avec les droits acquis annuellement.

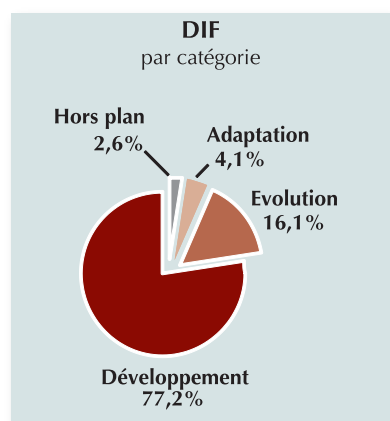
DIF

**7 338 salariés
ont utilisé tout
ou partie de
leur droit en 2006**

Comparaison de la répartition des heures par statut

	Répartition heures totales	Répartition heures DIF
Cadres	32,5%	44,6%
Non cadres	67,5%	55,4%

Alors que les cadres ont consommé 32,5% des heures de formation au total, ils ont utilisé 44,6% des heures consacrées au DIF. Cela semble attester d'un investissement des cadres plus important dans le DIF que des non cadres, et peut être d'un intérêt plus marqué pour le développement des compétences. Sont-ils plus sensibles aux possibilités offertes par le DIF quant à leur développement professionnel et personnel ?



Répartition des heures de DIF par domaine

	% des heures
Assurance et réassurance	49,0%
Développement personnel	7,9%
Droit	5,8%
Bureautique	5,8%
Communication	5,0%
Gestion financière, gestion d'actifs, immobilier	4,6%

Les formations se sont déroulées pour moitié dans le domaine "Assurance et réassurance". Le deuxième domaine, par ordre d'importance, est "Développement personnel".

Par ailleurs, les formations DIF ont majoritairement relevé de la catégorie 3 "développement des compétences" : plus de 77% des heures réalisées. Rappelons à titre comparatif que la catégorie 3 représente 21,6% des heures totales de formation.

Au final, il apparaît que le DIF s'inscrit bien dans les objectifs qui lui avaient été assignés dans l'accord de branche du 14 octobre 2004, à savoir : "promouvoir prioritairement les formations relevant des catégories d'actions proposées dans le cadre du plan de formation, liées à l'évolution des emplois ou participant au maintien dans l'emploi, ainsi que celles ayant pour objet le développement des compétences des salariés".

2.3 Les périodes de professionnalisation : un besoin de consolidation sur plusieurs années

Ce dispositif, récent, semble également connaître un début de développement. Plus de 12% des heures de formation réalisées, soit 490 861 heures, l'ont été dans le cadre des périodes de professionnalisation. Néanmoins le nombre de bénéficiaires n'est pas très élevé : seuls 5,5% des formés, soit 5 041 salariés, s'inscrivent dans ce dispositif en 2006.

La durée moyenne des formations réalisées dans le cadre de la période de professionnalisation est de 97 heures. Cet indicateur est toutefois à interpréter avec précaution. En effet, un certain nombre de périodes de professionnalisation se déroulant sur plusieurs exercices, il sera pertinent de consolider les données propres à chaque salarié dans le temps.

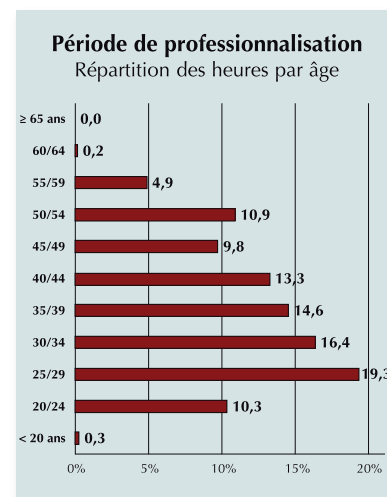
Ainsi que le montre le graphique ci-contre, globalement, les salariés qui en ont le plus bénéficié ont moins de 44 ans. En particulier, les 25 – 29

ans constituent la tranche d'âge la plus investie dans les périodes de professionnalisation, puisque près de 20% des heures consommées l'ont été par cette tranche d'âge.

Un quart des salariés en période de professionnalisation a 45 ans et plus, totalisant un quart des heures de formation dispensées dans ce cadre.

