

MAÎTRISE DES MAGASINS

Diagnostique sur les métiers en tension structurelle en PACA
ANNEXE TECHNIQUE



Précisions préalables :

La FAP R3Z80 « Maîtrise des magasins » comprend les détaillants (de 0 à 9 salariés) en alimentation générale ou spécialisée, équipement du foyer, droguerie, habillement et articles de sport, produits de beauté et de luxe (maroquinerie, bijouterie...), biens culturels, tabac-presse ; les fleuristes ; les exploitants et gérants de station-service ainsi que les chefs (salariés ou mandataires) de supérettes ; les [agents de] maîtrise de l'exploitation des magasins et les animateurs commerciaux des magasins (marchandiseurs, non cadres).

Il s'agit, d'une part, de chefs d'entreprise non salariés du commerce, travaillant seuls ou employant moins de 10 salariés, spécialisés dans la vente au détail de produits alimentaires ou non alimentaires dont la gamme peut être plus ou moins étendue. Ils peuvent diriger des magasins traditionnels ou des libres-services, conseiller leur clientèle grâce à leur connaissance des produits commercialisés.

Il s'agit, d'autre part, de salariés d'entreprise, responsables d'un petit magasin (moins de 400 m² de surface de vente) ou d'un secteur de magasin de grande surface (au moins 400 m² de surface de vente). Sans avoir la qualité de cadre, ils assurent soit les mêmes fonctions qu'un petit commerçant (sous statut salarié ou de gérant, mandataire percevant un minimum fixe et un pourcentage du chiffre d'affaires) ; soit un ensemble de tâches d'administration, de contrôle et d'animation des ventes. Ils peuvent, par ailleurs, être chargés de conseiller ou de contrôler les gérants de magasins de vente dans leur politique d'aménagement et de mise en place des produits, selon qu'il s'agisse de commerces intégrés, de chaînes volontaires ou de commerces indépendants.

ROME correspondant à cette FAP : D1502-Management/gestion de rayon produits alimentaires ; D1503-Management/gestion de rayon produits non alimentaires ; D1506-Marchandisage (*hors ingénieurs et cadres*) ; D1508-Encadrement du personnel de caisses.

Tensions et difficultés de recrutement

Sources : Pôle emploi, Direccte, ORM (OEE, DEE ; Tensions structurelles 2005-2014) ; Pôle emploi (offres diffusées en 2016) ; Pôle emploi, Crédoc (BMO 2012-2017) ; TEC, Medef (enquête, données 2015) – Traitement ORM.

- Ce métier fait partie des 54 métiers (sur 181 observés) qui apparaissent en tension structurelle sur une période de dix ans en région PACA (2005-2014) avec une **tension structurelle élevée de 0,92** (contre 0,55 tous métiers).
- Tension conjoncturelle en 2016 (sur offres diffusées par Pôle emploi)* : 1,78.
- Métier en tension conjoncturelle dans toute la région. Des tensions plus vives dans les départements 04, 05 et 83.
- D'après l'enquête sur les besoins de main-d'œuvre (BMO) :
 - **224 projets de recrutement en 2017** en PACA (116^e métier le plus recherché sur 197).
 - Un nombre d'intentions d'embauche très variable d'une année sur l'autre. En un an : + 138 projets (soit + 161 %).
 - La part des projets jugés difficiles *a priori* est inférieure à celle observée pour l'ensemble des métiers (24 % contre 37 %). Mais elle varie fortement d'une année sur l'autre (elle était à 68 % en 2016, contre 34 % tous métiers).
 - Seulement 27 % de projets saisonniers (46 % tous métiers). Cette part est en forte baisse par rapport à 2012.

* Offres diffusées par Pôle emploi : offres déposées à Pôle emploi ajoutées aux offres des partenaires. Le niveau de qualification ne pouvant pas être détaillé dans les offres partenaires, cette tension conjoncturelle est « approchante » car elle ne correspond pas toujours à la FAP mais à l'ensemble des ROME qui la composent, sans distinguer le niveau de qualification. Métier dit en tension : métier pour lequel le ratio de tension conjoncturelle est supérieur ou égal à 0,75.

DIAGNOSTICS RÉALISÉS
EN PARTENARIAT AVEC :



Diagnostique sur les métiers en tension structurelle en PACA – Décembre 2017
Directeur de publication : Philippe Cottet
Réalisation : Fanny Bremond et Pauline Gay-Fragneaud



- D'après l'enquête TEC au niveau régional en 2015, ce métier présente relativement peu de difficultés à pourvoir un poste (29 % contre 34 % tous métiers) et aucun poste non pourvu (contre 15 %).

