

Agent commercial, un métier résolument pour le 21^e siècle

Emilien FILION - Co-gérant d'IMCA PANELS - 76^e PROMOTION



Lorsque l'on parle du métier d'agent commercial et de courtier, la plupart des Français pensent avant tout à l'agent immobilier. Mais même s'ils sont nombreux et très visibles, jusque dans les médias et les émissions télé, ils restent cependant la partie visible de l'iceberg.

Les secteurs d'activités des agents commerciaux n'ont en effet pas de limites : les services bancaires ou d'assurances, mais aussi des produits du quotidien comme le café, plus techniques comme le matériel agricole et bien évidemment... le bois.

C'est d'ailleurs dans ce domaine qui nous tient à cœur que l'on retrouve depuis longtemps des agents commerciaux. En témoigne la création de la CABD en 1901, la Chambre des Agents en Bois et Dérivés qui regroupe des agents et des courtiers spécialisés dans la vente des produits de toute la filière bois : des arbres sur pied et grumes aux produits de troisième transformation, en passant par tous les produits intermédiaires.

Mais avant d'aller plus loin, rappelons ici en quoi consiste le métier d'agent commercial. Il ou elle est le visage commercial d'une entreprise, commerce ou industriel appelé « mandant » sur un secteur géographique, un secteur d'activité, une typologie de clientèle bien définis. Ses missions sont proches, voire identiques à celles d'un commercial ou technico-commercial : prospection, visite de clients, présentation des produits jusqu'à la vente et dans certains cas, traitement administratif des commandes, suivi des livraisons, etc.

Le mandant peut être situé dans le même pays que l'agent mais également à l'étranger. L'agent devient alors pour lui une force de vente expatriée particulièrement intéressante pour développer son activité à l'export.

Contrairement au commercial salarié, l'agent est totalement indépendant d'un point de vue administratif. Il est, en général, lié « uniquement » à son mandant par un contrat d'agent commercial qui définit le cadre de leur coopération avec quelques notions clés :

- Le secteur géographique. On parle d'un ou plusieurs départements, de régions voire d'un ou plusieurs pays entiers.
 - La typologie de la clientèle. Il est possible qu'un agent ne puisse vendre les produits ou services du mandant qu'à une clientèle précise. Par exemple, l'agent se consacrera uniquement à la vente au réseau de distributeurs professionnels et négociants spécialisés alors que le mandant organise une vente en direct avec les particuliers via son site internet.
 - L'exclusivité : la relation entre le mandant et l'agent se veut normalement exclusive, avec aucun autre personnel ou moyen mis en place par le mandant pour vendre sur le même secteur à la même clientèle (ni salarié, ni autre agent, pas de ventes internet...). Mais a contrario, l'agent s'engage également à ne pas travailler pour un autre mandant qui pourrait faire concurrence au premier.
 - La durée. Comme pour un salarié, on peut parler d'un contrat à durée déterminée, indéterminée ou d'un contrat qui serait régulièrement reconduit.
 - La rémunération par commission. Elle correspond généralement à un pourcentage du Chiffre d'Affaires effectué pour le compte du mandant. Ce pourcentage est très variable en fonction des produits ou services et des secteurs d'activités : on parle dans la plupart des cas d'une commission entre 1 et 15 %.
- Une autre différence avec le commercial salarié qui n'a bien souvent qu'un employeur est la possibilité pour l'agent de représenter plusieurs mandants. Certains parleront alors d'un agent « multicarte ». Une cohérence peut alors s'installer entre ces cartes, soit par la clientèle ciblée soit par la proximité entre les différents produits ou services proposés.

On imagine difficilement un même agent s'adresser à la fois aux particuliers pour la vente de menuiseries bois dans les Vosges et en parallèle de commercialiser des panneaux contreplaqués techniques auprès de l'industrie aéronautique de l'Ouest... Mais rien n'est impossible, tant que cela reste dans le cadre de ses différents contrats.

La diversité des produits, secteurs d'activités ou clients amène cependant une certaine sécurité vis-à-vis des aléas du marché. Par exemple, un agent commercial proposant des panneaux de plexiglas et des panneaux contreplaqués Peuplier, énormément utilisés dans la fabrication de stands pour le marché de l'événementiel, aura pu traverser un peu plus « sereinement » la crise sanitaire liée à la COVID-19 que son confrère qui aurait tout misé sur ce seul marché mis à l'arrêt par le virus.

Autrement dit : « Il ne faut pas mettre tous ses œufs dans le même panier ».

La France n'est pas en tête en ce qui concerne le nombre d'agents commerciaux. Il n'existe pas de statistique officielle car il n'y a pas de code NAF ou registre spécifique pour la profession mais à titre de comparaison, on dénombrait environ 25 000 agents dans l'hexagone contre 265 000 chez nos voisins italiens selon les fédérations respectives des uns et des autres. D'ailleurs, il est bien moins souvent nécessaire de rappeler à nos voisins transalpins en quoi consiste le métier d'agent commercial lors de rendez-vous professionnels, ou non professionnels. Le métier semble faire partie de leur culture, et des traditions qui perdurent.

