

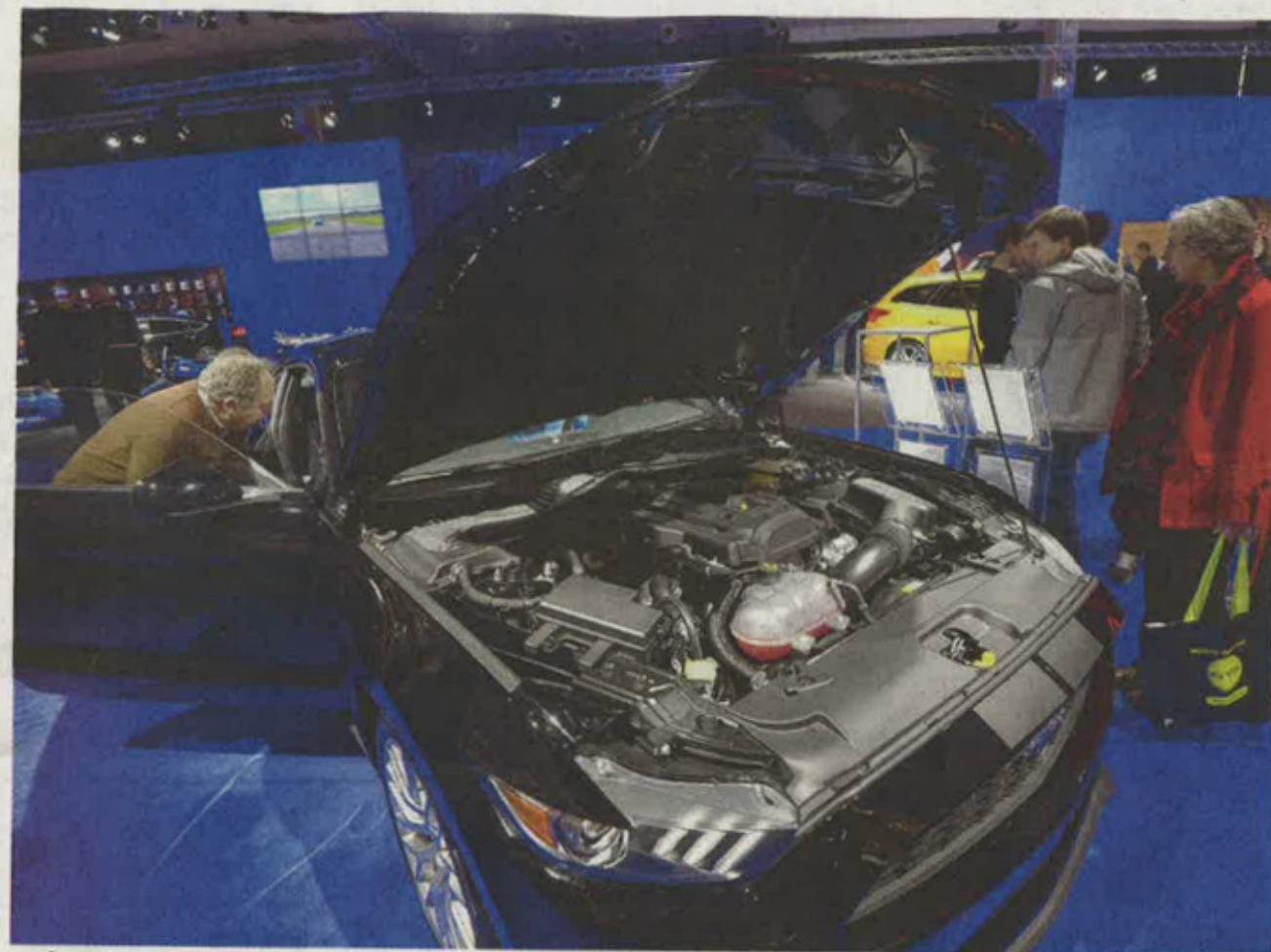
L'emploi du secteur automobile à l'aube d'une révolution

Les nouvelles technologies et les changements d'habitudes en termes de mobilité sont autant de révolutions qui modifieront en profondeur le profil des employés du secteur.

