

15^{ème} Commission professionnelle consultative

**BREVET DE TECHNICIEN SUPÉRIEUR
COMMERCE INTERNATIONAL À RÉFÉRENTIEL COMMUN
EUROPÉEN**

RAPPORT D'OPPORTUNITÉ

Le groupe d'étude sous la direction de
Dominique Catoir, IGEN

19 mars 2019

INTRODUCTION

Le BTS Commerce international à référentiel commun européen (CIRCE) a été créé par l'arrêté du 24 juillet 2007, avec une première session d'examen en 2009. Le référentiel du BTS a fait l'objet de plusieurs modifications en 2008, 2011 et 2012, concernant les épreuves de langues (E2) et les épreuves professionnelles (E4, E5 et E6). De même, en 2011, il a fait l'objet d'une expérimentation avec le BTS « Transport et prestations logistiques » pour intégrer la « modularisation ».

Un groupe de travail a été constitué en novembre 2018 pour réaliser une étude d'opportunité sur la rénovation du BTS, suite à l'avis rendu par la CPC quant à l'évolution du diplôme, le 31 mai 2018. Les arguments favorables pour mener une telle étude étaient :

- la place et l'évolution du commerce international et des métiers de l'import-export dans l'économie française et particulièrement celle des PME,
- la place et l'évolution du digital dans ce domaine professionnel (télé procédures, dématérialisations prévues par la législation européenne, utilisation des sites de marché, etc.),
- les rénovations des autres BTS dits commerciaux, le BTS « Négociation et digitalisation de la relation client » (rentrée 2018), le BTS « Management commercial opérationnel » (rentrée 2019) et le BTS « Technico-commercial » (en cours), et le nouveau programme de culture économique juridique et managériale entrant en application en 2018 pour les BTS rénovés,
- la réécriture des référentiels en blocs de compétences.

Le groupe de travail national est constitué de 10 personnes :

- deux professeurs enseignant depuis de nombreuses années dans ce BTS,
- trois inspecteurs en charge du diplôme au niveau national et/ou académique,
- quatre professionnels dont trois conseillers du commerce extérieur,
- la responsable de la 15e CPC (DGESCO),
- l'inspecteur général en charge de ce diplôme.

Lors de la première réunion de travail (6 novembre 2018), une méthodologie d'étude a été élaborée sur la base de diverses documentations disponibles. Celles-ci ont été abondées au fur et à mesure de l'étude. Au-delà de l'étude documentaire et de la discussion avec divers professionnels lors des réunions du groupe, l'étude s'est fondée principalement sur :

- Des entretiens semi-directifs auprès des employeurs d'entreprises de secteurs et de taille très divers, majoritairement des PME.
- Des enquêtes auprès des enseignants (remontées qualitatives auprès des inspecteurs), des inspecteurs et des anciens étudiants (questionnaire en ligne).
- Des auditions de personnalités choisies pour leur expertise ou leurs champs d'intervention dans le commerce international.
- Un atelier d'échange avec tous les professeurs du BTS CI du réseau Netinvet et les responsables de réseau (le jeudi 17 janvier 2019).

Sommaire

INTRODUCTION	2
I. L’impact des évolutions de l’environnement international sur les entreprises et les métiers	5
1.1. Les facteurs économiques	5
1.1.1. Les tendances	5
1.1.2. Les impacts métiers et compétences	6
1.2. Les facteurs techniques et technologiques	6
1.2.1. Les tendances	6
1.2.2. Les impacts métiers et compétences	7
1.3. Les facteurs organisationnels	7
1.3.1. Les tendances	7
1.3.2. Les impacts métiers et compétences	8
1.4. Les facteurs réglementaires	8
1.4.1. Les tendances	8
1.4.2. Les impacts métiers	8
1.5. Les facteurs liés au développement des risques	9
1.5.1. Les tendances	9
1.5.2. Les impacts métiers et compétences	9
II. Le BTS Commerce international, un diplôme et une formation reconnus et appréciés	10
2.1. Des effectifs relativement stables, une formation reconnue	10
2.2. L’insertion professionnelle et la poursuite d’études	10
2.3. Une formation qui contribue au développement de l’internationalisation des PME	11
III. Les métiers du commerce international : des compétences et des techniques spécifiques au service de la relation client/fournisseur à l’international	13
3.1. La diversité des secteurs d’activité	13
3.2. Des emplois difficiles à quantifier mais des perspectives pour des niveaux BAC +2	13
3.2.1. Les emplois dans le commerce international à BAC+2 et leurs dénominations....	14
3.2.2. Le métier d’assistant/gestionnaire import-export.....	14

3.3. Les compétences attendues pour répondre aux évolutions des métiers	16
3.3.1. La maîtrise de l'anglais	16
3.3.2. Les techniques du commerce international.....	16
3.3.3. La relation client/fournisseur et sa dimension interculturelle	18
3.3.4. La digitalisation, les usages et outils numériques	19
3.3.5. La veille sur l'environnement de l'entreprise	19
3.3.6. La communication écrite et orale en français et en langue étrangère	20
3.3.7. La gestion commerciale.....	21
3.3.8. Les compétences d'adaptation, de résolution de problème et de travail collectif .	21
3.3.9. L'entrepreneuriat, l'intrapreneuriat et la proactivité	21

Conclusion : La rénovation, une nécessité pour répondre aux enjeux des métiers de l'import-export.....	23
---	-----------

I. L'impact des évolutions de l'environnement international sur les entreprises et les métiers

Les évolutions sectorielles et internationales ont un impact sur les métiers représentés au sein de la branche import-export¹. Si elles n'ont qu'une influence limitée sur la structure de la « cartographie » des métiers, elles ont en revanche des conséquences sur les compétences devant être maîtrisées pour les salariés qui exercent ces métiers. Seuls ont été repris ici les facteurs ayant un impact direct sur les métiers et les compétences des salariés de la branche. Tous les facteurs d'évolution listés ci-dessous ainsi que leurs conséquences sont en cours. Les impacts n'ont pas la même intensité pour toutes les entreprises de la branche, en fonction de leur famille et de leur marché.

Cette analyse est issue de l'étude prospective import-export 2016, intitulée « Repérage des évolutions sectorielles et analyse de leurs impacts sur les activités des entreprises et des salariés ».

1.1. Les facteurs économiques

1.1.1. Les tendances

En lien avec la concurrence :

- Renforcement continu de la concurrence :
- Augmentation du nombre d'exportateurs français : tendance qui repose sur un afflux d'exportateurs « entrants », dont 2/3 de primo-exportateurs, et une baisse des exportateurs « sortants ». Plus précisément, cette hausse correspond essentiellement à un afflux de petites entreprises tournées vers l'Amérique, notamment les États-Unis et vers les pays hors Union européenne.
- Émergence de nouveaux types d'acteurs :
 - . Les « *micro-multinationales* » : entreprises intégrant une double dimension : petites et transfrontières à la fois. Start-up, microentreprises ou même individuels se retrouvent, souvent dès leur création, dans des logiques mondiales, multi-pays, et peuvent être à l'origine de micro-supply chains.
 - . Les « *emerging market-multinationales* » : ces entreprises se présentent en nouveaux concurrents des entreprises multinationales occidentales. De taille plus modeste, elles se distinguent par des pratiques d'affaires assez peu conventionnelles : grande rapidité d'exécution, rapport positif au risque qui leur permet de pénétrer des marchés parfois difficiles, une capacité à se connecter avec un très grand nombre d'interlocuteurs, la recherche d'un jeu gagnant-gagnant avec les partenaires, etc.
- Fragilité des petits exportateurs et des exportateurs récents : des facteurs propres aux PME : coût à supporter, compétences et connaissances nécessaires (langues). Des facteurs propres à l'État : dispositif public d'appui à l'export qui peut apparaître peu lisible et qui ne prend pas encore suffisamment en compte les PME. Mais des évolutions positives récentes.
- Des facteurs propres aux difficultés de coopération entre entreprises : coopérations inter-entreprises, par exemple en matière de portage de PME qui aboutissent trop rarement à des résultats sur le terrain.

¹ Il s'agit des entreprises entrant dans le champ de la Convention Collective Nationale des entreprises de commission, de courtage et de commerce intracommunautaire et d'importation exportation de France métropolitaine (CCNIE n°3100)

En lien avec l'environnement international :

- Évolution du contenu des échanges et montée en puissance des services : augmentation de 13,4 % par an sur la dernière décennie. Phénomène qui devrait se poursuivre, voire s'accroître à l'avenir pour la quasi-totalité des pays, notamment en raison du contenu plus élevé des biens manufacturés en services et à la croissance des échanges numérisés.
- Essor économique, parfois rapide, des pays en développement (notamment des plus grands) et des pays émergents : depuis les 15 dernières années et l'importance croissante de leur offre dans le commerce international depuis 2000.
- Ralentissement de la croissance du commerce mondial.
- Relocalisation des chaînes de valeur mondiales : les changements relatifs aux coûts de production et aux coûts commerciaux, l'essor de l'Asie et des économies émergentes dans d'autres parties du monde et plus récemment l'émergence de l'Afrique ont des répercussions sur les routes commerciales.

1.1.2. Les impacts métiers et compétences

Familles de métiers impactées	Nature des impacts
Famille Commerciale	<ul style="list-style-type: none">- Nécessaire renforcement des compétences liées à la stratégie commerciale (management commercial) et à l'analyse de secteur, à la gestion, à la finance et à la veille concurrentielle (commerciaux).- Nécessaire renforcement des compétences liées à la capacité à vendre une offre globale, une solution et pas seulement des produits.- Renforcement de l'articulation entre les équipes commerciales et la fonction de support technique, qui devient incontournable, les commerciaux étant centrés sur les principales gammes de produits.- Nouvelles compétences requises dans le domaine juridique (obligation d'information du client et prévention de l'utilisation illégitime des produits).- Développement de profils de commerciaux qui commercialisent uniquement du service (chargés d'affaires location).
Famille Marketing	<ul style="list-style-type: none">- Face au développement de la concurrence et de marques à faible prix, nécessaire renforcement des compétences en matière de « branding management ».- Nécessaire renforcement des compétences en matière de stratégie commerciale et marketing en vue du développement de nouvelles offres et de la prospection de nouveaux marchés.
Famille ADV (Administration des ventes)	<ul style="list-style-type: none">- Évolutions organisationnelles en cours tendant à concentrer les commerciaux sur les activités à plus forte valeur ajoutée et à déporter une partie de la relation commerciale sur l'administration des ventes, d'où un nécessaire renforcement / développement des compétences liées à la vente et aux relations clients.

