



COMMERCE ET RÉPARATION DU DEUX-ROUES MOTORISÉ

Le marché du deux-roues motorisé

> TYPOLOGIE DES COMMERCE ET GÉOGRAPHIE DES ACTEURS

Le secteur du deux-roues motorisé rassemble les entreprises qui vendent, réparent et entretiennent les scooters, motocycles, tricycles ou quads.

5 956 entreprises
10 832 salariés

(sources : INSEE, SIRENE 2012 et ACOSS 2013)

L'activité du secteur est réalisée par :

- **Les concessionnaires motocycles.** Ils vendent des véhicules neufs dans le cadre d'un contrat de concession, multimarque ou d'exclusivité, avec un ou plusieurs constructeurs-importateurs de motocycles. Les contrats d'exclusivité sont les plus répandus, le multimarquisme concerne davantage des marques

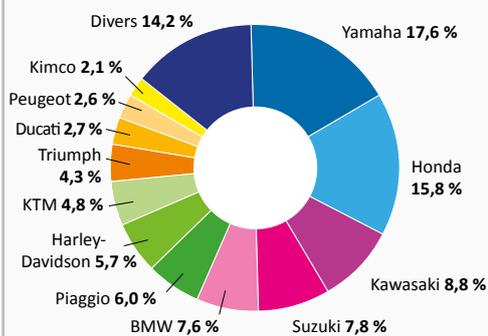
« complémentaires » et dépend des opportunités locales. Cependant, avec la poursuite de la crise, les contrats multimarques se développent. Ils vendent également des véhicules d'occasion, des équipements pour la moto ou le motard et disposent d'un atelier pour l'entretien et la réparation des véhicules.

- **Les garages motocistes.** Ils exercent principalement une activité d'entretien et de réparation de véhicules (scooter, motocycles, quads) et de vente de véhicules d'occasion. Ces entreprises peuvent aussi déployer une activité complémentaire (cycle, motoculture, plaisance par exemple).

- **Les réparateurs rapides et accessoiristes.** Ils vendent des accessoires et des équipements pour le scooter ou la moto, dans le cadre d'un contrat de franchise (par exemple Dafy, Moto Axxe ou Moto Expert). Ces enseignes proposent une activité d'entretien et de réparation au sein du magasin : station de montage ou atelier de service rapide. Elles peuvent développer une activité de vente en ligne d'équipements et d'accessoires moto.

Les entreprises du commerce et de la réparation de motocycles sont principalement de très petites entreprises puisque la moitié d'entre elles, soit près de 3 000, sont des réparateurs ou des vendeurs qui travaillent seuls, sans salarié. Les entreprises qui emploient des salariés comptent en moyenne 3,6 salariés par entreprise.

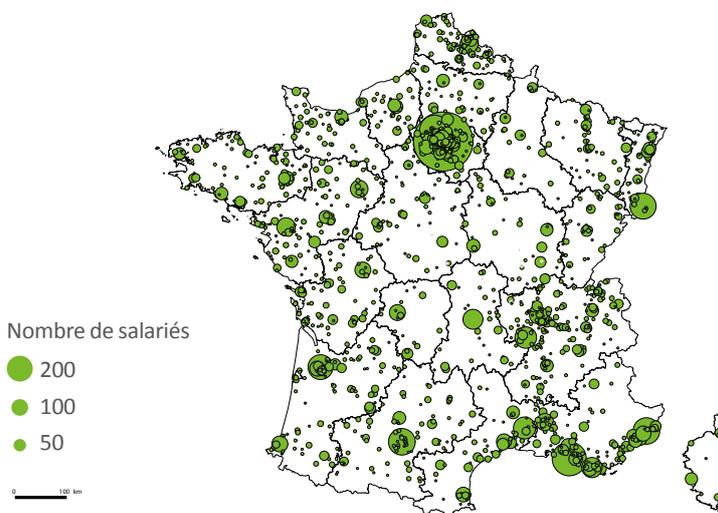
Parts de marché des marques de deux-roues motorisés



Source : CCFa 2012 - vente de VI neufs

Le marché du motocycle en France se partage entre plus de 80 marques dont les quatre principaux importateurs sont japonais (Yamaha, Honda, Kawasaki et Suzuki) et détiennent 50 % de parts de marché.