Offres d'emploi enregistrées

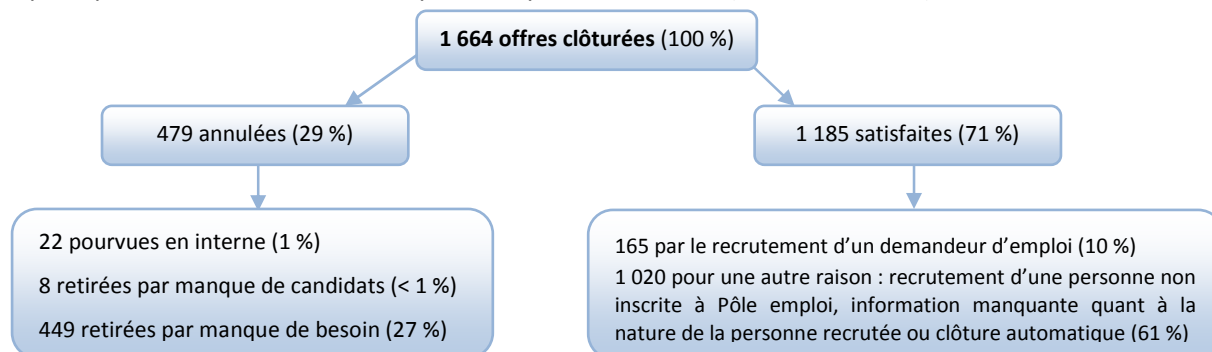
Source : Pôle emploi, Direccte (offres d'emploi enregistrées OEE, cumul annuel 2016) – Traitement ORM.

- **1 759 offres d'emploi enregistrées en 2016** par Pôle emploi (soit 0,6 % de l'ensemble des offres).
- 57 % concernent le ROME D1506-Marchandisage ; 28 % le D1502-Management/gestion de rayon produits alimentaires ; 10 % le D1503-Management/gestion de rayon produits non alimentaires et seulement 4% le D1508-Encadrement du personnel de caisses.
- 48 % des offres portent sur un CDI (contre 41 %). Mais la part des CDD de six mois ou moins est élevée (48% contre 33 % tous métiers confondus). Plus précisément, 35 % de CDD de moins d'un mois (contre 5 %).
- La part d'offres sur des temps partiels de très courte durée (8 h ou moins) est également importante : 49 % contre 5 % tous métiers. Les offres portant sur des contrats à temps plein sont ainsi moins représentées : 44 % des offres (71 % tous métiers).
- 60 % des offres concernent des postes d'employé non qualifié (25 % tous métiers) ; 17 % des postes d'employé qualifié (45 %) et seulement 22 % des postes très qualifiés d'agent de maîtrise, technicien et cadre (13 %).
- L'expérience professionnelle dans le métier ne semble pas être un critère prégnant : 20 % des offres ne mentionnent pas cet aspect. Celles qui en font mention ne requièrent souvent aucune expérience (47 % de l'ensemble des offres) et seules 33 % demandent une expérience d'au moins une année.
- La majorité des offres émanent de PME de 10 à 49 salariés (65 % contre 25 % tous métiers). Les TPE de moins de 10 salariés sont moins représentées (19 % contre 54 %). La part des entreprises de 250 salariés et plus est notable (9 % contre 5 %).
- 48 % des offres proviennent d'établissements spécialisés dans la promotion des produits dans les points de vente (création de stands, réalisation de campagnes marketing ou services de conseil en marketing destinés à attirer et à fidéliser les consommateurs) ; 30 % d'entreprises du secteur « Commerce ; réparation d'automobiles et de motocycles » (notamment, 8 % de supermarchés et 4 % de commerces de détail en magasin non spécialisé).

Motifs de clôture des offres

Source : Pôle emploi (offres d'emploi clôturées, cumul annuel 2016) – Traitement ORM.

- Une grande majorité d'offres satisfaites.
- Une part très élevée d'offres retirées par manque de besoin (27 % contre 14 % tous métiers) et une part quasi nulle d'offres retirées par manque de candidats (2 % tous métier).



Profil des demandeurs d'emploi

Source : Pôle emploi, Direccte (DEFM ABC au 31.12.2016) – Traitement ORM.