1.2. Les facteurs techniques et technologiques

1.2.1. Les tendances

Les facteurs technologiques produisent également des effets notables, qu'il s'agisse de l'évolution technologique des produits commercialisés par les entreprises ou de l'utilisation de plus en plus intensive des nouvelles technologies et de la communication électronique. L'activité commerciale est ainsi transformée par les manières nouvelles et innovantes de mettre les communications électroniques au service de la logistique, de la production, de la consommation, de l'achat et de la vente. Ces technologies ont autorisé le développement de nouveaux process plus efficaces et rentables : production à flux tendu, fractionnement des

chaînes de valeur, délocalisation de nombreuses tâches, contrat unique de logistique multimodale, ...

Les nouvelles opportunités offertes par les nouvelles technologies et la communication électronique ont trois types d'impacts dans les entreprises de la branche :

- Une volonté pour certaines entreprises d'élargir leurs outils de communication pour travailler l'image de l'entreprise sur les réseaux sociaux.
- Le développement de solutions de e-commerce qui viennent compléter l'offre de services déjà disponible au sein de l'entreprise.
- Le développement d'offres de services aux clients utilisant les nouvelles technologies.

Les outils de e-commerce devraient, selon les entreprises de la branche, poursuivre leur développement dans les années à venir, en articulation avec les pratiques traditionnelles de vente en face à face, qui restent privilégiées, en particulier pour les produits techniques et la vente de services.

1.2.2. Les impacts métiers et compétences

Familles de métiers impactées	Nature des impacts
Famille Commerciale Famille Marketing	- Nouvelles compétences requises en matière de prise en compte de l'offre multicanal de l'entreprise incluant les outils de e-commerce. - Émergence de la fonction de chargé de marketing digital.
Fonctions support	- Évolution dans certaines entreprises des compétences du service informatique avec développement d'applications en direction des clients (plate-forme de e-commerce ou de services clients). - Montée en puissance de la fonction de référent ou support technique non seulement en après-vente, mais aussi en avant-vente auprès des clients, des techniciens et de la force de vente.

1.3. Les facteurs organisationnels

1.3.1. Les tendances

Dans les entreprises, en particulier dans les groupes internationaux, il y a la montée en puissance du travail en mode projet et du management transversal. Apparu dans les grands groupes depuis plusieurs années et en voie de développement dans les PME, le management transversal apparaît aujourd'hui comme une tendance de fond répondant à une recherche de décloisonnement des organisations.

Les démarches de « compliance », ou « conformité », dont la montée en puissance a été favorisée par le développement des législations anti-corruption d'application extraterritoriale, ont quant à elles pour vocation d'« assurer le respect des normes applicables à l'entreprise par l'ensemble de ses salariés et dirigeants, mais aussi des valeurs et d'un esprit d'éthique insufflé par les dirigeants ».

Elles sont fortement impactées par les lois et réglementations en vigueur, tant au niveau national qu'international. Ces démarches ont également pour vocation de sécuriser les opérations conduites par les entreprises et, au travers des procédures de validation qu'elles imposent, de lutter contre les risques liés à la corruption et aux délits financiers, mais aussi les risques environnementaux et sociaux, ou encore les cyber-risques. Elles se veulent également vectrices de promotion des bonnes pratiques commerciales.

Le développement des démarches de « compliance », qui devraient connaître un renforcement dans les années à venir, sont à l'origine d'évolutions organisationnelles.

1.3.2. Les impacts métiers et compétences

Familles de métiers impactées	Nature des impacts
Toutes les familles de métiers	<ul style="list-style-type: none"> - Nécessaire renforcement des compétences linguistiques (oral et écrit) - Nécessaire renforcement des compétences en matière de communication interculturelle (compétences comportementales, «socializing»). - Nouvelles compétences requises en matière de compliance (respect des chaînes de validation et de délégation de pouvoir, capacité à anticiper pour respecter les délais, ...).
Famille Commerciale	<ul style="list-style-type: none"> - Nécessaire renforcement des compétences en matière de respect du code de bonne conduite, notamment à l'international (Trade compliance), de respect des règles internationales de lutte contre la corruption, ...

1.4. Les facteurs réglementaires

1.4.1. Les tendances

À l'échelon international :

- Prolifération des règles commerciales, celles-ci étant notamment influencées par un développement marqué des normes sociales et environnementales.
- Un retour à des mesures protectionnistes dans de nombreux pays avec une tendance à ce que des auteurs nomment le « protectionnisme trouble » et le « protectionnisme vert », car elles sont mises en œuvre sous couvert d'objectifs politiques, écologiques ou de santé publique.
- Les difficultés à conclure des accords multilatéraux, notamment au sein de l'OMC, ont incité les puissances commerciales à initier les négociations bilatérales, régionales ou interrégionales. Il en découle la signature d'Accord de Libre Échange (ALE) de type Accords Commerciaux Préférentiels (ACPr) ou encore de Traités Bilatéraux d'Investissement (TBI) qui deviennent des instruments de politique commerciale majeurs.
- Les accords bilatéraux de nouvelle génération qui portent sur des domaines de plus en plus diversifiés, en particulier, les marchés publics, les partenariats public-privé, l'investissement, le transfert de technologie, les droits de propriété intellectuelle, l'environnement, les mécanismes de règlement des différends, la politique de concurrence et les mécanismes de reconnaissance mutuelle.

À l'échelon national :

- Nouvelles mesures visant à renforcer la compétitivité des entreprises françaises sur les marchés internationaux.
- Redéfinition des missions des opérateurs de l'État au service de l'internationalisation des PME (Bpifrance export, Business France).
- Importance du nouveau Code des Douanes de l'Union en application depuis mai 2016.

1.4.2. Les impacts métiers

Familles de métiers impactées	Nature des impacts
Fonctions support	Montée en puissance de la fonction de coordonnateur / responsable Réglementation. Celle-ci peut nécessiter une spécialisation par marché ou par type de produits.
Famille Commerciale Famille Marketing	Développement de la fonction de veille juridique.

1.5. Les facteurs liés au développement des risques

1.5.1. Les tendances

Les facteurs liés au développement des risques sont également très présents. Ils sont en relation avec l'accentuation des tensions politiques et géopolitiques, l'interdépendance croissante des organisations, les perturbations des économies régionales ou nationales, mais également avec la montée en puissance des cyber-risques, dont les conséquences de plus en plus lourdes découlent de notre hyper-dépendance à l'informatique.

Si les prévisions sont délicates, il semble toutefois que le contexte soit plutôt à la hausse des risques pour les entreprises, notamment dans les pays émergents. C'est ce que confirmerait l'entrée remarquée des risques macro-économiques dans le Baromètre des risques 2016 d'Allianz.

Le risque lié au paiement reste une préoccupation première des entreprises.

1.5.2 Les impacts métiers et compétences

Familles de métiers impactées	Nature des impacts
Famille Commerciale Famille Marketing	- En prospection, nécessaire renforcement des compétences liées à la mise en évidence des menaces que peuvent représenter des marchés.
Fonctions supports et toutes familles de métiers	- Développement de la fonction de responsable de la sécurité informatique. - Nouvelles compétences requises en matière de repérage des tentatives de fraude ou des indices de cybercriminalité.

II. Le BTS Commerce international, un diplôme et une formation reconnus et appréciés

2.1. Des effectifs relativement stables, une formation reconnue

196 lycées (et 13 CFA) offrent cette formation en métropole et territoires ultra-marins. Les effectifs progressent (2% à 3% par an sur les 5 dernières années) dans les formations scolaires avec en 2018, 10 318 étudiants dont 58% d'étudiantes. Le nombre d'apprentis progresse lentement, soit 240 à la rentrée 2018. Le BTS « Management des unités commerciales » (futur « Management commercial opérationnel ») compte près de 20 000 étudiants, le BTS « Négociation relation client » (« Négociation et digitalisation de la relation client ») en compte 12 500, le BTS « Communication » 4600 et le BTS « Technico-commercial » 4200.

Aujourd'hui, le BTS CI, c'est 5464 candidats par an (nombre de présents à la session 2018) dont 75% issus des formations initiales scolaires (et 13% des formations hors contrat, le reste étant des candidatures individuelles). Le taux de réussite au diplôme est stabilisé entre 80 et 84% (82,1% en 2018). Les étudiants issus des baccalauréats professionnels ont un taux de réussite de 62,4% et représentent 8% des présents aux examens contre 53% pour les baccalauréats généraux et 39% pour les baccalauréats technologiques.

En termes d'image, le BTS CI bénéficie d'une excellente réputation, comme peuvent en attester les enquêtes menées auprès des professionnels du secteur, des professeurs et des anciens étudiants : 95% des entreprises interrogées se déclarent satisfaites de l'adéquation entre la formation et leurs attentes lorsqu'elles accueillent des étudiants de cette formation BTS CI en stage. Quant aux anciens étudiants, ils sont unanimement satisfaits de leur formation.

La dimension internationale de la formation est très plébiscitée et mise en avant par tous les interlocuteurs : le stage à l'étranger, le volume horaire en LVE en 1ère année (4h/LVE) ainsi que la forte présence du co-enseignement démarquent la formation de celles qui ne s'orientent pas sur l'international.

Les stages en entreprises ancrent le diplôme dans le réel et facilitent l'insertion professionnelle. Les équipes pédagogiques soulignent que l'obligation d'effectuer un stage à l'étranger - et la recherche de ce stage - apportent de la richesse et de la maturité aux étudiants en termes de compétences de communication interculturelle notamment. Les professionnels rencontrés sont aussi très attachés à l'expérience à l'étranger par le stage. Les enquêtes réalisées montrent que le stage à l'étranger favorise la mobilité professionnelle future des étudiants et constitue un véritable atout de ce BTS, nombre d'étudiants déclarent choisir cette formation pour ce stage à l'étranger. D'ailleurs, l'enquête menée auprès des étudiants confirme une forte mobilité professionnelle favorisée par le BTS CI : pour 17% des anciens étudiants qui ont un emploi (soit 1896 anciens étudiants), le lieu de travail est à l'étranger.

2.2. L'insertion professionnelle et la poursuite d'études

Les enquêtes IVA (auprès des sortants du BTS) nous informent sur l'insertion des sortants diplômés ou non, à 7 mois.

Pour la formation BTS CI, 64,1% des diplômés ayant cherché une insertion professionnelle sont en emploi, pour l'année 2017. En termes d'insertion, le BTS CI se situe dans la moyenne des BTS du secteur des services (63%) et presque au même niveau que les deux autres BTS, MUC/MCO (67,1%) et NRC/NDRC (65,8%). Ce taux d'emploi s'est amélioré ces dernières années (2014 : 53,5% ; 2015 : 57,1% et 2016 :60,8%)

Cette insertion se répartit principalement sur les secteurs du commerce (23,3%), l'industrie (près de 15% par regroupements de l'agroalimentaire, de la mécanique/électronique et de la métallurgie et autres industries), le transport (13,7%) et dans une moindre mesure la banque-assurances (6,6%).