De même, lorsque l'on observe la répartition du nombre d'heures total de formation entre les plus et moins de 45 ans, on constate également que les plus de 45 ans ont, dans l'ensemble, bénéficié d'un quart des heures dispensées alors qu'ils représentent 43,4% de l'effectif total.

A défaut d'un recul suffisant, il est pour l'instant difficile d'apprécier la portée incitative proposée par l'accord de branche pour les plus de 45 ans.



2. 4 Les autres dispositifs

L'utilisation des dispositifs tels que le Congé Individuel de Formation (CIF), le Bilan de Compétences (BC) et la Validation des Acquis de l'Expérience (VAE) reste marginale.

Il sera intéressant d'observer dans les prochaines années l'évolution du nombre de bilans de compétences et de validation des acquis de l'expérience, au regard des accords sur la formation qui valorisent ce type de démarche notamment pour les plus de 45 ans.

209 CIF
248 BC
63 VAE

2. 5 La formation diplômante

En préalable, il convient de préciser que les formations en alternance, contrats de professionnalisation et d'apprentissage confondus, au nombre de 1 850 en 2006, ne sont pas pris en compte ici.

On pourrait estimer que cela apporte un biais considérable aux chiffres communiqués dans ce chapitre. Néanmoins il s'agit de deux champs d'action de la formation, complémentaires, mais bien distincts.

Ainsi, 1578 salariés ont participé au cours de l'année 2006 à une action de formation diplômante dans le cadre de la formation professionnelle continue (c'est à dire hors contrat de professionnalisation et apprentissage). Près de 20% concernent des formations bac + 5, près de 25% des formations bac + 3 / 4.

Ce second chapitre apporte une vision globale des orientations en terme de contenus et de modalités de formation professionnelle au sein de la branche.

Les axes d'action sont naturellement centrés sur le cœur de métier de la profession, "Assurance et réassurance", "Commercial et marketing".

Soulignons enfin que le plan de formation se répartit à hauteur de 43% sur les catégories 2 et 3.

Zoom sur... la famille Commercial

Ce chapitre propose une analyse détaillée des données de la formation relatives aux salariés de la famille Commercial. L'approche retenue pour ce rapport, dans la continuité de l'étude réalisée par l'Observatoire sur les métiers commerciaux (octobre 2007) distingue quatre profils types :

- commerciaux itinérants,
- commerciaux sédentaires (en agence),
- commerciaux sur plate-forme,
- managers commerciaux.

Seront également mises en exergue dans ce chapitre, les données spécifiques des commerciaux relevant des conventions collectives des Producteurs Salariés de Base et des Echelons Intermédiaires (PSB – EI), qui représentent 75% des commerciaux itinérants.

Le nombre de salariés de la famille Commercial ayant suivi au moins une action de formation au cours de l'année 2006, s'élève à 36 800. Ils représentent 34% de l'effectif total, 40,3% des effectifs formés et ont consommé 53% des heures de formation.

Le taux d'accès à la formation (88%) des salariés de la famille Commercial ainsi que leur durée moyenne de formation (58 heures) sont très nettement supérieurs à ceux des autres familles de métier. Le premier chapitre en a d'ailleurs souligné l'impact sur l'ensemble des chiffres moyens. L'observation de ces indicateurs par type de profil et par caractéristique socioprofessionnelle permet néanmoins de mettre en exergue certains particularismes.

**Taux d'accès
global
de la famille
Commercial
88%**

**Durée moyenne
de formation
de la famille
Commercial
58 heures**

Taux d'accès et durée moyenne par profil

	Taux d'accès	Durée moyenne
Vente sédentaire	87,6%	47,0 h
Vente itinérante	88,7%	75,2 h
Vente sur plate-forme	88,3%	65,0 h
Management	89,0%	46,9 h

PSB - EI
Un taux d'accès à la
formation plus élevé :
89,7%

Taux d'accès

L'observation des différents profils commerciaux montre que leur taux d'accès est quasiment identique, entre 87,6% et 89,7%, traduisant une orientation forte de formation pour tous les acteurs de la fonction commerciale, en mode itinérant, sédentaire, sur plate-forme ou en situation de management