- **1 398 demandeurs d'emploi à fin décembre 2016** (soit 0,3 % de la demande d'emploi totale).
- Ils sont principalement positionnés sur les ROME D1502-Management/gestion de rayon produits alimentaires et D1503-Management/gestion de rayon produits non alimentaires (respectivement 40 % et 35 %), puis le D1508-Encadrement du personnel de caisses (19 %). Le ROME D1506-Marchandisage ne concerne que 5 % des profils.
- La moitié sont des femmes (comme chez l'ensemble des demandeurs d'emploi).
- Une majorité âgée de 30 à 49 ans (54 % contre 47 %). Des jeunes de moins de 30 ans et des personnes de 50 ans et plus moins représentés (respectivement 24 % et 22 % parmi les personnes positionnées sur ce métier contre 27 % et 25 %).
- Le profil des demandeurs d'emploi est varié en termes de niveau de formation. 33 % ont un niveau supérieur au bac (contre 24 %) ; plus précisément, 21 % de bac + 2 et 12 % de bac + 3 et plus. 28 % ont un niveau bac (contre 22 %) et 33 % un niveau CAP-BEP (contre 36 %). Les non-diplômés sont ainsi peu présents dans la demande d'emploi (7 % contre 17 %).
- 61 % d'employés qualifiés et 28 % de techniciens, agents de maîtrise, ingénieurs ou cadres (contre 49 % et 12 %).
- Principalement des demandeurs d'emploi ayant une expérience dans le métier : 87 % ont au moins deux années d'expérience (contre 75 % pour l'ensemble) ; la moitié ayant six ans d'expérience ou plus (52 % contre 43 %).
- Une majorité inscrite à Pôle emploi depuis moins d'un an : 60 % (comme pour l'ensemble).
- Par ailleurs, durant l'année 2016, 1 066 demandeurs d'emploi ont accédé à un emploi d'une durée d'un mois ou plus.

Caractéristiques de l'emploi (contrats, secteurs, taille entreprise...)

Sources : Insee (RP 2013) ; Insee (DADS 2014) – Traitement ORM.

- **40 385 maîtrise des magasins sont en emploi** (soit 2,1 % de l'emploi régional en 2013).
- 24 % d'entre eux sont responsables de petites surfaces de vente (directeur salarié ou gérant de supérette, par exemple) ; 16 % sont détaillants en alimentation (épiciers, primeurs, cavistes, poissonniers, crémiers...) ; 14 % détaillants en habillement et articles de sport ; 14 % [agents de] maîtrise de l'exploitation des magasins de vente (chefs de rayon, par exemple). Viennent ensuite les détaillants en équipement du foyer (7 %) ; les animateurs commerciaux ou marchandiseurs (6 %) ; les buralistes (6 %)...
- Un nombre global d'emplois en légère baisse, contrairement à la tendance régionale : - 1,7 % entre 2008 et 2013 (+ 0,9 % tous métiers confondus). Des évolutions contrastées selon la fonction occupée : ainsi, sur cette période, certains professionnels ont vu leur nombre augmenter de façon notable, tels les marchandiseurs (+ 38 %) ; les fleuristes (+ 32 %) ; les buralistes (+ 19 %) ; les quincaillers (+ 7 %) ; les détaillants en alimentation (+ 2 %) ; les chefs ou responsables de rayon (+ 2%), d'autres ont vu leur nombre baisser de manière importante, comme les détaillants en habillement (- 21 %) ou les détaillants en biens culturels (- 9 %)...
- Majoritairement des emplois non salariés : 56 % contre 14 %.
- Les autres actifs sont principalement en CDI : 41 % contre 73 % tous métiers. (*Parmi les salariés, 93 % sont en CDI contre 85 %*).
- Une faible part d'emplois à temps partiel : 11 % contre 18 %.
- Un salaire mensuel net médian (en ETP) relativement élevé : 1 919 € (contre 1 660 € tous métiers, soit un écart de 259 € par mois).

- Des emplois essentiellement concentrés dans le secteur d'activité « Commerce ; réparation d'automobiles et de motocycles » : 92 % des emplois. En ce qui concerne plus précisément les salariés, 20 % travaillent dans une entreprise de la branche professionnelle du commerce de détail et de gros à prédominance alimentaire, qui regroupe notamment les commerces d'alimentation générale (petites surfaces de vente), les supérettes, les supermarchés, les hypermarchés, les entrepôts et centrales d'achats alimentaires de la grande distribution. Viennent plus loin derrière les entreprises de la branche des maisons à succursales de vente au détail d'habillement (6 %) ; du commerce de gros (5 %) ; des services de l'automobile (4 %)...
- 59 % des salariés exercent dans une TPE (contre 31 % tous métiers) ; les établissements de 10 à 49 salariés regroupent 22 % des salariés (contre 24 %). Les emplois dans les entreprises de plus grande taille sont ainsi peu représentés (19 % contre 45 %).