L'enquête auprès des anciens étudiants (échantillon de plus de 3680 anciens étudiants), confirme cette tendance : quel que soit leur choix d'orientation (vie active ou poursuite d'études), l'enquête montre une prédominance du secteur d'activité du commerce international. 42% de l'échantillon interrogé poursuit des études. Les autres (2150) sont en CDI à 61%, 16% en CDD et intérim. 12% sont en recherche d'emploi (les sorties les plus récentes du BTS).

Pour 17% de ceux qui ont un emploi (1896), le lieu de travail est à l'étranger. Les étudiants interrogés exercent principalement dans le secteur du commerce-négoce (26%), ensuite dans le transport logistique (13%), l'industrie (9%), les services aux entreprises (8%), l'agroalimentaire (7%), la banque-assurances (6%), le tourisme-hôtellerie (5%). En réalité, la majorité exerce dans d'autres secteurs que ceux proposés, soit 27%. Les entreprises où ils exercent sont majoritairement des PME de moins de 50 salariés (38%) contre 34% de plus de 500 salariés.

Ainsi, l'enquête auprès des anciens diplômés met en lumière la bonne adéquation entre le contenu de la formation et les missions confiées lors de leur insertion professionnelle. D'une part, le périmètre géographique des activités dans l'emploi des anciens étudiants salariés (1900) est international à 60%. D'autre part, les activités des anciens étudiants salariés les plus fréquentes sont très fortement liées aux disciplines enseignées en formation : relation client en langue étrangère (54%), suivi commercial des ventes (53%), négociation commerciale vente (43%), administration des ventes (38%), organisation transport logistique (37%), financement, paiement et gestion des risques (36 %).

Si l'on s'intéresse à la poursuite d'études post-BTS CI, la prédominance du commerce international se confirme puisque l'on peut noter que cette formation contribue à les préparer à des études longues et liées au secteur du commerce international : les 1531 étudiants qui poursuivent des études sont majoritairement en Master (50,4%) en Écoles de commerce ou de management (53,4%).

2.3. Une formation qui contribue au développement de l'internationalisation des PME

Le 23 février 2018, M. Edouard Philippe, Premier ministre, a prononcé un discours à Roubaix devant des étudiants sur la stratégie du gouvernement en matière de commerce extérieur. Pour le Premier ministre le déficit de la balance commerciale de la France, structurel depuis 15 ans n'est pas une fatalité, la France ayant connu des périodes plus fastes il n'y a pas si

longtemps. Son discours ambitieux propose un certain nombre de mesures d'accompagnement liées à la fiscalité et aux financements.

Toutefois, aux nombreuses causes venant expliquer cette situation, M Edouard Philippe en développe une en particulier : « exporter, c'est un métier, c'est un état d'esprit. Un métier qui s'apprend et qu'il faut donc enseigner ». Le souhait du Gouvernement est donc d'investir dans la compétence. La refonte de l'apprentissage et de la formation professionnelle doivent y répondre. Il insiste également sur la maîtrise de l'anglais, dont il souhaite accélérer la transformation de son apprentissage. L'anglais est la première langue de la mondialisation : « bien la maîtriser, c'est mieux maîtriser son avenir ».

Il cite le conseil d'un père à son fils de dix-huit ans : « Ne craignez pas les occasions et cherchez les aventures ». Présent au début des *Trois Mousquetaires*, il s'applique particulièrement bien à des étudiants de BTS CI, dont la première motivation est d'évoluer dans un environnement international et dont le stage à l'étranger, pierre angulaire de la formation, permet découvertes et opportunités. Le discours se termine par cette phrase « je vous propose, avec l'ensemble des acteurs de l'export, avec les PME, d'aller chercher les aventures ensemble ! ». La formation en BTS Commerce international (et donc les étudiants diplômés) peut aussi être une force de proposition pour des dirigeants des PME voulant développer leur activité à l'international et pourquoi ne pas donner la possibilité d'un nouvel entrepreneuriat à l'international.

Noémie Dominguez dans les « Nouvelles stratégies d'internationalisation des PME : innover pour conquérir de nouveaux marchés »² analyse l'évolution des perspectives de développement international des entreprises et les modalités mises en œuvre par les PME. Les modèles traditionnels d'internationalisation, souvent observés jusqu'aux années 2000, reposent sur une démarche par étapes, successives et progressives en termes d'implication locale et de proximité géographique et culturelle, contribuant peu à peu à la construction de « compétences internationales » des PME. Dès les années 1990 cependant, des PME se déploient rapidement à l'international, combinant les modes d'entrée les plus pertinents en fonction des marchés visés. Depuis peu, la démarche d'internationalisation des PME se distingue de celle d'exportation. Il s'agit de trouver dans chaque pays le modèle d'affaires le plus adapté. Se développent ainsi, entre autres, des stratégies « tête de pont » conduisant à s'implanter dans un pays pour réexporter vers des marchés voisins. La conquête de nouveaux marchés repose ainsi sur une démarche d'entrepreneur plus que de commercial.

² Noémie DOMINGUEZ, maître de conférences à l'IAE de Lyon – ISTE Éditions Ltd 2017 -

III. Les métiers du commerce international : des compétences et des techniques spécifiques au service de la relation client/fournisseur à l'international

3.1. La diversité des secteurs d'activité

L'enquête réalisée auprès des entreprises (plus d'une quarantaine d'entretiens menés auprès des entreprises accueillant des stagiaires ou recrutant des BTS CI et auprès des entreprises recrutant au niveau Master) révèle la diversité des secteurs d'activités où les entreprises expriment des besoins en commerce international. En effet, au-delà des secteurs d'activité où les besoins en CI sont évidents (prestataires de transport, transitaires : chargeurs, transporteur, emballeurs, assureurs, douanes ...), d'autres secteurs font apparaître ou confirment leurs besoins en CI : banques, CCI, mais aussi organisateurs de salon, organismes de certification et contrôle qualité, avocats d'affaires et d'autres activités de services de plus en plus en recherche de compétences, etc.

De façon plus large, dans un contexte de concurrence fortement mondialisée, de très nombreuses entreprises sont susceptibles de solliciter des compétences en CI en tant que fournisseurs ou encore en tant que clients (importateurs, distributeurs franchises, filiales...). Cette variété de secteurs d'activité où s'expriment des besoins en commerce international peut être mise en perspective avec les tendances soulignées dans la première partie de ce rapport (renforcement de la concurrence internationale, augmentation du nombre d'exportateurs français, émergence de nouveaux acteurs type « *micro-multinationales* »...etc.). Une tendance qui se confirme est le renforcement des PME qui de surcroît recrutent et ont besoin des compétences à l'international à des niveaux BAC + 2. Le BTS est souvent présenté par les responsables des petites structures comme une formation dont les compétences transversales et internationales sont des atouts indispensables à leurs activités avec l'étranger. Il peut apporter aux PME une formation « clefs en main » ou « right to point » pour reprendre l'expression du premier ministre².

3.2. Des emplois difficiles à quantifier, mais des perspectives pour des niveaux BAC+2

Les sites d'offres d'emplois présentent de nombreux postes à destination des BTS CI qui correspondent à des fonctions très diversifiées dans des secteurs très nombreux. L'enquête sur les tendances du recrutement en France de LinkedIn³ Talent Solutions en 2017 repose sur 283 interviews de managers responsables d'équipes. L'acquisition des talents représente un coût important et l'utilisation des sites apporte une réponse rapide à la présentation des profils recherchés. Dans cette enquête, plus de 81% des managers interrogés soulignent que cette recherche de talents est la principale priorité de leur entreprise ; 50% estiment que le recrutement va augmenter avec des exigences sans cesse croissantes ; 74% du budget dédié au recrutement est placé dans les sites d'annonces et des agences de recrutement et demain, l'utilisation du Big Data sera une force dans les ressources humaines.

Le développement commercial fait partie des priorités de recrutement et atteint, dans les réponses des managers, le pourcentage le plus élevé avec 34%, et la vente 19%. Les

³ Voir le lien <https://business.linkedin.com/content/dam/me/business/fr-fr/talent-solutions/resources/pdfs/linkedin-tendances-du-recrutement-2017-fr.pdf>> Enquête réalisée en France et dans le monde. Les chiffres indiqués ici concernent la France.

canaux principaux pour rechercher les talents et aussi consolider la marque employeur sont d'abord le site de recrutement de l'entreprise (75%), puis LinkedIn (64%), le recrutement dans les établissements d'enseignement (45%), les sites d'annonces en ligne (43%) et Facebook (25%).

Parmi les sites d'offres d'emploi significatifs qui regroupent d'autres annonceurs (comme Cadremploi ou APEC pour les postes de juniors), nous avons relevé les offres pour les BTS CI d'Indeed et de Trovit Emploi. Pour Indeed, au 24.02.2019 sur la France, il y avait 40 823 nouveaux postes à l'international dont les commerciaux export junior, avec 657 postes nouveaux parmi lesquels 214 postes spécifiques aux BTS CI et 443 postes pour les assistants export. Les niveaux de salaires proposés s'échelonnent de 25 000 € à 35 000 € bruts. Il faut souligner que ces offres sont faites sur une date précise et révèlent un flux quotidien non négligeable. Du côté de Trovit Emploi, les offres de postes assistants export, assistant ADV export, assistant commercial export couvrent de nombreux secteurs dans toute la France.

L'étude des différentes offres d'emploi proposées en commerce international à BAC+2, ainsi que les entretiens semi-directifs menés auprès des employeurs de BTS CI, montrent un réel besoin exprimé par les entreprises pour des diplômés BAC+2 en commerce international.

3.2.1. Les emplois dans le commerce international à BAC+2 et leurs dénominations

- Majoritairement : Assistant export, assistant import-export, assistant ADV (Administration Des Ventes) export, gestionnaire ADV export ou gestionnaire import.
- Plus rarement : agent de transit/agent d'exploitation (aérien, maritime, import ou export), le BTS CI est souvent précisé, mais une formation spécialisée en transport est préférée.
- Les postes d'assistants supply chain et de gestionnaires supply chain nécessitent des compétences poussées en logistique (type BTS/DUT logistique/supply chain) et interviennent en tant que support des assistants import-export.
- Les emplois de commercial export ou d'acheteur international exigent quasiment systématiquement un niveau BAC+3/5.
- Le poste d'assistant marketing international demande en général un niveau BAC+5

Le métier cœur de cible d'un BAC+2 Commerce international est donc le métier d'assistant/gestionnaire import/export.