Le « retard » qu'affiche la France s'explique sans doute par plusieurs raisons. L'agent commercial est en général un travailleur indépendant, ou est associé dans une petite société. Les complexités comptables et administratives françaises peuvent donc vite avoir raison de la motivation d'un jeune diplômé ou d'un salarié à se lancer dans la création de son activité ou de son agence. Ces dernières années, des mesures comme la mise en place du régime simplifié d'auto-entrepreneur puis de micro-entrepreneur ou celles liées au choc de simplification administrative pourraient cependant inciter de plus en plus d'hommes et de femmes à devenir agents ou à créer leur agence.

Le statut d'indépendant comprend également une part d'inconnue voire de risque. Le niveau de revenus de



► Nicolas Tranchant et Emilien Fillion

l'agent n'est pas garanti puisqu'il est complètement lié aux ventes réalisées. Les crises économiques comme celle de 2008 ou une crise sanitaire comme celle que nous connaissons actuellement peuvent fortement impacter les revenus.

Les horaires de travail et même au-delà, l'équilibre entre vie professionnelle et vie privée, sont difficiles à maîtriser car ils dépendent également de la charge de travail et de la nécessité d'effectuer des déplacements. En effet, tout comme le technico-commercial, l'agent peut être amené à réaliser beaucoup de déplacements sur son secteur pour rencontrer ses clients, visiter leurs chantiers et rencontrer ses mandants. Et lorsque ce secteur couvre plusieurs régions, toute la France ou plus, il faut imaginer généralement des semaines complètes de déplacements répétés. Difficile à conjuguer avec la vie familiale, notamment lorsque l'on est jeune parent.

Un autre risque que connaît « en permanence » l'agent commercial est la fragilité des relations avec les mandants, qui sont son unique source de revenus.



► *Panneaux bois-ciment CETRI INCOL*

Il n'est pas rare de voir des agents qui se retrouvent du jour au lendemain sans fournisseur.

Cela peut être pendant une brève période à cause d'une grève qui paralyse l'usine ou pire, à cause d'un accident qui met à l'arrêt un outil de production pendant plusieurs mois, si ce n'est définitivement comme un incendie par exemple.

Pour d'autres raisons, on voit également des mandants rompre le contrat avec l'agent de façon précipitée en raison d'un changement de direction, de politique commerciale, de désaccord sur la gestion d'une crise, etc. Même si le contrat et la loi protègent dans une certaine mesure l'agent commercial, ce dernier peut avoir subitement un impact important sur son activité.

Enfin, l'agent commercial souffre sans doute encore d'un problème d'image auprès du grand public car il est trop souvent associé aux démarcheurs faisant du porte-à-porte pour vendre des produits et services à l'utilité et/ou la qualité douteuse. Image heureusement vite effacée lorsque l'on connaît un peu mieux le métier d'agent et le niveau de technicité que celui-ci demande. Parfois, il est aussi nécessaire de gagner la confiance des clients professionnels en mettant en évidence la valeur ajoutée de l'agent car certains ne voient d'abord en lui qu'un intermédiaire qui ajoute quelques pourcents sur le prix d'achat.

Le métier d'agent commercial apparaît pourtant de plus en plus en lien avec le monde professionnel qui se dessine jour après jour.

Une part grandissante de services dans les TPE, PME et grandes entreprises tendent à s'externaliser. Par exemple, on voit aujourd'hui des services indépendants d'accueil téléphonique, de prospection, de comité d'entreprise, de paie ou d'archivage. Faire appel à un ou plusieurs agents permet de reprendre les fondamentaux de l'externalisation pour la partie commerciale : gagner du temps, intégrer une expertise rapidement, réduire les coûts liés au salarié mais également à son poste de travail, son véhicule, etc.

Travailler avec un agent peut, dans une certaine mesure, permettre également de bénéficier de son image. De nombreux agents et agence commerciale ont une bonne réputation issue de nombreuses années de présence sur le marché. En mettant en avant un nouveau mandant, l'agent témoigne auprès de sa « clientèle historique » qui lui fait confiance, du sérieux de celui-ci.

À l'inverse, certains clients sollicitent les agents qu'ils connaissent pour leur trouver un fournisseur sur un produit qu'ils n'arrivent pas à sourcer. L'agent peut alors faire jouer son réseau de clients, de mandants et de contacts tout simplement. C'est d'autant plus le cas pour un agent à dimension « internationale », pouvant facilement aider une TPE ou PME qui n'a pas forcément les moyens de sélectionner un fournisseur à l'étranger.

Cette facette internationale de beaucoup d'agents et d'agences peut également être une chance pour de nombreuses entreprises françaises qui souhaiteraient exporter.

Les associations et fédérations d'agents commerciaux de chaque pays peuvent aider dans cette mise en relation.