Profil et formation des actifs en emploi

Sources : Insee (RP 2013) ; Insee (Enquête emploi continue 2008-2012) ; Insee Analyses, n° 28, mars 2016 – Traitement ORM.

- Une part de femmes proche de celle observée dans l'emploi total (47 % contre 48 %).
- Une majorité d'actifs âgés de 30 à 49 ans (54 % contre 52 %). Une surreprésentation des 50 ans et plus (34 % contre 29 %) et une faible part de jeunes : seulement 13 % ont moins de 30 ans (19 % tous métiers).
- Leur famille professionnelle élargie R3Z « Maîtrise des magasins et intermédiaires du commerce » présente un taux de retrait pour fin de carrière professionnelle de 14,7 % entre 2016 et 2020 (14 % tous métiers).

Lien avec la formation :

- Des profils diversifiés quant au niveau de formation : la majorité ont un diplôme de niveau bac ou supérieur au bac (55 % contre 58 %) mais la part des non-diplômés est légèrement surreprésentée (22 % contre 19 %). Celle des CAP-BEP est identique à celle observée dans l'emploi total (23 %).
- Un niveau de diplôme qui s'est fortement élevé : 41 % des jeunes de moins de 30 ans ont un diplôme de l'enseignement supérieur contre seulement 19 % des 50 ans et plus. La part des diplômés de niveau bac s'est également renforcée chez les jeunes, mais dans une moindre mesure (29 %, contre 23 % chez les seniors). En conséquence, la part des diplômés de niveau CAP-BEP et des non-diplômés a fortement baissé chez les jeunes (- 27 points). Cette élévation du niveau de diplôme est nettement plus marquée sur ce métier que celle constatée pour l'ensemble des métiers.
- Les actifs de la maîtrise des magasins en emploi sont diplômés de filières de formation variées : « Fonctions transverses des entreprises et des administrations » (15 %) ; bac de la filière générale (12 %) ; « Commerce, vente » (11 %) ; « Fonctions transversales de la production » (4 %) ; « Formations industrielles » (4 %).

Caractéristiques des formations et des formés

Sources : EN, Draaf, Drees, Conseil régional, AFPA, Pôle emploi, Afdas, Agefos-PME, Fongecif, Unifaf, Uniformation (base ORM, effectifs en formation 2014) – Traitement ORM.

- Au niveau national, 95 certifications visent le métier de la maîtrise des magasins, dont 10 issues de ministères (Agriculture, Éducation nationale, Emploi) ; 44 issues d'universités (licence pro essentiellement) ; 26 issues de chambres consulaires (CCI) ou d'autres organismes de formation (écoles de commerce, par exemple) et 15 issues de branches professionnelles (CQP).
- Au niveau régional en 2014, **1 392 personnes préparent une des 16 formations certifiantes qui visent ce métier** (tous niveaux confondus) via la formation initiale (voie scolaire et apprentissage), la formation continue des demandeurs d'emploi (FCDE) ou les formations financées par les OPCA

ou Opacif. Il s'agit de neuf certifications des ministères ou d'universités et de sept titres inscrits au RNCP sur demande d'organismes de formation ou de chambres consulaires (CCI).

- 98 % de ces personnes suivent une formation de la filière « Commerce, vente ».
- 49 % sont en formation initiale-voie scolaire ; 26 % dans un contrat de professionnalisation financé par l'Agefos-PME, l'Afdas ou Uniformation (pas de données disponibles issues du Forco, OPCA du commerce et de la distribution) ; 17 % en apprentissage ; 6 % en FCDE ; 2 % dans une formation financée par le Fongecif ou l'Agefos-PME (hors contrat de professionnalisation). Les formations en alternance sont ainsi très représentées (respectivement 12 % d'apprentis et 3 % de personnes en contrat de professionnalisation chez l'ensemble des formés, quel que soit le métier visé).
- 88 % des formés suivent une formation de niveau bac + 2 ; les personnes en formation de niveau bac + 3 ou bac représentent une part beaucoup plus faible (respectivement 8 % et 4 %).
- Des effectifs féminins majoritaires (55 %).
- 88 % de jeunes de moins de 26 ans (données hors formation initiale voie scolaire).
- Moins de cinq stagiaires reconnus travailleur handicapé en formation (données hors formation initiale voie scolaire et OPCA).
- Les principales certifications visant ce métier sont :
 - BTS management des unités commerciales (1 108 formés, soit 80 %).
 - Licence pro commerce spécialité distribution : management de rayon (66 formés, soit 5 %)
 - Titre professionnel responsable de rayon (57 formés, soit 4 %).
 - Titre professionnel manager d'univers marchand (38 formés, soit 3 %)
 - Gestionnaire d'unité commerciale option généraliste (30 formés, soit 2 %)