3.2.2. Le métier d'assistant/gestionnaire import-export

Position de l'assistant/gestionnaire dans l'organisation : il travaille sous la responsabilité d'un responsable export ou import et est le support des commerciaux export ou des acheteurs import dont il prend en charge le suivi de la relation clients/fournisseurs et met en œuvre les achats ou les ventes. Il coordonne ses actions avec les services internes (commercial, marketing, production logistique, douane, juridique, comptabilité), et les services externes (prestataires de services logistiques, organismes de certification et de contrôle qualité, CCI, banque...).

Ses missions principales :

- o Gestion de la relation client, prospects, fournisseurs ;

- Administration des ventes (de l'offre à l'après-vente, dont les relances en cas de non-paiement) ou des achats (de la commande, voire de la demande d'offre, au contrôle de la livraison) ;
- Préparation et suivi logistique, réglementaire et douanier ;
- Mise en œuvre de la couverture des risques (principalement risque transport, de change et de paiement) ;
- Gestion des réclamations et des litiges ;
- Élaboration des statistiques de suivi de l'activité (tableaux de bord, reporting).

L'assistant import-export exerce son activité dans le respect des CGV (conditions générales de vente) ou des CGA, des procédures fixées par l'entreprise et des contraintes réglementaires tant nationales qu'étrangères et douanières.

Les évolutions technologiques (dématisation des processus - douane, transport, relations usuelles avec les prestataires et clients/fournisseurs, usage des réseaux sociaux professionnels, e-commerce) ont modifié la façon dont l'assistant import-export exerce son métier. Parallèlement, cette dématérialisation et automatisation des processus a induit une demande croissante d'humain/de relationnel. La gestion et le suivi de la relation commerciale dans un contexte interculturel occupent alors une place primordiale dans les activités quotidiennes de l'assistant. Enfin, la complexification de la réglementation et du cadre dans lequel s'opèrent les relations commerciales internationales font que l'assistant pratique régulièrement une veille.

Ses éventuelles missions complémentaires :

- Participation à la prospection commerciale en appui des commerciaux/réseaux de vente (recherche d'informations, préparation et organisation de la prospection terrain - missions, salons -, qualification de fichiers) ;
- Travaux sur des nouveaux projets de l'entreprise (en RSE, préparation à l'obtention du statut OEA, participation à la mise en place d'actions marketing digital en communication ou en relation client).

Les perspectives d'évolutions de carrières :

Principalement un enrichissement du contenu du poste d'assistant et/ou une complexification des types de clients/fournisseurs à traiter (grands comptes, clients/fournisseurs/pays à exigence particulière). Les évolutions de carrière vers des postes de commerciaux/acheteurs sont rarement envisagées par les employeurs. Pour certains profils et après plusieurs années d'expérience, des postes d'encadrement (ex : responsable export-import) peuvent être proposés.

Les entreprises ont explicitement verbalisé le fait qu'elles étaient amenées à recruter des personnes diplômées à BAC+5 sur des postes d'assistants, alors que les compétences métier nécessitaient un BAC+2 en CI. La principale raison évoquée est un niveau de langue à l'écrit et à l'oral (en anglais et aussi en français) jugé insuffisant, mais aussi une moins grande aisance pour les BTS CI à appréhender les enjeux et les problématiques de l'environnement dans lequel ils évoluent, « agilité » pourtant nécessaire à l'exercice de leurs missions.

Pour répondre aux évolutions de la pratique des affaires internationales, les entreprises ont donc non seulement des attentes fortes en termes de compétences métier, mais aussi en matière de compétences transversales.

3.3. Les compétences attendues pour répondre aux évolutions des métiers

3.3.1. La maîtrise de l'anglais

Les étudiants et les diplômés du BTS CI soulignent l'importance des langues étrangères dans le choix de leurs études. 56% des personnes ayant répondu au questionnaire déclarent qu'une des raisons principales les ayant poussées à intégrer cette formation tient à la possibilité de développer leur niveau de langues étrangères. Le stage choisi par les étudiants est lié à un choix linguistique dans 58% des cas. Une fois diplômés, 79% des répondants citent les langues étrangères comme utiles à leur emploi. De même, lorsqu'ils sont en poste, 39% d'entre eux déclarent converser en langue étrangère avec un client très fréquemment et 15% de manière fréquente.

Toutefois, alors que les deux langues vivantes dispensées pendant les deux années comportent le même nombre d'heures d'enseignement, il apparaît clairement que la maîtrise de l'anglais est prépondérante sur les autres langues. Tout d'abord, l'analyse des destinations choisies par les étudiants pour leur stage à l'étranger révèle que dans 42% des cas, les stages ont lieu dans des pays anglo-saxons. L'anglais est également utilisé de façon significative dans les autres pays et particulièrement dans les pays non hispanophones. 91% des personnes en poste mentionnent l'anglais comme langue utilisée dans le cadre de leur fonction. L'espagnol, deuxième langue citée, n'est mentionné que dans 33% des cas.

Dans leurs commentaires, les étudiants et diplômés reviennent sur l'importance de l'anglais. Certains écrivent même qu'ils souhaiteraient que l'anglais soit également une langue utilisée pour l'enseignement d'autres matières. Ce plébiscite de l'anglais revient de façon encore plus flagrante chez les professionnels interrogés. Tous sans exception soulignent l'importance de cette langue pour les postes qu'ils sont susceptibles de confier à des diplômés du BTS CI et regrettent d'une manière générale le niveau global en anglais des étudiants issus de ce cursus. Ils relèvent qu'une des raisons les incitant à ne pas recruter au niveau BAC+2 est la maîtrise insuffisante de l'anglais.

Dès lors, le renforcement de l'apprentissage de l'anglais s'impose. De même, pourquoi ne pas exiger des étudiants du BTS CI un niveau minimum en anglais à valider au cours de leurs études afin de pouvoir être diplômés.

3.3.2. Les techniques du commerce international

L'une des missions principales de l'assistant import-export est de réaliser les contrats de vente ou d'achat à l'international dans le respect des conditions commerciales et réglementaires, et des règles d'éthique et de déontologie. Au-delà des connaissances juridiques nécessaires en termes de droit international pour comprendre et analyser le contrat commercial, il doit comprendre les conséquences des choix opérés en matière notamment de conditions de livraison (incoterm et délai de livraison) et de paiement (techniques et délai de paiement et devise) pour les mettre en œuvre. Il doit aussi savoir alerter sa hiérarchie lorsqu'il détecte des incohérences contractuelles ou des risques a priori non anticipés. Tout cela nécessite une réelle maîtrise des « techniques du commerce international » et une capacité à traiter les dossiers dans le cadre de processus métier désormais dématérialisés.

L'assistant import/export a clairement une mission opérationnelle, mais il doit comprendre le cadre stratégique dans lequel il opère. Cette hauteur de vue lui permet aussi de maîtriser la

chaîne des échanges internationaux, le rôle et les responsabilités de chaque intervenant (internes ou externes) dans la réalisation d'une opération internationale.

En comprenant les enjeux en termes d'optimisation des coûts et des délais, de fluidité, de sécurisation/fiabilisation, traçabilité de la supply chain, il peut être amené à proposer des pistes d'amélioration opérationnelle.

Douanes et trade compliance :

Mener à bien une opération export-import avec dédouanement suppose de :

- maîtriser la chaîne documentaire export/import,
- connaître l'environnement international de la réglementation douanière (niveau international, communautaire – CDU, directives sur la protection du consommateur...- et national -règles de territorialité, TVA et autres taxes),
- maîtriser les fondamentaux de la douane (carte d'identité douanière) : la nomenclature douanière, l'origine, la valeur,
- comprendre et appliquer un accord commercial signé par l'UE,
- maîtriser les différents régimes douaniers et les spécificités liées à des produits particuliers (biens à double usage par exemple), ainsi que les procédures de dédouanement,
- appliquer les obligations en matière de sécurité/sûreté,
- se mettre et se maintenir en conformité avec les réglementations,
- être capable de traiter avec les représentants en douane enregistrés et de les évaluer,
- apprécier le risque douanier,
- traiter un contentieux douanier.

Supply Chain :

Mener à bien une opération export-import suppose de :

- connaître le rôle et les responsabilités des partenaires de la supply chain,
- maîtriser les points clés d'une tarification transport,
- sélectionner, traiter avec les prestataires de services logistiques et les évaluer sur des critères quantitatifs et qualitatifs,
- négocier les litiges dans les prestations de transport, entreposage, emballages,
- organiser et gérer les contrôles d'inspection,
- s'assurer de la conformité des produits (à la demande du client ou du pays d'importation, aux normes environnementales ou autres).

Gestion des risques :

Gérer les risques liés à une opération export/import suppose de :

- comprendre les points clés de l'offre commerciale et de l'exécution du contrat, analyser ses risques et être capable d'intervenir en cas de litiges avec les clients et/ou fournisseurs,
- déterminer le prix de revient export et intégrer les frais financiers liés à l'opération export-import.
- gérer les risques liés au non-paiement des opérations et mettre en œuvre leurs couvertures (bancaires ou assurantielles),
- savoir ce qu'implique le choix d'un incoterm dans l'offre et le contrat commercial et comment ce choix impacte le contrat de transport,

- mettre en œuvre les choix opérés en matière de gestion du risque de change,
- gérer un sinistre (transport, non-paiement).

3.3.3. La relation client/fournisseur et sa dimension interculturelle

Quel que soit l'intitulé du poste, la relation commerciale est omniprésente dans les activités conduites à un niveau BAC+2 dans les activités internationales des entreprises, et ce tout particulièrement dans les PME.

Les professionnels du CI exercent tous, à ce niveau, leur activité en interrelation avec des interlocuteurs dans et hors de l'entreprise, qu'il s'agisse de clients, de fournisseurs ou de prestataires de services. Les métiers exercés sont ainsi tous identifiés comme des métiers de contacts et de relations commerciales.

Si les processus d'achat et de vente à l'international ainsi que les procédures de suivi des opérations import/export sont très formalisées, automatisées et dématérialisées, les clients comme les fournisseurs restent au centre des préoccupations. L'assistant import-export doit ainsi maîtriser les compétences techniques liées aux processus de plus en plus intégrés tout en étant capable d'écouter les demandes, de faire face aux imprévus et de contribuer à la satisfaction et fidélisation du client (dans le respect des intérêts de l'entreprise). Les relations interpersonnelles ne disparaissent pas, bien au contraire. Le contexte intermédié d'une part et international d'autre part, renforce le besoin de compétences professionnelles spécifiques en termes de communication interpersonnelle et commerciale.