Emploi salarié dans le secteur du deux-roues motorisé en 2013



Source : ACOSS 2012

L'emploi est particulièrement présent dans les régions où le marché de la moto est le plus développé : Île-de-France, PACA et Rhône-Alpes, ainsi que dans les grands centres urbains de l'ouest de la France (Nantes, Bordeaux, Toulouse). En termes d'emploi, la région PACA est particulièrement dense, c'est aussi la région qui rassemble le plus grand nombre de véhicules par rapport à sa population.



> UN MARCHÉ DE LA VENTE EN DÉCROISSANCE

Au cours des années 2000, le marché de la moto a enregistré une forte croissance en raison d'une conjoncture économique favorable et ce quels que soient les types de véhicules. La saturation des routes par les automobilistes et l'évolution de la réglementation (équivalence des permis B / 125 en 1996) ont permis le développement du marché des motos légères. Pendant cette période, de nombreux automobilistes ont fait l'acquisition d'une moto ou d'un scooter de 125 cm³ pour améliorer leur mobilité et échapper aux embouteillages, contribuant à développer le marché de la moto « utilitaire ».

Après une longue période de progression, le marché de la moto s'est fortement dégradé à partir de 2009 et ne cesse de perdre du volume de vente.

Le marché des ventes de véhicules neufs en France



Source : Officiel du cycle et du motocycle 07/14 - N° 3828.

La moto est considérée comme un « achat coup de cœur » fortement réactif à la conjoncture économique, à la sortie de nouveaux produits et aux contraintes réglementaires. La météo peut aussi influencer les ventes.

Les immatriculations de motos et scooters de 125 cm³ continuent de diminuer pour atteindre moins de 50 000 unités vendues neuves en 2013, alors qu'il s'en est vendu près de 120 000 en 2008. Sur le marché de la moto « utilitaire », le 3 roues motorisé est le seul modèle qui continue actuellement de progresser. Les motos de plus forte cylindrée, marché des motards « passionnés », enregistrent aussi une baisse des ventes mais résistent davantage à la crise.

Cependant, le marché de la moto est surtout un marché de l'occasion : 72 % des motos achetées en 2013 ont été achetées d'occasion, auprès d'un particulier (71%), d'un concessionnaire (14%), ou d'un spécialiste moto VO (11%). (source : Gipa, 2014).

Le marché du cyclomoteur (50 cc), divisé par deux sur les cinq dernières années, est à la fois en déclin et en mutation. Auprès d'une clientèle adolescente, le cyclomoteur est entré dans une période de décroissance structurelle liée à l'accidentologie, aux coûts des assurances et au

développement des transports en commun dans les grandes zones urbaines. De plus, les évolutions sociétales telles que la réduction du temps de travail des parents ou le développement des moyens de communication (smartphone, réseaux sociaux ...), réduisent le besoin d'autonomie et de communication qui pouvait passer par le cyclomoteur.

Ce produit se développe aujourd'hui davantage auprès des entreprises, notamment celles qui proposent des services à domicile (livraison de colis ou de repas par exemple) ou possèdent des flottes administratives. **Cette réorientation vers une nouvelle forme de clientèle en « b to b » conduit les entreprises à déployer une nouvelle activité commerciale.**

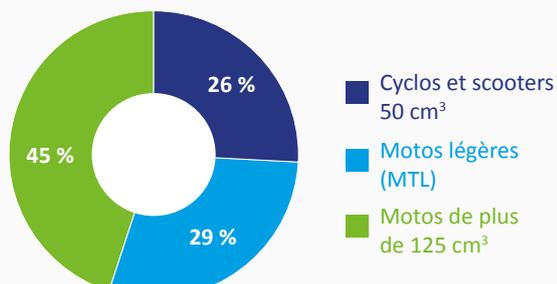
La forte réduction des ventes de motos neuves a contraint les entreprises à développer d'autres activités pour compenser la perte des marges : service après-vente (SAV), ventes d'équipements et accessoires notamment.