Voitures connectées, véhicules électriques... Les nouveautés qui s'affichent lors de l'édition 2017 du salon de l'auto ne sont qu'un aperçu de la révolution qui est en marche dans le secteur automobile. Et ces changements ont des conséquences importantes pour tous les métiers qui gravitent autour. Que ce soit dans les garages ou dans les points de vente, les travailleurs doivent s'adapter aux deux révolutions qui touchent leur secteur : la révolution du numérique et celle de la mobilité. Selon une étude de McKinsey & Company, entre 2008 et 2013, le nombre moyen de visites d'un client au garage en vue de l'acquisition d'un véhicule est passé de cinq à une seule. La raison de ce changement tient en un mot : internet. « *Le nouveau consommateur est encore plus autonome aujourd'hui et, via son réseau social, il demandera de l'aide en ligne à des tiers. Le client devient alors lui-même "spécialiste", il n'a donc plus besoin de l'intervention des garages pour obtenir des informations* », explique Luc De Moor, directeur d'Educam, le centre de connaissance et de formation du secteur automobile.

La technologie modifie donc le rôle du vendeur, mais aussi celui du garagiste : « *Dans l'avenir, l'atelier sera beaucoup plus sophistiqué*, rajoute Luc De Moor. On pourra détecter les défauts beaucoup plus rapidement et limiter les dégâts. Si on y ajoute les techniques de réparation avancées, cela permettra de consacrer moins de temps à la réparation et à la maintenance des véhicules de nouvelles technologies avancées. »

A ces mutations technologiques se rajoute celle de la mobilité. L'achat d'une



▲ Avec la technologie, le garagiste doit faire appel à des techniques avancées. © PHOTONEWS

voiture est sorti du top dix des priorités des jeunes. Les besoins personnels changent. « *On constate un mouvement de la propriété - le fait de posséder un véhicule - à l'utilisation du véhicule. Pensez, par exemple, au grand nombre de véhicules de société sur nos routes. Les clients sont de plus en plus intéressés par les coûts liés à l'utilisation d'un véhicule et moins par son prix. Le service devient plus important que la vente.* »

Des entreprises actives

Globalement, l'emploi ne figure pas encore sur la liste des victimes de cette révolution. Si le nombre de travailleurs dans le secteur a chuté de 1,5 % entre

2006 et 2015 en Belgique, il s'est légèrement repris entre 2014 et 2015, avec une hausse de 0,3 %. Mais pas de quoi triompher selon l'Educam, qui souligne : « *Pour survivre, il est important que les entreprises ne soient pas passives. Au contraire, elles doivent chercher la stratégie idéale de façon proactive pour pouvoir réagir aux évolutions à venir.* » A l'image du travail de vendeur, qui ne pourra plus se contenter de conseiller le client en magasin mais qui devra développer de nouveaux services afin de s'assurer de la fidélité de ce dernier.

Le secteur vit d'ailleurs un changement au niveau de sa force de travail. En neuf

ans, il compte 7,6 % d'ouvriers en moins et 7,4 % d'employés en plus.

Mais, à l'avenir, quels seront les profils recherchés dans le secteur ? Ils dépendront du profil des garages. Educam en a isolé quatre. Les « supermarchés », proposant un large assortiment de produits liés à la mobilité. Les « niches », qui proposeront des produits sur mesure pour le client. Les centres de mobilité, qui offriront une large variété de solutions pour se déplacer, et enfin les garages, qui entretiendront une relation solide et à long terme avec des clients locaux. Et chacune de ces organisations, exigera des compétences propres. ■

RENAUD DE HARLEZ