Dans le cadre de la relation client, on observe que la demande des clients est de plus en plus individualisée. Il est donc nécessaire d'écouter le client pour comprendre sa demande et d'en envisager les conséquences pour l'entreprise tant en termes de service client et d'image que de faisabilité et de coûts. L'assistant import-export doit être capable d'appréhender le processus commercial global dans lequel son action s'inscrit afin de proposer des solutions et d'identifier, en amont, les interlocuteurs *ad hoc* internes et externes. Il doit être capable de préparer sa communication, de gérer les interactions au regard d'un système de contraintes et face à une diversité d'acteurs.

L'assistant import-export joue également le rôle d'interface avec le commercial terrain pour lequel il effectue des activités supports telles que la saisie permanente d'informations (y compris de signaux faibles) dans le système d'information commercial. Même s'il n'a pas une activité de négociateur à l'achat ou à la vente, il doit être capable d'utiliser les outils et techniques de négociation commerciale dans le cadre des relations qu'il entretient avec les clients et les fournisseurs, les prestataires de services voire, en interne, avec les services de production, comptable, juridique, logistique, etc.

Les processus usuels étant automatisés ou dématérialisés, l'intervention humaine dans la relation commerciale est aujourd'hui une relation à forte valeur ajoutée, car elle permet de traiter les situations inédites, spécifiques ou critiques. Le titulaire du poste doit faire preuve d'empathie, d'écoute et de conviction. Il doit être capable d'analyser les interactions et d'en tirer des conclusions.

La relation internationale est aussi une relation interculturelle. L'ouverture d'esprit est une compétence transversale indispensable pour le titulaire du poste afin de permettre une communication adaptée. L'acquisition d'une compétence à la communication interculturelle s'appuie, d'une part, sur la constitution d'un fonds culturel (connaissances générales quant aux spécificités des pays étrangers : géographie, histoire, actualité, pratiques sociales et culturelles, usages des affaires) et, d'autre part, sur une pratique acquise en particulier grâce à une expérience d'expatriation telle qu'une période de stage à l'étranger. Le professionnel

doit ainsi être capable d'identifier son interlocuteur dans son cadre de référence culturelle, de se situer dans la relation et d'adapter son comportement dans le respect des cultures respectives afin de maintenir une relation durable.

L'ensemble des compétences relatives à la relation commerciale internationale doit se déployer en français, mais surtout en anglais, dans une langue orale et écrite maîtrisée.

3.3.4. La digitalisation, les usages et outils numériques

L'environnement commercial et technologique des entreprises impacte fortement les missions des assistants/gestionnaires import-export. Les systèmes d'information et la dématérialisation des données se développent rapidement (*EDI, blockchain, automatisation, veille...*) pour être à la hauteur des enjeux économiques internationaux. La compétence principale des commerciaux et de leurs assistant(e)s sera d'être de vrais chefs d'orchestre des data.

Outre les outils bureautiques classiques qui doivent être maîtrisés (texteur, tableur, logiciels PAO, messagerie électronique...), le quotidien des missions de l'assistant/gestionnaire import-export s'articule autour d'un système d'information ouvert sur le monde et sécurisé.

L'enquête auprès des entreprises et des anciens étudiants démontre l'impérieuse nécessité de développer la maîtrise des outils de *reporting* (tableaux de bord), d'analyse des données. La capacité à utiliser un tableur de façon optimale (graphique, tableaux croisés dynamiques et fonctions plus avancées ...) est un attendu partagé par toutes les entreprises et reconnue par presque 60 % des anciens diplômés.

Les missions confiées à l'assistant/gestionnaire import-export nécessitent le recours à des PGI/ERP et de modules GRC/CRM. L'objectif n'est pas d'en faire des spécialistes de l'outil. Les entreprises sondées reconnaissent que les diplômés du BTS CI ont une grande capacité d'adaptation aux progiciels « maisons ».

Les outils favorisant le travail collaboratif, en mode projet, l'automatisation des tâches administratives (processus/workflow), les applications SCM (supply chain management) tout comme celles de gestion de la force de vente sont aussi souvent cités par les entreprises.

Les études prospectives et les enquêtes terrain permettent de faire émerger des compétences numériques encore insuffisamment développées à ce jour chez les jeunes diplômés du BTS CI :

- L'usage des réseaux sociaux professionnels afin d'assurer une présence incontournable des entreprises sur le Net ;
- Le sourcing et les outils de veille (outils de curation) ;
- L'usage des plateformes e-commerce.

Les postes d'assistant *marketing digital* ou de *community manager* sont plutôt destinés à des personnes ayant une formation dans le marketing ou la communication digitale (BAC+3/5), mais, dans le cadre des missions des assistants/gestionnaires import-export, un usage simple et pragmatique des outils et applications existants est fortement recherché par les PME présentes à l'international.

Le développement des outils numériques et des systèmes d'information dans le cadre des échanges internationaux nécessite de sensibiliser encore davantage les futurs diplômés à la sécurité informatique et l'intelligence économique.

3.3.5. La veille sur l'environnement de l'entreprise

Si la connaissance du marché est un préalable à toute action commerciale, y compris à l'international, la mise en œuvre de l'étude de marché n'est plus une compétence attendue chez les titulaires du BTS CI selon les entreprises rencontrées (à l'exception de quelques-

unes au sein desquelles les titulaires du BTS CI ont une mission plus commerciale). Seule l'analyse de l'étude de marché doit pouvoir être effective. Aucune action de collecte d'informations primaires et secondaires dans le cadre d'une étude de marché *ad hoc* n'est attendue. En revanche, le suivi de l'environnement est une compétence requise. Les activités de veille, entendues comme un processus permanent et régulier de suivi du marché et de l'environnement, doivent être spontanées et systématiques. Elles constituent une attente clairement exprimée, et ce dans des champs précis : « *besoin de compétences en veille réglementaire (contrefaçon, normes, qualité) et commerciale* ». Dans un contexte international, l'activité de veille doit être étendue aux différents domaines politiques, économiques, sociaux des pays avec lesquels l'entreprise travaille ou peut être amenée à travailler. Ce constat est confirmé par l'Observatoire prospectif du commerce qui précise l'impact des facteurs réglementaires (développement des normes sociales et environnementales), de l'évolution du droit commercial en France, de l'extension de la concurrence sur les métiers et les compétences des salariés.

3.3.6. La communication écrite et orale en français et en langue étrangère

L'assistant/gestionnaire import-export travaille en général sous l'autorité d'un responsable export ou import et est le support des commerciaux export et des acheteurs import. Les activités professionnelles qui lui sont dévolues le mettent en situation d'interface entre les partenaires externes de l'entreprise (prestataires de transport, transitaires, clients, fournisseurs, banques, douanes, assureurs, etc.) et les différents services internes (services commercial, comptable, juridique, etc.). Dans ce cadre, il est amené à assurer une relation avec les clients, prospects, fournisseurs, et les services à travers une communication professionnelle maîtrisée (fond et forme). Les échanges étant écrits (ex : messagerie, courrier) et oraux (téléphone, audioconférence), cette maîtrise s'entend à l'écrit comme à l'oral, en LVE comme en français.

La première compétence énoncée dans les offres d'emploi est donc directement liée à la maîtrise linguistique. De façon plus précise, un très bon niveau en anglais est systématiquement exigé (« *anglais courant* » voire « *anglais bilingue* »). La seconde langue apparaît, selon les annonces et les professionnels rencontrés, comme un plus. Ce niveau d'expertise en anglais est confirmé à la fois par les professeurs impliqués dans le processus de formation (« *la maîtrise de la Langue conditionne la nature et la richesse des missions confiées lors des périodes de formation en milieu professionnel* ») et par les professionnels rencontrés. Ces derniers signalent clairement et unanimement l'insuffisante maîtrise des langues étrangères pour ces diplômés, tout particulièrement à l'oral. Pour ces professionnels, l'anglais courant est requis pour tous les emplois en lien avec le commerce international. La langue parlée doit être fluide (communication téléphonique quotidienne) et de bonne tenue à l'écrit (e-mails permanents). Ce constat rejoint celui énoncé par les anciens étudiants pour lesquels un approfondissement en langue vivante aurait constitué un réel atout.

La maîtrise du français constitue un impératif (pour effectuer des prises de notes, rédiger des mails et comptes rendus) et représente, en externe, un enjeu d'image. 50 % des chefs d'entreprise rencontrés dénoncent l'insuffisante qualité rédactionnelle des titulaires d'un BTS CI. Plus globalement, ce constat est à associer avec un niveau de culture générale souvent jugé insuffisant (connaissance du monde, de l'actualité, géopolitique).

Sur le marché du travail, les compétences attendues aux niveaux linguistique et culturel pour un titulaire d'un BTS CI doivent lui permettre d'avoir une aisance relationnelle. La qualité de la communication en anglais et en français est une des premières compétences métiers attendues chez les employeurs.

3.3.7. La gestion commerciale

Les entretiens avec les employeurs des titulaires du BTS CI ont fait ressortir une insuffisante maîtrise des démarches calculatoires dans la gestion commerciale. Alors même que les outils et techniques spécifiques du CI sont mis en avant comme étant la spécificité des étudiants de ce BTS, l'approche « *marges et coûts* » manque encore aux nouveaux diplômés intégrant le monde de l'entreprise.

Les missions confiées aux assistants/gestionnaires import-export intègrent une part significative de mobilisation des outils de gestion :

- analyse de données chiffrées,
- conception de tableaux de bord,
- gestion de la facturation et soutien logistique (*taux de TVA internationaux, INCOTERMS...*),
- connaissance et analyse des composantes des coûts de revient et calculs de marges,
- analyse financière des clients/fournisseurs (gestion des risques financiers)...

Les entreprises sont en recherche d'assistants réactifs, capables de comprendre et analyser les données quantitatives en grand nombre et rapidement. Cette culture de l'immédiat impacte fortement la qualité des relations clients/ fournisseurs.

3.3.8. Les compétences d'adaptation, de résolution de problème et de travail collectif

Les commerciaux engagés vers l'international et l'export doivent constamment s'adapter aux contraintes de temps, de langue et de culture des clients (connaissance multiculturelle et agilité culturelle). Les exigences de ceux-ci sont nombreuses et il est nécessaire qu'ils puissent répondre à leurs besoins tant en termes de produits que de contrats (couverture des risques...). Il s'agit de créer une relation de partenariat. Le métier de commercial à l'international requiert aussi une adaptation permanente à l'évolution des techniques de vente et à l'usage professionnel des nouvelles technologies.

Deux compétences *Résoudre des problèmes* et *Travailler en équipe* caractérisent le métier. L'activité du commercial consiste à diagnostiquer, analyser une situation, évaluer les risques et les résultats commerciaux afin, par exemple, d'optimiser le choix de fournisseurs ou de sous-traitants et de mener à bien un projet. Le commercial est amené à réagir rapidement aux problèmes posés par les clients et à résoudre des litiges. Pour ce faire, il est nécessaire qu'il travaille en concertation avec les responsables des services techniques, juridiques, les bureaux d'études... Il doit également entretenir les contacts avec les acteurs de l'environnement économique de l'entreprise. Le travail en équipe favorise la réussite des projets de l'entreprise.