> UN MARCHÉ DE L'APRÈS-VENTE EN DIMINUTION

Une part importante du marché de l'après-vente moto échappe aux professionnels, le phénomène du « do-it-yourself » étant très répandu : près d'un motard sur deux entretient lui-même son véhicule.

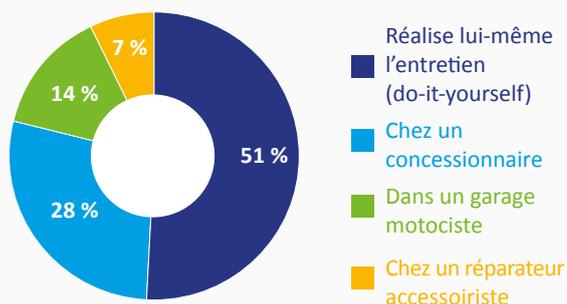
Si la part de marché du concessionnaire est deux fois plus élevée que celle du garage motociste, on note également, comme dans l'automobile, que le nombre des entrées-atelier des concessionnaires et des accessoiristes diminue alors que celui des garages motocistes progresse (source Gipa).

Parc du deux-roues motorisé : 3,8 millions de véhicules



Source : SOES, Enquête 2RM 2012, Parc de véhicules en circulation.

Comment le motard entretient son véhicule



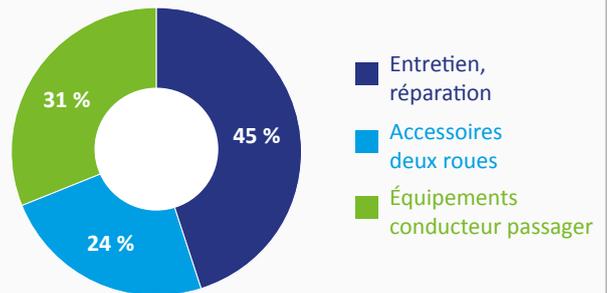
Source : Gipa, 2014

Le marché de l'après-vente en baisse

- La baisse des ventes de motos neuves et l'évolution technologique des motorisations contribuent au **vieillessement du parc moto** (6,9 ans en 2005 et 9,6 ans en 2014).
- De plus, **les motos roulent moins** (le kilométrage au compteur est passé de 36 376 km en 2005 à 33 583 km en 2014).
- **En conséquence, les dépenses d'entretien diminuent** : la dépense annuelle moyenne pour l'entretien de la moto est passée de 424 € à 344 € entre 2008 et 2014.

source : Gipa, 2014

Répartition des dépenses annuelles pour la moto



Source : Gipa, 2014

Le développement d'internet comme circuit d'achat de pièces ou d'obtention de conseils techniques contribue à la progression du do-it-yourself : un motard sur quatre a déjà acheté des accessoires, des pneus ou des pièces sur internet et près d'un sur deux utilise les forums moto pour y chercher des informations techniques.

Les activités

> L'IMPACT D'INTERNET SUR LES MANIÈRES DE VENDRE

L'activité de vente de motocycles s'est transformée avec le développement d'internet, comme pour une grande partie des activités commerciales tous secteurs confondus.