PSB - EI

Une durée moyenne de formation plus longue :

80,2 heures

Durées de formation

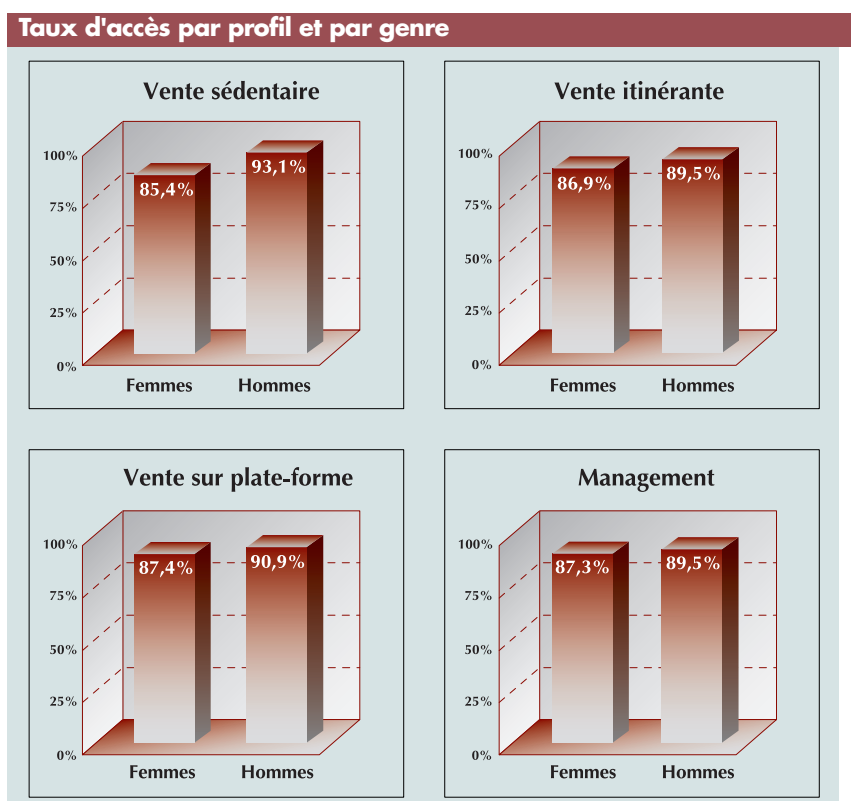
Si les commerciaux ont été nombreux à participer à la formation au cours de l'année 2006, ils n'ont pas bénéficié des mêmes temps de formation.

- **Les commerciaux itinérants** affichent les durées moyennes de formation les plus longues : plus de 80 heures pour les PSB – EI, 75,2 heures pour l'ensemble des itinérants. Bien entendu ces formations correspondent en partie aux formations d'intégration liées au droit d'exercice du métier, et dont la durée minimale est de 150 heures.
- **Les commerciaux sur plate-forme** bénéficient également de durées de formation longues : 65 heures. L'hypothèse d'une corrélation entre ces chiffres et les embauches nombreuses et récentes liées au développement de ce mode organisationnel est posée. Il s'agit probablement de formations d'intégration. Il sera cependant nécessaire d'observer l'évolution de cet indicateur au cours des prochaines années pour avoir la confirmation ou non d'une corrélation avec l'ancienneté.
- **Les commerciaux sédentaires**, exerçant en face à face dans des agences ou succursales ont une durée moyenne de formation de 47 heures, conforme à la moyenne de la profession (44 heures), mais inférieure de 40% à celle des itinérants. Ce décalage peut toutefois s'expliquer, comme l'étude sur les commerciaux l'a démontré, par le fait que les commerciaux sédentaires se caractérisent majoritairement par une stabilité dans leur emploi, ce qui limite les formations d'intégration, d'une durée souvent importante.
- **Le management**, enfin, affiche une durée moyenne de formation de 46,9 heures, conforme à la moyenne de la profession, mais nettement supérieure à la durée moyenne de formation de l'ensemble des cadres, qui est de 37,4 heures.