3.3.9. L'entrepreneuriat, l'intrapreneuriat et la proactivité

Parmi les compétences nécessaires évoquées par les acteurs rencontrés, la capacité à prendre des initiatives pertinentes ressort de façon notable. Ceci est à mettre en parallèle avec l'évolution des missions et des tâches qui sont confiées aux salariés titulaires d'un BTS

CI, missions qui se caractérisent par une autonomie croissante, et avec les réalités organisationnelles (ex. mode projet)⁴ et environnementales qui poussent les organisations à davantage d'efficacité, d'efficience et de réactivité. Dès lors, les employeurs attendent d'un titulaire d'un BTS CI qu'il soit force de propositions et qu'il prenne des initiatives dans le respect de la politique commerciale et mercatique de l'organisation et de ses valeurs. Ceci suppose, en arrière-plan, que le titulaire du BTS CI ait à la fois une vision globale du fonctionnement de l'organisation dans laquelle il exerce et de l'environnement dans lequel cette dernière évolue. En ce sens, la formation qui amène au BTS CI doit pouvoir construire ces compétences pour amener à développer un esprit d'intrapreneur à même d'identifier des opportunités (parfois à les anticiper), de les saisir, de proposer spontanément des pistes de progrès pour valoriser son organisation et optimiser son fonctionnement.

Plus à la marge, le développement de compétences entrepreneuriales s'avère nécessaire selon certains acteurs rencontrés. Depuis le milieu des années 2000, la démarche d'internationalisation des PME en particulier dépasse le traditionnel processus d'exportation. Se développent ainsi, entre autres, des stratégies répondant à des modèles d'affaires identifiés et singuliers au service de relations d'affaires à l'international. De façon plus précise, ces modèles sortent des « sentiers battus » pour trouver dans chaque pays le modèle d'affaires et les partenaires les plus adaptés. La conquête de nouveaux marchés repose ainsi sur une logique entrepreneuriale qui dépasse la simple démarche commerciale. Dans cette perspective, le développement de compétences entrepreneuriales s'avère nécessaire : identifier des opportunités, concevoir un modèle d'affaires, formaliser et proposer un projet, impulser une organisation, mobiliser des réseaux, travailler en équipe, savoir écouter, fédérer et déléguer.

⁴ Repérage des évolutions sectorielles et analyse de leurs impacts sur les activités des entreprises et des salariés – CG Conseil – Observatoire prospectif du commerce.

Conclusion : La rénovation, une nécessité pour répondre aux enjeux des métiers de l'import-export

Les études et les enquêtes réalisées auprès de professionnels du commerce international et des anciens étudiants en emploi montrent que l'environnement général a considérablement évolué et que s'il fallait encore s'en convaincre les tendances annoncées se confirment.

Le BTS Commerce international répond à ces enjeux, mais les orientations prises lors de la dernière rénovation ne se sont pas toutes confirmées. Sa dimension généraliste reste un atout pour la poursuite d'études, mais l'emploi dans l'import-export s'est développé ces dernières années, notamment sur le niveau bac+2, le BTS étant la seule formation à dimension internationale sur ce niveau. Les jeunes diplômés et les recruteurs questionnés, particulièrement les PME, l'attestent largement.

Cependant, ce type d'emploi nécessite de nouvelles compétences sûrement moins cloisonnées que les compétences développées actuellement dans la formation. Ce qui est attendu, ce sont des compétences qui fassent système. Maîtriser les techniques du commerce international ou les processus des opérations d'import-export, n'a pas d'intérêt si les compétences relationnelles et situationnelles ne permettent pas de répondre à toutes les problématiques. Les emplois dans le commerce international se sont recentrés sur la relation client dans un contexte qui par nature est souvent très complexe, à savoir maîtriser des processus de commerce international dans une langue étrangère (parfois plusieurs), avec des personnes de cultures différentes et variées dans un environnement en perpétuelle transformation (réglementaire par exemple).

Les évolutions observées et analysées des métiers liés au commerce international et des compétences associées justifient une rénovation du diplôme actuel pour mieux préparer l'avenir de ces métiers qui recrutent et répondent à certains enjeux qui dépassent largement le contexte de la professionnalisation des générations à venir.

Annexes

Annexe 1 : Groupe de travail constitué pour l'étude d'opportunité

Annexe 2 : Liste des entreprises et personnes auditionnées

Annexe 3 : Experts auditionnés par le groupe de travail

Annexe 4 : Synthèse des questionnaires en ligne auprès des anciens étudiants du BTS Commerce international

Annexe 5 : Dépouillement des entretiens auprès des professionnels

Annexe 6 : Bibliographie – Sitographie

Annexe 1 : Groupe de travail constitué pour l'étude d'opportunité

Nom Prénom	Fonction/Organisation	
CATOIR Dominique	IGEN groupe économie et gestion	Ministère de l'éducation nationale et de la jeunesse
CORNOLTI Christophe	IA-IPR économie et gestion	Académie de Nancy-Metz
FERMAS Isabelle	Professeur en BTS CI	Académie de Paris
FLEURANCEAU Thierry	IA-IPR économie et gestion	Académie de Caen
FORESTIER Éric	CCE Seine-Saint-Denis, membre de la commission formation	Directeur international du groupe PETIT FORESTIER
MARCADE Christelle	Responsable export	Safran Martin Baker
MORELLE Frédéric	Professeur en BTS CI	Académie d'Amiens
PASCO Corinne	IA-IPR économie et gestion	Académie de Paris
PETITGENET Michèle	CCE et présidente ODASCE	Office de développement par l'Automatisation et la Simplification du Commerce Extérieur
REBIERE Christine	Responsable 15 ^e CPC	DGESCO
STUDER-LAURENS Joselyne	CCE Hauts-de-Seine, VP commission formation	Présidente du Centre des Techniques Internationales
<p>Le groupe a bénéficié de l'aide ponctuelle d'Hervé BOURRAT, consultant très expérimenté à l'international et de Fanny HERVE, professeur de l'académie de Toulouse qui a travaillé pour le groupe à distance via notre espace collaboratif.</p>		

Annexe 2 : Liste des entreprises et personnes auditionnées

NOM SOCIÉTÉ	PERSONNE INTERROGÉE	TITRE	SECTEUR ACTIVITÉ	EFFECTIF	VILLE
AXEL SPRINGER MEDIA FRANCE	JR MAMIN	Directeur Général	Vente espaces publicitaires	3	Neuilly/Seine (92)
BERGERAT MONNOYEUR	Sabrine CHELLALE	Responsable ADV	Métallurgie (BTP Commerce Distribution)	8 000	Saint Denis (93)
BIG BEN INTERACTIVE	Florence SANTER	Directrice Export	Accessoires pour jeux vidéo	600	Fretin (59)
CARLIER France	Nathalie et Arnaud SAELENS	Dirigeant	Importateurs articles de maison, négoce de gros (B to B)	11	Wambrechies (59)
CCI Hauts de France	Frédérique DELIGNIERES-VASSEUR	Conseillère en formation aux techniques du CI	Études, conseils et formation	n/a	Lille (59)
CERIEX EUROTRADE	Arzou HASSANALY	Responsable Export	Négociant international	18	Ivry-sur-Seine (94)
CH ROBINSON	Olivier LOPEZ	General Manager	Fournisseur de services de transport de fret	30	Caen (14)
DAHER TECHNOLOGIES	Fabrice FICHER	Agent de Transit	Militaire, Nucléaire, Aéronautique	10 000	Roissy (95)
DEVRED 1902	Véronique GATEIN	Responsable logistique (achats)	Prêt-à-porter	1 250	Longueau (80)
DHL GLOBAL FORWARDING	David PLUCHON	Responsable aérien	Transit aérien - maritime	25	Tremblay (93)
DIACASAN	Sandrine DEMAS	Créatrice de l'entreprise et gérante	Conception, import-export, commercialisation de tapis hauts de gamme contemporains	5	Paris (75)
ELISATH	Élisabeth FERLET	PDG	Service de sécurité informatique (badge)	40	Messein (57)
EURO DISNEY ASSOCIES SAS	Benjamin DUJARDIN	Acheteur	Parcs d'attractions et parcs à thèmes	15 000	Serris (77)
EXPOR TECH	Sandra LAPAY	CEO / dirigeante	Développement commercial des entreprises à l'export	3	Neuville sur Oise (95)

FORICHER	Véronique MIGNERY	Responsable export	Exportation de farines	80	Paris (75)
GENERALE POUR L'ENFANT (Sergent Major, DP...AM, Natalys)	Karen RHEINSCHUSSEL	Responsable import/export / export manager	Commerce de gros, interentreprises et international, d'habillement et chaussures	250	Montreuil (93)
GFI INFORMATIQUE	Paul DOUCET	Responsable recrutement	Conseil en systèmes et logiciels informatiques	5 500	Saint Ouen (93)
GROUPE MULLER (Airélec, Noirot, Applimo, Campa)	Christophe ROUSSEAU et Pascal LAVERNHE	Export Manager et Directeur export adjoint	Fabrication d'appareils électroménagers	1 000	Paris (75)
GROUPE VANDERSCHOOTEN	Sandra NOWAK	Responsable ADV	Fabricant de linge de maison du très haut de gamme à la grande distribution	170	Nieppe (59)
H & M HENNES & MAURITZ	Mattia CONTUCCI	Talent & Recruitment Manager chez H&M	Commerce de détail	7 400	Paris (75)
HEPPNER	Gérard ROY	Directeur d'agence	Transport / logistique	4	Abbeville (80)
IDKIDS	Sarah MANSOURI	Responsable Transport international	Prêt-à-porter enfants	400	Roubaix (59)
INGREDIA S.A.	Laurence MANTES	Responsable SCE Clients	Industrie Agro-Alimentaire (produits laitiers)	480	Arras (62)
INTERPRAL ULYSSE	Geneviève GUILLOU et Madame Bourgeois	Directrice Générale et Directrice import	Négoce de viandes et produits de la mer « exotiques »	18	Paris (75)
LA NORMANDISE	Arnaud LEMIERE	Directeur Production / DRH	Agro-alimentaire petfood	560	Vire (14)
LABORATOIRE SYMBIOSE COSMETIQUE	Éric BODELLE	Directeur Général	Fabrication et commercialisation de produits coiffure et cosmétique (B to B)	10	Bermy-en-Santerre (80)
LAMAZUNA	Nina MICHELET	Responsable pôle commercial grands comptes et clients à l'international	Vente de produits cosmétiques véganes en ligne	20	Marches (26)
LESIEUR	M. BERLAND	Directeur Marketing International	Agroalimentaire	650	Asnières (92)
MACOPHARMA	Karima M'CHAKLEB	Responsable transport international	Fabrication dispositifs médicaux (kits de transfusion)	1 000	Tourcoing (59)