Auparavant, l'univers de la moto était un espace « communautaire », dans lequel le magasin de moto était un lieu de rencontre entre motards passionnés et professionnels considérés comme « spécialistes ». Avec la généralisation d'internet, l'espace de rencontre se déplace sur les sites des marques et les forums d'utilisateurs. L'acheteur, renseigné sur internet, se déplace en magasin pour concrétiser l'acte d'achat. En conséquence, l'activité du vendeur évolue : la phase amont de la vente (présentation des produits, conquête, séduction) tend à se réduire tandis que la phase aval (renseignements techniques et vente de produits additionnels) augmente. **Ainsi, l'actualisation des connaissances des vendeurs sur les produits (caractéristiques techniques) et la réglementation (ex : nouveaux permis) sont deux enjeux prioritaires de la formation des vendeurs.**

Afin de compenser la baisse du relationnel et de nourrir cet esprit « communautaire », un grand nombre de magasins de motos organisent des « événements » autour de la moto : salon de la moto, ballades, rallies, rassemblement festifs autour d'un thème (vintage, américaines ...). Ces activités entraînent également le développement de nouvelles compétences.

> LA DIVERSIFICATION DES VENTES

Pour compenser la baisse des ventes de motos, la vente d'assurance, de financement et d'équipements complémentaires, associée à l'achat d'un deux-roues, se développe. Ces évolutions conduisent le vendeur à maîtriser les caractéristiques de ces ventes additionnelles.

Dans certains commerces, des espaces spécialisés dans la vente d'accessoires apparaissent et des postes sont dédiés à cette activité.

> LA MAINTENANCE ET LA RÉPARATION DE VÉHICULES

Contrairement à l'automobile, où l'introduction des nouvelles technologies utilisant l'électronique s'est faite progressivement depuis 15 ans, la moto a subi, ces dernières années, un passage rapide vers des systèmes à gestion électronique : les systèmes d'injection, de freinage, de traction, de suspension sont désormais pilotés par l'électronique.

Tous les postes de la moto ont évolué en ce sens pour répondre :

- de des normes anti-pollution mises en place par la réglementation européenne (injection, pot catalytique)
- aux attentes des consommateurs en matière de sécurité (généralisation du freinage ABS, de l'anti-patinage des roues, de l'airbag, multiplication des témoins d'alerte de sécurité) et de confort (poignées et selles chauffantes, radio, GPS ...).

Réglementation européenne

A partir de 2016, les motos et scooters dont la cylindrée est supérieure à 125 cm³ devront disposer de série d'un système d'antiblocage des roues (ABS). Certains constructeurs le font déjà sur une partie de leur gamme (BMW ou Honda par exemple) et de nombreux autres proposent ce dispositif en option.

Les véhicules devront également être équipés de feux à allumage automatique (fonctionnant dès que le contact est mis).

Les normes anti-pollution seront également renforcées. Les deux-roues répondent actuellement à la norme Euro 3. A partir de 2016, les motos devront se conformer à l'Euro 4 puis ce sera le tour des cyclomoteurs en 2017. Tous les deux et trois-roues devront répondre à la norme Euro 5 en 2020.

Afin de vérifier le bon fonctionnement de ces systèmes anti-pollution mais aussi de tout le système électrique, les constructeurs devront équiper les deux-roues, trois-roues et quadricycles d'un système de diagnostic embarqué (OBD) pour permettre un diagnostic plus précis.

La maintenance et la réparation évoluent sous l'effet de la généralisation de ces systèmes électroniques et nécessitent l'utilisation croissante d'outils de diagnostic électriques / électroniques ou de systèmes de lecture de diagnostics embarqués. Ces derniers viennent en complément des diagnostics purement mécaniques, encore majoritaires. Les équipements mécaniques et les systèmes électroniques sont interdépendants, un dysfonctionnement mécanique entraînant très souvent un défaut électronique.

Le mécanicien moto intervient également sur les éléments de carrosserie, même s'il s'agit le plus souvent d'échange standard plutôt que de réparation, dans le cadre d'un accident notamment. Enfin, le vieillissement du parc moto induit le développement des activités dites d'usure dans les ateliers (ex : amortisseurs, disques de freins ...).