Le turn-over élevé que connaissent les commerciaux itinérants augmente bien entendu, de manière quelque peu artificielle, les taux d'accès et les durées de formation affichés pour l'ensemble de la famille Commercial. Mais il n'en demeure pas moins que ces salariés en charge de la fonction commerciale se doivent d'être constamment à la pointe des évolutions de tous ordres : techniques, fiscales, règlementaires, etc.

1 – Données comparatives des profils par caractéristique socioprofessionnelle

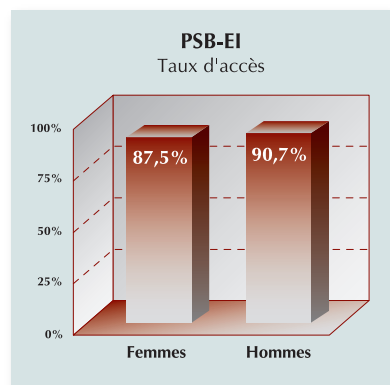
1.1 Taux d'accès et durée moyenne par genre



Globalement et pour chaque type de profil, les taux d'accès à la formation sont très légèrement supérieurs pour les hommes.

Durée moyenne par profil et par genre

	Vente sédentaire	Vente itinérante	Vente sur plate-forme	Management
Femmes	45,3 h	86,7 h	60,2 h	44,1 h
Hommes	51,0 h	70,0 h	77,4 h	47,7 h



Néanmoins, des écarts existent dans les durées moyennes de formation.

Les profils sédentaires et les managers commerciaux hommes affichent des durées moyennes de formation légèrement supérieures à celles des femmes.

En revanche, il y a un écart significatif de durée entre hommes et femmes pour les commerciaux sur plate-forme : les hommes bénéficiant de formations réellement plus longues que les femmes : plus de 77 heures contre 60 heures.

Enfin, notons le phénomène inverse pour les profils itinérants et les PSB – EI. En effet les femmes itinérantes ou PSB – EI ont des durées de formation supérieures aux hommes, avec un écart important, 18 heures, pour les PSB – EI.

Face à ce constat, mais faute d'un recul suffisant pour explorer les facteurs explicatifs de cette singularité, l'Observatoire s'attachera, dans les prochaines années, à affiner l'analyse de ces populations.

1. 2 Taux d'accès et durée moyenne par statut

Taux d'accès par profil et par statut

	Vente sédentaire	Vente itinérante	Vente sur plate-forme	Management
Cadres	96,1%	86,3%	80,0%	89,6%
Non cadres	86,8%	89,0%	88,6%	82,2%

Les cadres de la famille Commercial, à l'instar de la profession, mais dans des proportions plus importantes, ont un taux d'accès à la formation légèrement plus élevé que les non cadres et des durées de formation nettement inférieures.

(Rappel des chiffres pour l'ensemble des salariés : taux d'accès : 75,9% pour les cadres contre 73,4% pour les non cadres, durée moyenne : 37,4 heures pour les cadres contre 48 heures pour les non cadres).

Durée moyenne par profil et par statut

	Vente sédentaire	Vente itinérante	Vente sur plate-forme	Management
Cadres	38,4 h	39,2 h	45,0 h	47,6 h
Non cadres	47,9 h	80,0 h	65,7 h	36,8 h

- **Les commerciaux sédentaires** sont en réalité le seul profil à s'inscrire dans un schéma qui confirme, sur le sujet de la formation, le constat déjà effectué dans l'étude métier d'une forte similitude entre les commerciaux sédentaires et les profils administratifs.

- **Les commerciaux itinérants** se caractérisent par un taux d'accès à la formation des cadres inférieur à celui des non cadres et surtout par des durées de formation des cadres très inférieures à celles des non cadres. Elles sont en effet divisées par deux, passant de 80 heures à 39 heures. On retrouve là le poids des PSB – EI, intégrés dans les non cadres, qui sont plutôt des généralistes des assurances de personnes, tandis que les cadres itinérants ont, quant à eux, plutôt des profils d'expert en constante auto-formation.

- **Les commerciaux sur plate-forme** présentent un taux d'accès des cadres inférieur de 8 points par rapport aux non cadres et des durées de formation également très inférieures, de 30%, à celle des non cadres. Ici cependant, il convient de préciser que les cadres sur plate-forme sont davantage des organisateurs, en charge d'animation, que des techniciens spécialisés.