MONOPRIX	Claire WECXSTEEN	Directrice des opérations internationales	Grande distribution	22 000	Clichy (92)
ORANGE BUSINESS CONSULTING	Guillaume SCHMITTHEISLER	Responsable Recrutement, Handicap, Intégration	Formation et accompagnement des dirigeants	200	Paris (75)
PDC Europe	Pierre PERDRIAUD	International sales manager	Conception et fabrication de machine de packaging (Sleeve)	40	Montdidier (80)
PETIT FORESTIER	Joanna GALLIOT	Responsable recrutement	Location de camions frigorifiques	4 140	Villepinte (93)
PROVA	Mme Kerstin ROGER	Manager commercial services	Agro-alimentaire – producteur d'arômes	145	Montreuil (93)
SNECI	Isabelle BAILLY	PDG	Conseil pour les affaires et autres conseils de gestion	60	Levallois Perret (92)
SOFINOR	Philippe DELANGUE	Directeur export	Fabrication matériels professionnels inox, alimentaire, hospitalier	100	Bois Grenier (59)
STRATEXIO	Séphanie LE DEVEHAT PICQUE	Déléguée Générale	Formation et accompagnement des dirigeants	3	Paris (75)
ZIEGLER Roissy CDG	Laurent BOURCY	Directeur d'Agence, Responsable d'Exploitation	Organisation du transport et le service de la logistique destinés aux professionnels de diverses activités	22	Tremblay (93)

Le groupe de travail tient à remercier toutes les personnes rencontrées lors de ces entretiens, qu'elles soient citées dans cette liste ou non.

Annexe 3 : Experts auditionnés par le groupe de travail

INTERVENANT		TITRE	FORMATION / PARCOURS
Gilbert REVEILLON		CEO at Mobile LOOV Expert digital – CCE - Président de structure TIC et économie numérique	Specialties: Financial Services, Strategic Marketing & Business Development, Web 2.0 & Virtual Worlds 3D, Loyalty schemes, Mobile, Social Commerce
Hugues POUZIN		Directeur Général CGI – Commerce de gros et international	Experienced Director General with a demonstrated history of working in the wholesale industry. Skilled in Negotiation, Business Planning, Business Development, Marketing Strategy, and Strategy. Strong business development professional with a EMBA focused in management from HEC School of Management.
Michèle PETITGENET		Présidente de l'ODASCE	Négociations, Marketing Strategy, Project Management Anciennement: Printemps Manager commerce international douane avril 1987 - juillet 2010 (23 ans)
Mr ROOS		Directeur des méthodes et outils Safran Group	

Annexe 4 : Synthèse des questionnaires en ligne auprès des anciens étudiants du BTS Commerce international

L'enquête auprès des anciens étudiants du BTS CI a été lancée la semaine du 13 décembre 2018 par l'intermédiaire des professeurs. Les réponses aux questionnaires ont été données sur le mois de décembre (35%) et le mois de janvier 2019 (65%).

L'échantillon interrogé est de **3680** anciens étudiants. Il est représentatif de la population et permet donc d'obtenir des informations relativement fiables pour notre étude, sachant que 27% des étudiants ont obtenu le diplôme avant 2013 et 37% entre 2014 et 2016. Pour les questions concernant l'activité professionnelle, nous disposons d'un échantillon intéressant (près de 2000 réponses).

Première partie : Votre BTS Commerce international

Les principales raisons qui ont poussé les étudiants à choisir cette formation sont par ordre d'importance :

- Exercer un métier dans le domaine du commerce international (60%)
- Faire des stages à l'étranger (56%)
- Poursuivre d'autres études après le BTS et développer le niveau de langue (près de 40%)
- Travailler à l'étranger et obtenir un diplôme de niveau BTS (entre 35 et 40%).

35% des étudiants ont effectué leur stage à l'étranger de première année, hors Union européenne.

Le choix du stage à l'étranger est principalement dû à la pratique linguistique (58%). La contrainte financière arrive en troisième position après les raisons personnelles et familiales (24 et 22%).

L'apport principal du stage à l'étranger est l'autonomie et la maturité (35%), ensuite l'apport interculturel et linguistique (près de 20%) et enfin l'expérience professionnelle (15%).

Plus de 50% des étudiants ont effectué plus de 8 semaines de stage à l'étranger (au-delà de l'obligation). Très peu d'entre eux déclarent avoir effectué une partie de leurs études (BTS) à l'étranger, soit 3,6% de l'échantillon.

60% des étudiants ne savent pas s'ils ont obtenu une attestation de relevé des crédits ECTS et 25 % ont obtenu cette attestation. Sur les 950 réponses apportées concernant l'utilité de cette attestation pour la poursuite d'études ou pour l'obtention d'un emploi, 560 (59%) l'estiment utile. L'apport de la dimension européenne du diplôme est mitigé, sur les 3680 réponses, 1795 disent qu'il n'y a aucun apport.

85% de l'échantillon a poursuivi des études après le BTS (soit 15% qui n'ont plus étudié après le BTS). 20% ont travaillé dès l'obtention du BTS (mais ont pu reprendre des études par la suite, soit par déduction près de 5%). Sur ces 761 réponses, 42% ont travaillé dans le commerce international et 12% à l'étranger (soit 90).

Seconde partie : le parcours professionnel à l'issue du BTS Commerce international

42% de l'échantillon interrogé poursuit des études. Les autres (2150) sont en CDI à 61%, 16% en CDD et intérim. 12% sont en recherche d'emploi (les sorties les plus récentes du BTS). Pour 17% de ceux qui ont un emploi (1896), le lieu de travail est à l'étranger.

Les étudiants interrogés exercent principalement dans le secteur du commerce-négoce (26%), ensuite dans le transport logistique (13%), l'industrie (9%), les services aux

entreprises (8%), l'agroalimentaire (7%), la banque-assurance (6%), le tourisme-hôtellerie (5%). En réalité, la majorité exerce dans d'autres secteurs que ceux proposés, soit 27%.

Les entreprises où ils exercent sont majoritairement des PME de moins de 50 salariés (38%) contre 34% de plus de 500 salariés.

L'échantillon (1900) de ceux qui ont un emploi actuellement, déclare à 65% avoir déjà occupé au moins un autre emploi, de même 63% estiment avoir des perspectives d'évolution au sein de leur entreprise.

Troisième partie : les missions et les activités dans votre emploi actuel

Le périmètre géographique des activités dans l'emploi des anciens étudiants salariés (1900) est international à 60%.

Les activités des anciens étudiants salariés les plus fréquentes sont par ordre d'importance :

Relation client en langue étrangère (54%)

Suivi commercial des ventes (53%)

Négociation commerciale vente (43%)

Administration des ventes (38%)

Organisation transport – logistique (37%)

Financement, paiement et gestion des risques (36).

Par contre, les moins fréquentes sont :

Le suivi, la négociation et l'administration des achats (jamais ou très rare à plus de 70%).

Les études et veille commerciales (74%) et la prospection (68%).

Dans le travail, la langue la plus pratiquée est l'anglais à 92%, ensuite c'est l'espagnol à 33%, l'allemand (9,6%) et l'italien (7%).

Les usages numériques les plus fréquents se concentrent sur les tableurs (fonctions avancées) à 57%, puis les PGI (52%), les outils de présentation (41%) et les CRM (34%). Les outils d'analyse de données (business intelligence) sont les moins utilisés (26%).

Quatrième partie : votre regard sur le BTS Commerce international

Les domaines de formation qui sont considérés comme les plus utiles correspondent aux activités professionnelles déclarées les plus fréquentes. Les langues vivantes étrangères remportent le plus de suffrages avec 80%, viennent ensuite la négociation (55%), la communication et le management interculturel (51%), la gestion des opérations d'import-export (45%).

L'économie-droit a le moins bon score (18%), juste avant l'étude et la veille des marchés étrangers (26%), l'informatique commerciale (31%) et la prospection (32%), derrière le management des entreprises (36%).

Les éléments qui ont le plus manqué pour l'insertion professionnelle et qui devraient être étudiés au cours de la formation en BTS, proposés le plus fréquemment par les anciens étudiants sont :

- La pratique de l'oral en français et LVE (proposition de cours d'éco, de CMI ou de management en LVE)
- Le digital (PAO, ERP, tableur approfondi)
- La préparation à la poursuite d'études et à l'insertion (métiers)
- Leadership, entrepreneuriat, autonomie
- Le management de la production (supply chain, gestion stock...)

Cinquième partie : votre poursuite d'études

Les 1531 étudiants qui poursuivent des études sont majoritairement en Master (50,4%) en Écoles de commerce ou de management (53,4%) ; 50% sous statut scolaire et 50% en formation continue (30%) ou apprentissage (20%).

Les enseignements qui ont donné envie de travailler dans un domaine spécifique du Commerce international sont principalement la gestion des opérations import-export, la négociation en langue, la communication, le management interculturel et la logistique.

Observations générales

Les anciens étudiants sont unanimement satisfaits de leur formation. Ils évoquent le plus souvent, le niveau de langue à développer (cours en anglais), des cours de culture générale inadaptés, la volonté de travailler davantage sur des études de cas ou mises en situation, la possibilité de faire des stages plus longs et de digitaliser la formation.

Certains proposent de rendre obligatoires les missions export, quand d'autres trouvent les stages à l'étranger contraignants financièrement (volonté d'être salariés).

Annexe 5 : Dépouillement des entretiens auprès des professionnels

Pour les entretiens menés auprès des professionnels, le groupe a fait le choix d'interroger principalement les PME et un échantillon représentant la diversité des secteurs d'activité. De même, il y avait deux guides d'entretiens différents, l'un pour les organisations ayant une connaissance du BTS (parce qu'elles ont des stagiaires ou des salariés diplômés à BAC+2) et l'autre pour les organisations recrutant au minimum au niveau Master. Ce second échantillon a été moins important et la synthèse n'est pas intégrée ici (en annexe). Le groupe a réalisé 40 entretiens au sein des organisations sollicitées, plus quelques entretiens téléphoniques et entretiens tests (pour améliorer les guides initiaux).

Dépouillement des enquêtes entreprises

54 % des répondants ont entre 3 et 40 salariés

18 % entre 80 et 250 salariés

28 % entre 400 et 22 000 salariés.