L'emploi

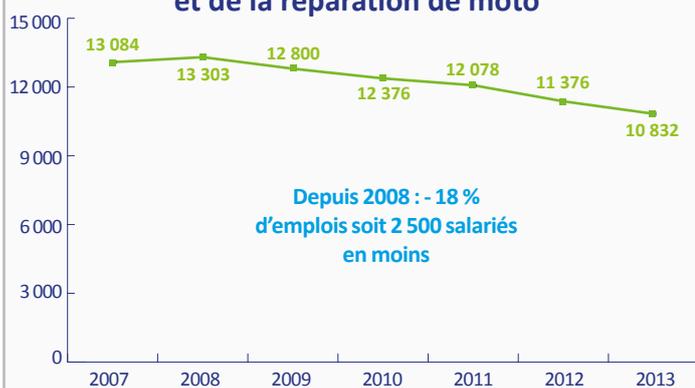
> EN 2013, LE SECTEUR DU MOTOCYCLE EMPLOIE 10 832 SALARIÉS.

Après avoir connu une longue période de progression au début des années 2000, l'emploi dans le secteur diminue depuis 2009. Entre 2008 et 2013, ce secteur a perdu près de 2 500 salariés, soit une baisse de 18 %.

L'emploi dans le secteur du deux-roues motorisé est peu féminisé puisque seulement 18,5 % des salariés sont des femmes. C'est le secteur le plus jeune de la branche des services de l'automobile, avec une moyenne d'âge de 34 ans contre 37 ans dans la branche. La part des salariés de plus de 55 ans est relativement faible : 7,3 % contre 10,8 % dans la branche. On observe un turnover très élevé (27 %, soit dix points de plus que dans l'ensemble de la branche).

Ce secteur recourt fortement à l'alternance dans la gestion de sa main d'œuvre puisque la part des apprentis et stagiaires (11 %) est près de deux fois plus élevée que dans l'ensemble de la branche.