- **Le management**, enfin, enregistre un taux d'accès et des durées de formation supérieurs pour les cadres, traduisant la nécessité de s'adapter aux évolutions de la fonction.

1.3 Taux d'accès et durée moyenne par âge

La comparaison des indicateurs d'accès et de durée moyenne entre les moins et plus de 45 ans met en évidence des écarts conséquents entre commerciaux et effectif total.

Taux d'accès par profil et par âge

	Vente sédentaire	Vente itinérante	Vente sur plate-forme	Management
< 45 ans	88,4%	95,0%	88,3%	91,9%
45 ans et +	85,9%	78,0%	88,1%	85,8%

Le taux d'accès à la formation des moins de 45 ans est au total de 79,6%. Pour les commerciaux, il est de 90,9%, traduisant une fois encore, le poids des nouveaux entrants dans cette famille et les politiques de formation des entreprises centrées sur l'intégration des salariés. Ce taux est accentué par le turn-over des profils itinérants.

Durée moyenne par profil et par âge

	Vente sédentaire	Vente itinérante	Vente sur plate-forme	Management
< 45 ans	57,9 h	91,8 h	72,1 h	52,9 h
45 ans et +	24,1 h	40,8 h	23,1 h	39,8 h

De la même façon, la durée moyenne de formation est plus élevée chez les commerciaux de moins de 45 ans : 70,4 heures contre 53,7 heures pour l'ensemble des salariés formés.

Les plus de 45 ans ont un taux d'accès supérieur à la moyenne : 82,7% pour les commerciaux, 67,5% pour l'ensemble. Cependant, les durées de formation sont très proches : 28,8 heures pour les commerciaux, 33 heures pour l'ensemble.

Ainsi, on constate que si les commerciaux de plus de 45 ans ne sont pas discriminés dans l'accès à la formation, leur durée moyenne de formation est inférieure de plus de la moitié. Cela illustre la jeunesse des nouveaux embauchés dans la famille Commercial.

Lorsque l'on observe les différents profils, on retrouve ce phénomène d'accès moindre et de durée de formation inférieure pour les plus de 45 ans, mais avec des amplitudes plus ou moins marquées, en particulier en ce qui concerne les durées de formation.

Les durées moyennes de formation sont divisées par deux pour les commerciaux de plus de 45 ans. Cet écart se creuse pour les commerciaux sédentaires et plus encore pour les commerciaux sur plate-forme, lesquels ne bénéficient que d'un tiers du temps de formation des moins de 45 ans. Il s'agit probablement d'un effet des formations d'intégration massives effectuées dans le cadre du développement que connaissent encore les plates-formes, effet qui devrait se lisser au cours des prochaines années.

Les PSB – EI reflètent ce phénomène d'accès et de durée de formation moindres des plus de 45 ans. En particulier, ils enregistrent l'écart le plus important dans les taux d'accès, avec 20 points d'écart, en lien, une fois encore, avec le poids du turn-over et la jeunesse des nouveaux embauchés.

1. 4 Regard sur les nouveaux entrants

Considérant les obligations de formation pour exercer le métier pour les uns, et en tout état de cause la nécessité pour tous, avant tout contact avec la clientèle, de maîtriser un certain niveau de connaissances sur le secteur d'activité, les produits, les stratégies commerciales, il est évident que toute entrée dans la fonction commerciale exige un processus de formation. Ainsi les taux d'accès à la formation des nouveaux entrants sont quasiment à 100%.

Les durées de formation des nouveaux entrants se trouvent donc naturellement être les plus élevées, avec une moyenne de 200 heures.

2 – Des domaines de formation bien marqués

Le premier chapitre de ce rapport a mis en évidence les principaux domaines de formation de la profession : "Assurance et réassurance", "Commercial et marketing".

Rappelons que les commerciaux ont consommé plus de 58% des heures de formation du domaine "Assurance et réassurance" et 95% des heures du domaine "Commercial et marketing".