1. Emplois

2. Fonction de ceux qui donnent des directives aux collaborateurs CI

3. Personnes avec lesquelles le BTS CI est en relation

*** Relations dans l'entreprise**

Dans les plus petites PME (1/2 des répondants), interaction générale avec tous les services.

Dans les entreprises plus structurées : interaction avec les services logistique- transport, service comptabilité, service commercial, plus rarement avec les services qualité, juridique, et les usines.

Chez les commissionnaires de transport : avec le service douane, avec le réseau d'agents à l'étranger.

*** Relations externes**

Pour tous : prestataires de transport, transitaires, clients (y compris importateurs, distributeurs franchises, filiales), fournisseurs.

Pour beaucoup : banques, douanes, CCI.

Plus rarement : organisateurs de salon, organismes de certification et contrôle qualité, avocats d'affaires.

Chez les transitaires : chargeurs, transporteur, emballeurs, assureurs, douane.

4. Métiers correspondant au CI à un niveau BAC+2

Assistant export 25%

Assistant commercial export/import 15%

Assistant des ventes et suivi commercial 15%

Assistant logistique 10%

Agent d'exploitation – Agent de transit 10 %

Assistant administration des achats 5%

Gestionnaire import 5%

Service après-vente 5%

Responsable douane 5%

Responsable transport 5%.

5. Ressortissants étrangers

45% emploient des étrangers pour leurs compétences en langues (100% pour la maîtrise de l'anglais et à 50% une autre langue en relation avec les pays cibles) et pour leur connaissance des pays ciblés (50%).

Dans les filiales à l'étranger, l'emploi de personnels locaux est privilégié, sauf pour le responsable qui est le plus souvent un français expatrié (niveau BAC+5 et expérience).

6. Salaires niveau BAC+2

Le salaire minimum varie de 18 000 euros à 26 000 euros (salaire médian 23 400).

Le salaire maximum varie de 25 000 euros à 54 000 euros (salaire médian 30 000).

7. formations

BTS CI ou Licence Pro CI ou Transport – Licence LEA
Master

8. Si BTS CI cité, Adéquation de la formation

À part 1 répondant, déçu par le niveau des étudiants accueillis en stage

95% des entreprises satisfaites

- la maîtrise des bases en TCI (en particulier incoterms, liasse documentaire)
- les compétences numériques (recherche web, Excel)
- les notions en interculturel (liées au stage à l'étranger)

Toutes signalent l'insuffisante maîtrise des langues et de la motivation au travail.

Le diplôme est qualifié de généraliste ce qui constitue un atout

9. Insuffisances actuelles du BTS CI et attentes

100% des répondants regrettent le niveau en anglais largement insuffisant en particulier en termes de communication orale.

Plus de 50% évoquent également des insuffisances en communication en français : insuffisante qualité de l'écrit (mails, prise de notes, comptes rendus) et en culture générale (connaissance du monde et de l'actualité, géographie, ouverture culturelle).

Sont ensuite évoqués comme insuffisamment maîtrisés :

- Excel,
- Gestion (notions sur trésorerie, risques sur les équilibres financiers des retards de paiement....)
- Connaissance des systèmes de gestion de commande

Pour les entreprises dans lesquelles les BTS CI ont une mission plus commerciale :

- Usage des réseaux sociaux
- Études de marché.

Attentes en termes de durée de stage (+ longue, 4 semaines actuellement en France, 3 à 6 mois sont le plus souvent évoqués) et de contenus (trop normés).

10. Missions principales

Toute la chaîne de la commande et la relation client : demande du client (devis, cotations, calculs de prix), organisation du transport (demande de cotations), suivi des opérations logistiques, formalités douanières, liasse documentaire, suivi des paiements, traitement des réclamations, gestion des litiges (simples) couvertures des risques.

Mêmes missions chez les transitaires : réalisation des documents et suivi des dossiers clients de l'ouverture à la facturation, suivi des opérations et gestion des incidents.

Pour les métiers plus commerciaux : veille concurrentielle, veille réglementaire et recherche d'informations, préparation et organisation de la prospection terrain, qualification de fichiers, relation client/fournisseur.

11. Missions complémentaires

Pas de missions complémentaires dans 70% des cas.

Dans 20% des cas : participation à la prospection commerciale en appui des commerciaux (recherche d'informations, préparation et organisation de la prospection terrain (missions, salons), qualification de fichiers.

Dans 10% des cas : travaux sur des nouveaux projets de l'entreprise (en RSE, préparer statut OEA, participer à la mise en place d'actions marketing digital en communication ou en relation client).

12. Évolutions des missions et tâches par rapport au recrutement ?

Aucune évolution dans 80% des cas.

Dans 20% des cas, des missions plus commerciales se sont ajoutées (cf. question 11).

L'évolution principale est que la personne a plus d'autonomie dans son travail.

13. Compétences nécessaires

* compétences transversales (% de citation du terme)

13 % : Curiosité

10 % : Qualités de communication

Organisation et rigueur

Engagement, disponibilité

9% : Interculturel (ouverture à d'autres cultures)

8% : Capacité d'adaptation

6 % : Ouverture d'esprit

4,5% : Polyvalence

Capacité à la résolution de problème

Sens du collectif et capacité à travailler en équipe

Capacité d'écoute

3,3% : Empathie

Capacité à gérer le stress

Proactif

2 % : Gestion des priorités

Gestion des imprévus

Capacité à se remettre en question.

* Compétences métiers

Commercial :

Pour tous : techniques de communication pour les appliquer dans la relation client

Pour 10% des répondants :

Techniques de prospection

Mise en œuvre d'actions de marketing opérationnel

Vocabulaire du marketing international

Études de marché (savoir les analyser)

Techniques de négociation (pour la relation client – pas pour conclure des ventes ou des achats).

14. Compétences TCI détaillées

Systématiquement : Incoterms, liasse documentaire, cotations, réglementation (transport douane) logistique.

Dans 50% des cas en plus : paiement (Credoc rarement évoqué) gestion des risques, contrats, calculs commerciaux.

15. Attitudes professionnelles vis-à-vis des clients et fournisseurs

- Sens du relationnel sens du contact avec les clients et partenaires, sens du service
- Écoute et capacité d'adaptation, disponibilité
- Aisance dans la communication orale en français et en anglais
- Rigueur.

16. Compétences linguistiques et interculturelles

Anglais courant requis pour tous les emplois.

- Priorité à l'oral qui doit être fluide, car communication en anglais par téléphone
- Compétences en anglais à l'écrit (e-mail permanents)
- Aisance requise pour avoir une capacité de discussion.

2^{ème} langue est un plus, mais pas un besoin identifié dans 75% des cas.

Ouverture interculturelle indispensable.

Nécessité d'une sensibilisation aux différences culturelles.

17. Logiciels utilisés

Pack Office systématique

CRM

ERP

Messagerie omniprésente.

18. Compétences numériques indispensables

Maîtriser les suites bureautiques pour s'adapter aux évolutions technologiques.

Connaissance des bases des logiciels CRM et ERP pour pouvoir s'adapter à ceux mis en œuvre dans l'entreprise (formation interne en général lors de l'embauche).

Excel : savoir faire des requêtes, TCD, extractions et tableaux de Bord.

Savoir analyser les données des PGI.

À part 2 répondants pour qui l'activité sur les réseaux sociaux constitue le mode de prospection, les compétences sur les réseaux sociaux ne sont pas mobilisées au niveau BAC+2 (assistants), mais le sentiment d'une évolution et de lacunes à combler.

19. Perspectives d'évolution de carrière

Peu d'évolution possible en interne, beaucoup de turn-over à 5 ans, changement d'entreprise pour évoluer.

Les évolutions vers un poste de management ou un poste commercial nécessitent une poursuite d'études à BAC+3, BAC+5.

20. Évolutions des effectifs depuis 5 ans

1/3 des répondants : effectifs stables et sans perspectives de croissance.

2/3 des répondants : embauches d'1 à 2 postes depuis 5 ans et perspectives de poursuite de ce mouvement.

21. Quelle évolution du poste de travail depuis 5 ans ?

Peu de réponses – souvent redondantes avec question 22.

22. Prospective sur la définition du poste à moyen terme (4-7 ans)

40% : Augmentation de la relation client, importance croissante du relationnel, du service client.

36% : Dématérialisation des processus (douane, transport, relations usuelles avec les prestataires et clients, usage des réseaux sociaux professionnels, web dans la relation commerciale) qui nécessite de nouvelles compétences.

15% : raccourcissement des délais, accélération des activités, besoin de plus de réactivité.

3% : augmentation et complexification de la réglementation.

3% : RSE.

3% : incertitude géopolitique.

23 : Autres remarques

Améliorer le niveau de langue (anglais et français – exigences à l'oral et à l'écrit).

Stages plus longs

Stages à l'étranger indispensables

Journée d'immersion avant les stages (cité 1 fois).

Besoin de compétences en veille réglementaire (contrefaçon, normes, qualité...) et commerciale.

Améliorer la culture générale.

Créer un état d'esprit d'entrepreneur, curiosité, envie d'innover....

Les postes de commerciaux export ne sont pas au niveau BTS (Master)

Idem pour la fonction achat.

Annexe 6 : Bibliographie - Sitographie

- Étude prospective import-export 2016, intitulée « Repérage des évolutions sectorielles et analyse de leurs impacts sur les activités des entreprises et des salariés » (Intergros)
https://www.intergros.com/webfm_send/3099

- Portrait branche régions import-export 2017 ; Cartographie des métiers de la branche ; Repères et tendances 2017
<https://www.forco.org/branche-professionnelle/observatoire-prospectif-du-commerce/panoramas-et-etudes-de-branche/> (voir branche Import-export)

- L'internationalisation au prisme des PME (uniquement en ligne) - Jean-Louis Perrault, Revue Économie et management, N° 169 (octobre 2018)

- Les métiers de l'import-export, cartographie (Intergros, observatoire du commerce interentreprises)

- Guide des métiers (CCE)

<https://www.guidemetierscce.com/>

- Discours du Premier ministre sur la "Stratégie du Gouvernement en matière de commerce extérieur", le 28 février 2019 à Roubaix

<https://www.gouvernement.fr/partage/9996-discours-du-premier-ministre-sur-la-strategie-du-gouvernement-en-matiere-de-commerce-exterieur>

- Les chiffres du commerce extérieur, année 2018

<http://lekiosque.finances.gouv.fr>

- Le marketing digital transforme toute l'entreprise - Gilles Gomis et Joselyne Studer-Laurens, CCE, Entreprendre à l'international - octobre-novembre 2017 - n° 594

- Effectifs, résultats aux examens, cartographies des établissements, Ministère de l'éducation nationale et de la jeunesse, 2014-2018, source BCP

<http://www.odasce.asso.fr/>

<https://www.businessfrance.fr/>