Évolution des salariés du commerce et de la réparation de moto



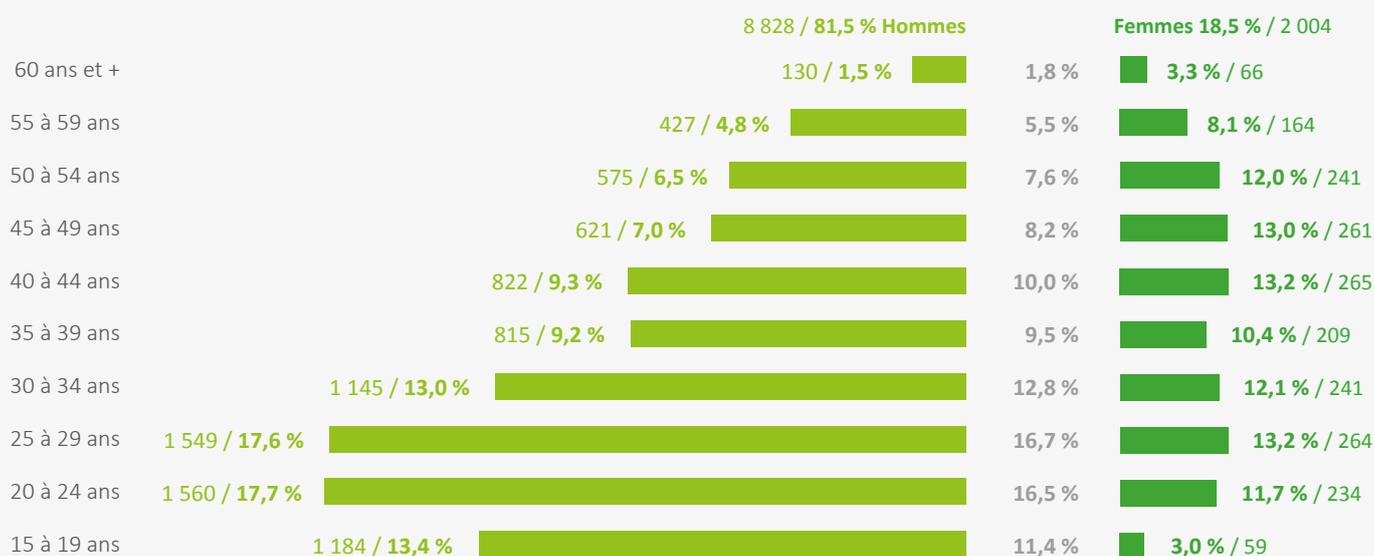
Source : ACOSS

Les salariés du deux-roues motorisé par catégorie socio-professionnelle (CSP)



Source : INSEE DADS, 2011

Pyramide des âges dans le secteur du motocycle



Source : IRPAUTO 2013

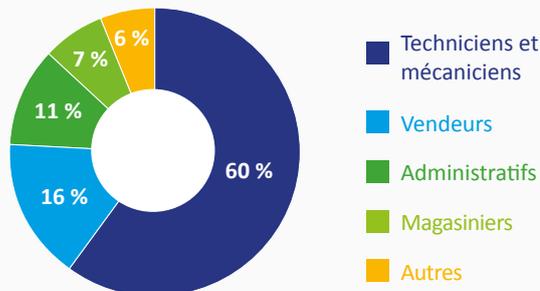
> LE RECRUTEMENT

Les besoins en recrutement restent importants en raison du turn-over élevé.

3 293 embauches ont été réalisées en 2012 dont 60 % à des postes de techniciens ou de mécaniciens, soit près de 2 000 personnes. Le taux d'embauche demeure important malgré la baisse générale de l'emploi, pour suppléer aux nombreux départs (source : Rapport de Branche 2012 et Enquête Recrutement 2012).

Les embauches se font majoritairement en CDI (59 %), à un taux plus faible cependant que celui rencontré dans la branche (78 % des embauches réalisées directement en CDI).

Les recrutements par type d'emploi dans les entreprises du motocycle



Source : ANFA, Enquête recrutement 2012

La formation

> LA FORMATION DES SALARIÉS

36 % des entreprises ont fait suivre un stage de formation à au moins un de leurs employés (source : ANFA, Enquête Motocycle 2013). Ces formations sont souvent organisées par les équipementiers ou les importateurs de motos et sont principalement sur la dimension technique du métier.

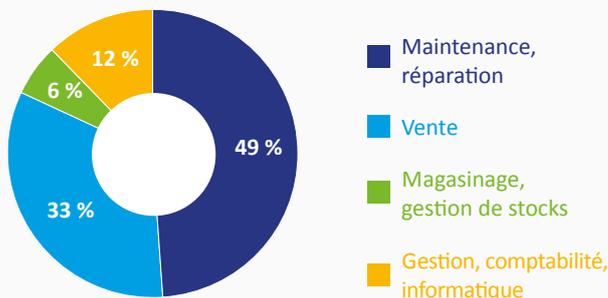
> LA FORMATION INITIALE

En 2013-2014, la filière motocycle compte 3 538 jeunes en formation, dont la grande majorité prépare un bac professionnel (68 % des effectifs).

La filière compte aussi un CAP qui rassemble 25 % des effectifs en formation. La part des jeunes en BTS reste modeste (5 % des effectifs) mais a fortement progressé : sur les cinq dernières années, les effectifs en CAP ont diminué de 20 %, ceux en bac pro ont été multipliés par deux et ceux en BTS par trois.