Comme beaucoup, je ne connaissais pas le métier d'agent commercial avant mon arrivée à Nantes, et je l'ai découvert un peu « par hasard » lors de mes études d'ingénieur à l'ESB. En fin de première année, nous étions invités à participer au Carrefour du Bois en tant que stagiaire pour accompagner et aider des exposants étrangers : mise en place du stand, traduction, accueil des visiteurs... C'est à cette occasion que j'ai rencontré Klaus-Peter Henk, acheteur de grumes et agent commercial allemand sur le marché français pour le compte d'une scierie et d'une fabrique de poutres lamellé-collées.

Séduit par le métier, par l'internationalité qu'il pouvait amener dans ma future vie professionnelle et déjà persuadé qu'une vie d'entrepreneur indépendant me satisferait mieux, je décidais de prendre cette direction lors de mon parcours à l'ESB : séjour Erasmus en Finlande, stages en Allemagne puis en Estonie, choix de l'option Commerce International du Bois en dernière année et création d'une activité d'auto-entrepreneur avant même l'obtention du diplôme avec pour objectif d'aider à la mise en relation entre constructeurs de MOB et de maisons en bois massif empilé français et estoniens.

Un an plus tard, c'est grâce au réseau de l'AIESB que je faisais à nouveau une rencontre professionnelle de celles qui initient un tournant dans une carrière. Yves-Marie et Antoine Buirette, père et fils associés chez IMCA PANELS cherchaient un repreneur pour leur agence commerciale spécialisée panneaux bois, tout en proposant d'assurer une période de transition aussi longue que nécessaire. Une démarche indispensable pour maintenir une bonne confiance avec la clientèle et les mandants. Après deux ans, fin 2015, je m'associais à un ami ingénieur, Nicolas Tranchant, pour reprendre l'agence commerciale. L'occasion étant assez rare, j'en profite pour remercier ici ces quelques personnes qui m'ont permis d'avancer vers ce métier d'agent que j'aime : Klaus-Peter Henk, Yves-Marie et Antoine Buirette et mon associé et ami Nicolas Tranchant.

Aujourd'hui, IMCA PANELS garde toujours la même spécialité : les panneaux bois et dérivés avec notamment une large gamme de contreplaqués (Peuplier, Bouleau, bruts ou revêtus...), des panneaux bois massifs (triplis, lattés, lamellé-collés...) ou encore des panneaux de particules bois liées au ciment, un produit de niche aux nombreux usages qu'il est encore nécessaire de faire découvrir auprès de professionnels de différents secteurs.

Nous couvrons toute la France et la Belgique pour des mandants situés principalement en Italie et en République Tchèque.

Il me semble aujourd'hui que le métier d'agent puisse attirer de plus en plus la nouvelle génération de diplômés de l'ESB.

Le phénomène d'externalisation évoqué plus avant peut les y inviter mais c'est aussi un métier qui peut correspondre aux aspirations de la génération Z (à noter que je n'aime pas « catégoriser » les personnes mais des tendances semblent tout de même se dégager lorsqu'on lit des études).

Une grande proportion d'entre eux se voit un jour créer une entreprise et être entrepreneur, sans avoir à recevoir d'ordres d'un patron. L'agent est cet entrepreneur « type », à l'indépendance totale même si, soyons honnêtes, la position entre clients et mandants amène quand même une certaine hiérarchie.

La volonté de réellement s'épanouir dans son travail compte plus que pour les générations précédentes. Au-delà d'aimer son métier, l'agent commercial est également libre d'orienter son activité, ses actions vers ce qu'il aime : son cadre de travail, le choix d'une clientèle professionnelle ou de particuliers, la zone géographique d'action et donc de déplacements, le choix des produits qu'il vend... De nombreux agents sont clairement passionnés par leur métier et les conditions de travail qu'il procure.

Cet épanouissement passe également par la recherche de diversité dans le travail. Je prendrais là l'exemple d'une journée comme je peux régulièrement en connaître. Il ne m'est pas rare de faire en quelques heures une visite auprès d'un client, de la comptabilité,

du traitement de commandes, de la traduction pour un fournisseur, de la gestion de ses réseaux sociaux, sans compter la réponse aux nombreux appels et emails quotidiens. L'agent s'ennuie rarement, et le rythme semble même s'accélérer. Les nouvelles technologies amènent toujours plus de possibilités, et de sollicitations...

Le métier d'agent commercial reste encore méconnu en France, en dépit d'une ancienneté certaine, y compris dans le domaine du bois.

Malgré l'absence de nomenclature d'activité le concernant, il peut tout à fait s'exercer dans un cadre légal bien défini, au travers notamment des contrats signés avec les mandants. La législation évolue d'ailleurs petit à petit pour en faciliter l'exercice, notamment d'un point de vue administratif.

Indépendant et autonome, le plus souvent passionné, c'est aussi un métier « coup de cœur » qui peut clairement s'adresser aux jeunes, et aux moins jeunes, diplômés de l'ESB. Mais au-delà de la formation, c'est surtout un grand sens du relationnel avec les clients et partenaires et un intérêt certain pour ses produits qui sont les clés de l'épanouissement professionnel pour l'agent commercial. ■

Références :

IMCA PANELS www.imca-panels.fr

CABD www.agents-bois.fr

APAC www.apacfrance.com

CETRIS www.cetris.cz