Principaux domaines de formation pour chaque profil

Vente sédentaire	Assurance et réassurance	50,6%
	Commercial et marketing	16,0%
	Banque	7,8%
Vente itinérante	Commercial et marketing	43,0%
	Assurance et réassurance	41,2%
	Bureautique	5,0%
Vente sur plate-forme	Assurance et réassurance	69,8%
	Commercial et marketing	9,2%
	Gestion de la relation client, assistance	4,9%
Management	Assurance et réassurance	29,9%
	Management	24,5%
	Commercial et marketing	14,8%

Ainsi, les commerciaux itinérants, et en particulier les PSB - EI sont quasiment la seule population à se former de façon très marquée dans le domaine "Commercial et marketing", qui représente 43% de leurs heures de formation (46,1% pour les PSB – EI). En comparaison, ce domaine ne représente respectivement que 16% et 9,2% des heures de formation des commerciaux sédentaires et sur plate-forme.

A contrario, le domaine de formation le plus important des profils sédentaires et sur plate-forme reste "Assurance et réassurance" : respectivement 50,6% et 69,8% de leurs heures consommées. Ces profils se trouvent ainsi plus proches en la matière, de la famille Gestion de contrats (57,1% des heures dans ce domaine) que du profil commercial itinérant. En effet ce domaine représente 40% des heures de formation des itinérants et des PSB – EI.

Une particularité est toutefois à relever : les commerciaux sédentaires sont quasiment les seuls à suivre des formations dans le domaine "Banque", lequel représente presque 8% de leurs heures de formation. Cela pourrait-il être révélateur d'une stratégie de distribution des produits bancaires, principalement au sein des bureaux et succursales ? Bien entendu cet élément devra être observé dans le temps avant toute interprétation.

La répartition des heures de formation par domaine et par type de profil montre des écarts importants entre les profils itinérants et les profils sédentaires et sur plate-forme. En particulier les techniques commerciales semblent être l'apanage des commerciaux itinérants, notamment des PSB – EI.

Ce constat n'est pas sans interpeller sur les proximités de compétences entre les différents profils au sein de la famille Commercial. L'étude sur les commerciaux a mis en évidence une forme de fraction entre les

PSB-EI

Les principaux domaines

	% des heures
Commercial et marketing	46,1%
Assurance et réassurance	40,3%
Bureautique	4,5%
Gestion financière, gestion d'actifs, immobilier	3,1%
Management	2,0%
Droit	1,4%

Des formations centrées en priorité sur le domaine "Commercial et marketing" : 46,1% des heures, et sur "Assurance et réassurance" : 40,3% des heures

itinérants et les autres profils, encore plus marquée d'ailleurs pour les PSB – EI.

Il semblerait également que la formation soit un des éléments constitutifs des porosités soulignées dans l'étude entre commerciaux sédentaires ou sur plate-forme et la famille Gestion de contrats. Il serait intéressant dans ce sens, d'observer les mobilités entre ces différentes fonctions qui partagent un noyau important de connaissances communes.

Les managers commerciaux, pour leur part, ont consacré un tiers de leurs heures de formation au domaine "Assurance et réassurance" et un quart au domaine "Management". Le domaine "Commercial et marketing" ne représente que 14,8% de leur temps de formation.

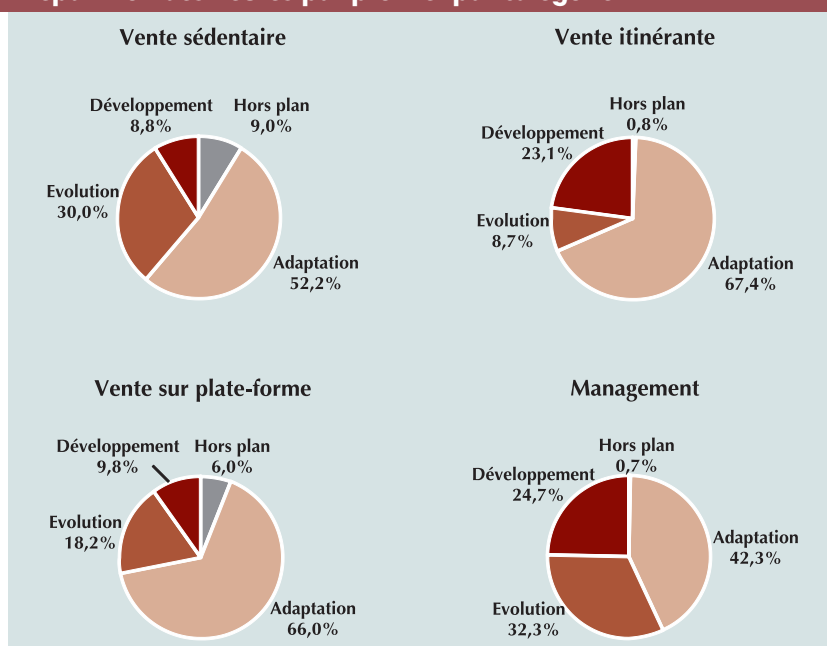
3 – Une utilisation différenciée des dispositifs de formation selon les profils