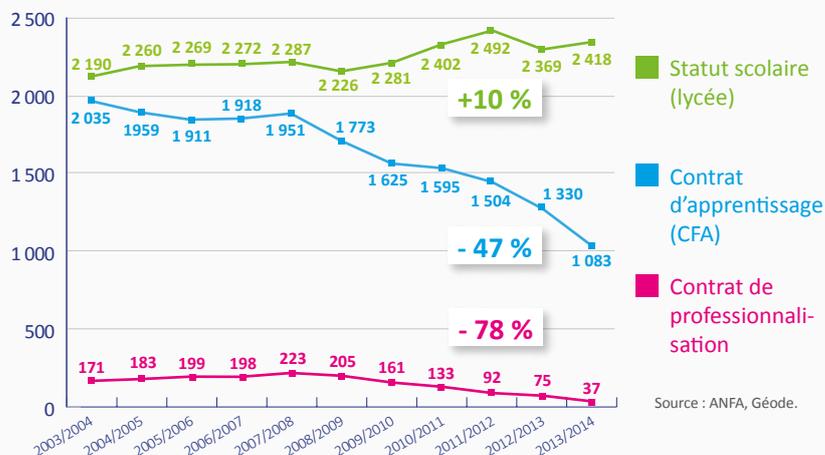
Globalement, sur l'ensemble de la filière motocycle, les effectifs ont diminué de 20 % depuis 10 ans, avec de grandes disparités selon les modes de formation. Alors que les effectifs en apprentissage ont été divisés par deux, les effectifs en lycée ont progressé de 10 %. L'apprentissage s'adaptant au marché et aux fluctuations d'emplois, le nombre d'apprentis diminue consécutivement à la baisse de l'emploi dans le secteur. Ce n'est pas le cas pour la filière en lycées qui continue d'ouvrir des sections alors même que l'emploi diminue dans le secteur. La progression des effectifs en lycées témoigne probablement de l'attractivité de cette filière auprès des jeunes.

Domaine de formation des stages de formation continue



Source : ANFA, Enquête Motocycle 2013

Évolution des effectifs dans la filière moto par mode de formation entre les rentrées 2003 et 2013



Source : ANFA, Géode.

3 538 jeunes en formation dans la filière motocycle en 2013-2014

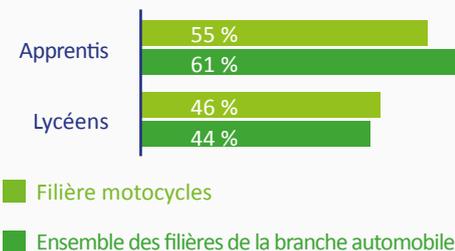


Source : ANFA

> L'INSERTION PROFESSIONNELLE DES JEUNES

En 2013, 55 % des apprentis et 46 % des lycéens de la filière motos ont trouvé un emploi. Le taux d'emploi ne cesse de diminuer puisqu'en 2011 il était de 62 % pour les apprentis et 54 % pour les lycéens.

