

8^{ème} baromètre annuel de la Vente Directe : Un secteur qui recrute et se modernise

Dans un contexte marqué par une crise sans précédent et un bouleversement des Français dans leur rapport au travail, la Fédération de la Vente Directe (« FVD ») présente le dernier baromètre du secteur confirmant la robustesse de son modèle économique ainsi que les résultats d'une enquête menée avec l'IFOP sur l'évolution des métiers de la Vente Directe.

La Vente Directe : un secteur dynamique et aux résultats financiers solides

Deuxième marché en Europe après l'Allemagne, la Vente Directe affiche en France, malgré une situation inédite, un chiffre d'affaires de **4,492 milliards d'euros** en légère baisse de 3% par rapport à 2019, témoignant de la robustesse et de la résilience du modèle économique.

Parmi les univers les plus représentés, l'Habitat se démarque avec **29%** du chiffre d'affaires des adhérents, suivi par la Gastronomie avec **25%**. Viennent ensuite le Bien-être & le Diététique (**16%**) puis le Textile et la Mode à parts égales avec la Cosmétique (**8%**), l'Entretien ménager (7%), la Décoration & les Loisirs créatifs ainsi que les Télécommunications (3%) et enfin, l'Edition & la Presse (1%).

Côté emploi, la Vente Directe ne dément pas sa forte capacité à générer de l'activité sur l'ensemble de la France avec un solde net en 2020 de **+ 13 995 emplois créés** portant ainsi l'effectif global à **713 770** personnes exerçant dans le secteur.

Des forces de vente en hausse et qui se rajeunissent

64% des salariés ont moins de 44 ans. En parallèle, les moins de 25 ans ont vu leur part augmenter de 2% par rapport à 2019 et les 35-44 ans de 7 %.

Concernant les indépendants, 57% d'entre eux sont âgés de moins de 44 ans. La part des moins de 25 ans s'amplifie également avec une hausse de 4% des effectifs en deux ans.

Fortement plébiscité par les jeunes générations (Y et Z) de par la liberté, la diversité et la reconnaissance qu'il offre, le métier de conseiller en vente directe est également en phase avec leur sensibilité et aspiration professionnelle. La crise sanitaire et les confinements successifs ont contribué à susciter des vocations et amplifier l'engouement pour ce secteur créateur de lien social, offrant la possibilité de découvrir de nouveaux centres d'intérêt et de générer des revenus complémentaires.

Le digital comme moteur de réinvention en cette année particulière

Depuis le début de la crise sanitaire, le secteur a dû se réinventer, s'adapter pour maintenir son activité en se tournant vers de nouvelles pratiques numériques. L'utilisation accrue du digital explique également l'augmentation des effectifs ainsi que le faible impact du covid-19 sur le chiffre d'affaires. En effet, le numérique est devenu incontournable en cette période pour :

- **Vendre** et effectuer des démonstrations virtuelles conviviales,
- **Communiquer** sur de nouveaux produits via les catalogues en ligne,
- **Former** les équipes à distance,
- **Recruter** via les réseaux sociaux puis organiser les sessions d'entretien sur Teams ou Zoom.

Ainsi, la « vente directe par réseau » a réussi à performer cette année avec une hausse de 5% de son chiffre d'affaires par rapport à 2019. Le multi-canal s'impose désormais comme le leitmotiv de la profession : en 2020, **65%** des conseillers ont opté pour cette stratégie.

Principaux enseignements du baromètre IFOP « L'évolution des métiers de la Vente Directe »

La Fédération de la Vente Directe a souhaité mieux comprendre ce qui fonde l'attractivité des métiers de la Vente Directe et identifier leurs évolutions ces dernières années, au regard notamment de la crise du Covid-19. Pour cela, la FVD, en collaboration avec l'IFOP, a réalisé une enquête menée auprès d'un échantillon de 5199 personnes, dans le cadre d'une consultation des salariés et affiliés des entreprises de la Fédération.

- En premier lieu, le baromètre témoigne d'un réel optimisme en ce qui concerne l'état d'esprit actuel des conseillers en vente directe, comparativement à l'ensemble des salariés français : **72% s'expriment à travers des termes positifs**, contre seulement 55% dans la norme IFOP 2020. Et, dans le détail, 40% se sentent actuellement motivés, 32% se sentent confiants, 26% se disent en forme, et 23% sereins. Ils sont toutefois 47% au total à évoquer leur état d'esprit actuel à travers des termes négatifs, tels que le fait de se sentir fatigué pour 27% d'entre eux.
Spontanément associée pour 70% des conseillers interrogés à la notion de « plaisir », l'activité de vente directe est aussi synonyme de satisfaction. En effet, **83%** se déclarent satisfaits de leur activité professionnelle de vente directe, dont 23% très satisfaits de par le niveau d'autonomie, l'intérêt de ce travail, son ambiance, les outils mis à la disposition et surtout, la relation générale à l'entreprise ou aux autres.
La note moyenne de 7,7/10 attribuée est révélatrice de ce bien-être.
- Si l'on s'attarde sur la perception qu'ont les conseillers de la Vente Directe, **94% des personnes interrogées ont bonne image du secteur, dont 35% une très bonne image**. Les notions d'indépendance, de flexibilité et souplesse de l'activité sont particulièrement plébiscitées. L'absence de pression de la hiérarchie, la possibilité d'exercer n'importe où, de choisir son rythme de travail et de garder du temps pour soi étant autant de facteurs motivants. Le conseil personnalisé et la relation humaine au cœur de l'ADN de la Vente Directe sont aussi fortement appréciés. Enfin, la perspective d'évolution de carrière est considérée comme porteuse et stimulante.
Dès lors, 91% des conseillers interrogés recommanderaient à leurs proches de travailler dans la vente directe, signe de l'attractivité exceptionnelle du secteur.
- Enfin, l'étude montre que la crise sanitaire n'a que faiblement impacté l'optimisme des conseillers vis-à-vis de leur activité : **70% des répondants considèrent que celle-ci a permis de réinventer la manière dont ils exercent leur activité**. En atteste, le recours massif à différents moyens de communication qui ont pu se substituer aux rencontres en présentiel : les réseaux sociaux (74%), la visioconférence (54%), et l'emailing /SMS (52%). Le digital ayant aussi facilité les transactions à distance avec l'utilisation du paiement à distance (49%) ou mise en place de E-boutiques (48%).
Plus précisément, **75% des conseillers ont développé l'aspect digital de leur activité** ou ont l'intention de le faire.

À propos de la Fédération de la Vente Directe

La Fédération de la Vente Directe - qui regroupe 80% des entreprises du secteur - travaille pour la reconnaissance et le développement de la Vente Directe et accompagne l'évolution de l'ensemble de ses acteurs. Troisième voie de distribution après la vente en magasin et la vente à distance, la Vente Directe se caractérise par la mise en présence simultanée d'un vendeur et d'un consommateur en dehors d'un lieu destiné à la commercialisation. Avec 4,492 milliards d'euros de chiffre d'affaires et 773 770 personnes qui travaillent dans le secteur, la Vente Directe en France affiche un fort dynamisme en 2020

Plus d'information : www.fvd.fr

Contact presse :

Agence Auvray & Associés :

Astrid AMEGNRAN – a.amegnrn@auvray-associes.com – 06 47 95 38 60