Lorsque l'on compare l'utilisation des dispositifs de formation par les commerciaux et par l'ensemble des salariés de la profession, quelques écarts apparaissent. Ils s'accroissent lorsque l'on compare les différents profils de commerciaux entre eux.

3.1 Plan de formation

Les commerciaux totalisent un nombre d'heures de formation en catégorie 1 du plan de formation plus élevé que la moyenne : 59% (contre 51,3%). Il s'en suit un nombre d'heures moindre relevant des catégories 2 et 3, avec un écart de plus de 4 points par rapport à la moyenne pour la catégorie 3 : 17,2% (contre 21,6%).

Répartition des heures par profil et par catégorie



En ce qui concerne la catégorie 1 du plan de formation, l'écart avec la moyenne se creuse, en particulier pour les commerciaux itinérants et sur plate-forme : respectivement 67,4% et 66% de leurs heures sont attachées à cette catégorie. Il s'agit probablement de l'effet conjugué du poids des formations d'intégration et des exigences de mises à jour des connaissances liées aux produits et/ou à la réglementation.

Les managers et les commerciaux sédentaires ont bénéficié plus largement que les autres profils de la catégorie 2. Au regard de l'étude sur les commerciaux, cela s'explique pour les managers dont le rôle est confronté à des évolutions majeures. En revanche, en ce qui concerne les commerciaux sédentaires, aucun élément particulier ne permet, pour l'instant, d'éclairer les 10 points d'écart avec la moyenne, sauf, et cela n'est qu'une hypothèse partielle, les heures de formation relatives au domaine "Banque".

Il importe de souligner la faible représentation des commerciaux itinérants dans la catégorie 2 : 8,7% des heures (et seulement 6,9% des heures pour les PSB – EI), soit un écart d'environ 12 points avec la moyenne des commerciaux et de près de 15 points avec la moyenne globale.

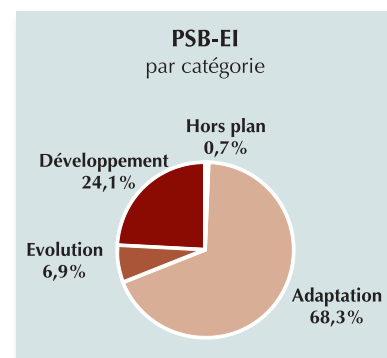
Des disparités importantes existent au niveau de la catégorie 3 du plan de formation. Globalement, les commerciaux ont été légèrement moins impliqués dans le développement des compétences que la moyenne d'ensemble. Cependant l'analyse par type de profil montre que les vendeurs itinérants sont davantage concernés par cette catégorie : 23,1% des heures leur sont consacrées (24,1% pour les PSB – EI).

En revanche, les vendeurs sédentaires et sur plate-forme sont très peu présents : 8,8% et 9,7% des heures. Peut-on faire l'hypothèse d'une vision statique de ces emplois ? Une observation sur la durée reste nécessaire pour tenter d'établir des conclusions.