Taux d'emploi sept mois après la sortie de formation

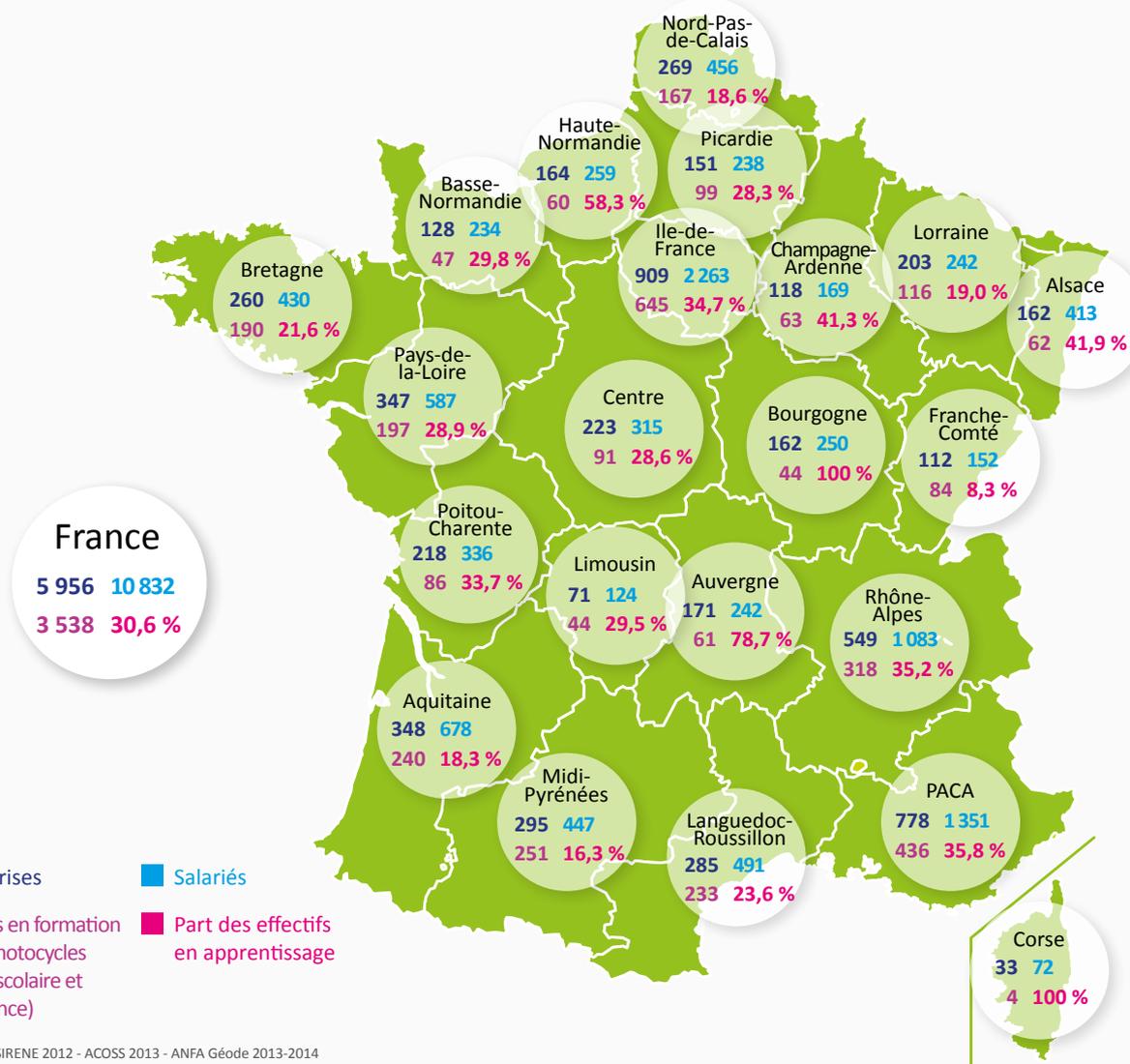


Source : MEN, enquêtes IVA et IPA 2013



Les jeunes apprentis sont plus nombreux à trouver un emploi à la fin de leur formation et atteignent plus facilement le secteur d'activité ciblé par leur formation. En effet, 34 % des apprentis de la filière moto ont trouvé un emploi dans la branche des services de l'automobile, contre 6% des lycéens.

Les indicateurs emploi / formation du deux-roues motorisé



Source : INSEE SIRENE 2012 - ACOSS 2013 - ANFA Géode 2013-2014

Retrouvez toutes les publications de l'Observatoire sur www.anfa-auto.fr/observatoire

Observatoire ANFA

2 rue Capella- 44470 Carquefou
Tél. : 02 44 76 21 50
observatoire@anfa-auto.fr • www.anfa-auto.fr

Directeur de la publication : Patrice OMNES

Directeur de rédaction : Stéphane PAUTET

Rédaction : Valérie CHIRON

Édition et création : Service Communication ANFA