3.2 DIF

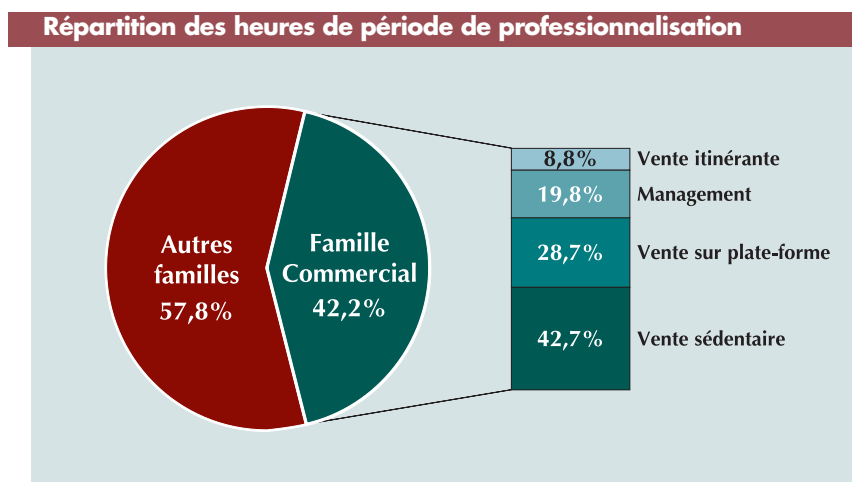
Les commerciaux, qui ont consommé 53% du total des heures de formation, ont utilisé 45% des heures de DIF. Ce chiffre reste élevé ; les commerciaux ne représentant que 30% des effectifs, 65% des commerciaux utilisateurs du DIF sont des PSB – EI.

Il semblerait donc, à ce jour, que la famille Commercial ait davantage investi dans ce droit récent que les autres familles de métiers. Aussi, l'Observatoire s'attachera t-il à examiner de manière autonome ce dispositif à l'occasion d'un prochain ROFA.



3.3 Périodes de professionnalisation

Les commerciaux ont consommé 207 112 heures de formation dans le cadre du dispositif "Période de professionnalisation", soit 42,2% du total des heures réalisé dans ce cadre.



Ce sont principalement les commerciaux sédentaires qui ont utilisé ce dispositif (42,7% des heures), suivis par les commerciaux sur plate-forme (28,7% des heures) et les managers (19,8% des heures).

Notons la faible participation, en apparence, à ce dispositif des commerciaux itinérants, 8,8% des heures. En fait ne sont pris en compte ici que les inspecteurs et les cadres "administratifs" ressortissant de l'accord du 14 octobre 2004.

Les acteurs de la fonction commerciale sont très impliqués dans la formation. Il s'agit d'une exigence liée aux enjeux majeurs que représente la fonction pour les sociétés d'assurances, mais aussi corrélée aux difficultés du métier, tant sur le plan de la mise à jour des connaissances que sur le plan de l'accompagnement méthodologique au quotidien.

Conclusion

Ce premier rapport sur la formation professionnelle, en consolidant les données au sein de la branche, fournit certaines informations et quelques indicateurs de mesure de la mise en œuvre de l'accord de branche du 14 octobre 2004

Néanmoins, il comporte une dimension plus factuelle et descriptive qu'analytique. Le manque de recul sur les années antérieures ainsi que la réforme récente de la formation professionnelle ne permettent pas en effet, de s'inscrire dans une dynamique d'évolution. Un certain nombre d'hypothèses sont avancées, mais devront attendre une observation sur plusieurs années avant d'être confirmées.

Dans le même esprit, il sera intéressant de suivre plus précisément l'évolution de la formation des commerciaux PSB – EI, suite à l'accord de branche signé le 22 juin 2007.

De plus, il serait souhaitable, afin de donner davantage de portée à ce rapport, de pouvoir analyser l'impact de la formation sur les trajectoires professionnelles, collectives et individuelles, ce que la base de données actuelle ne permet pas...

De manière synthétique, il ressort de cette enquête, combinée à l'enquête FFSA/GEMA sur la participation des sociétés d'assurances au financement de la formation, que le secteur investit massivement dans la professionnalisation de ses salariés, considérant la formation comme l'un des leviers de la chaîne de valeur de l'entreprise. Qu'il s'agisse de formations d'intégration ou tout au long de la vie professionnelle, les sociétés d'assurances se situent systématiquement bien au-delà des moyennes interprofessionnelles relevées.

C'est un point extrêmement positif que l'Observatoire de l'Evolution des Métiers de l'Assurance analysera dans ses futures publications.