Insertion à l'issue des formations

Source : ORM (enquête sur les sortants SPRFPA de formations de niveau CAP-BEP ou bac, année 2015, 2 ans après la formation).

- Peu de données exploitables (l'enquête de suivi porte sur les sortants de formation de niveau CAP-BEP ou bac alors que les formations visant ce métier sont majoritairement de niveau bac + 2 et plus). Seul le titre professionnel responsable de rayon fait partie des certifications prises en compte dans l'enquête mais les effectifs sont trop faibles pour faire des analyses (1 % des enquêtés inscrits dans la filière de formation « Commerce, vente »).

Source : Pôle emploi.

- Six mois après une formation financée ou rémunérée par Pôle emploi (tous dispositifs) : 71 % des stagiaires sont en emploi, selon les domaines de formation (Formacode) propres à ce métier.

Autres sources mobilisées

- France stratégie, Dares, « Les métiers en 2022 », avril 2015
 - « Depuis le début des années 2000, le nombre de petits commerçants, négociants ou personnels contribuant à l'exploitation et à l'administration commerciale des magasins est de nouveau orienté à la hausse, bénéficiant, tout comme les vendeurs, d'une bonne tenue du commerce de proximité. Différentes études suggèrent que cette tendance récente, favorisée notamment par le vieillissement de la population et des choix de consommation plus personnalisés et "écoresponsables", pourrait se prolonger dans les années à venir. La croissance retrouvée des espaces ruraux et celle des villes-centre, plus denses en petites structures commerciales que les banlieues, pourrait y contribuer. Selon le scénario central, le nombre de responsables de magasins et intermédiaires du commerce augmenterait ainsi, sur la période 2012-2022, de 0,8 % par an en moyenne. »
 - « Les responsables de magasins et intermédiaires du commerce, en moyenne plus âgés, connaîtraient des taux de départs en fin de carrière légèrement supérieurs à ceux projetés pour l'ensemble des métiers. Ces départs concerneront de nombreux petits commerçants à leur compte, ceux-ci constituant une bonne moitié des effectifs de la famille professionnelle. [...] Les métiers de maîtrise des magasins et intermédiaires du commerce se distinguent par une part importante de personnes quittant tardivement l'emploi mais aussi par une proportion non négligeable de départs précoces. Ainsi, parmi les personnes parties en fin de carrière sur la période récente, environ 20 % se sont retirées après l'année de leurs 62 ans (12 % tous métiers confondus) et plus de la moitié avant l'année de leurs 60 ans (51 % tous métiers confondus). Si les petits commerçants à leur compte restent souvent tardivement en activité, les salariés de cette famille professionnelle

partent en effet plus précocement. »

→ « La proportion de débutants est faible dans la maîtrise des magasins (5 % de débutants contre 10 % dans le domaine professionnel Commerce dans son ensemble), ces fonctions requérant souvent une expérience préalable. »

→ Au final, selon le scénario central, 194 000 emplois seraient à pourvoir sur la période 2012-2022 au niveau national dans la famille élargie de la maîtrise des magasins et intermédiaires du commerce, soit 3,2 % par an (contre 3% dans l'ensemble des métiers). Les trois quarts seraient liés aux départs en fin de carrière, le quart restant correspondrait à des créations nettes d'emploi.

- Centre d'analyse stratégique, « Conditions de travail, organisation du travail et usages des TIC selon les métiers », document de travail n° 2013-03, février 2013
- Dares, « Portraits statistiques des métiers 1982-2014 », *Synthèse.Stat'*, n° 19, mars 2016
 - « En moyenne sur la période 2012-2014, 547 000 personnes [au niveau national] sont responsables d'un magasin employant moins de dix salariés, ou grossistes, ou encore chefs de rayon, marchandiseurs, animateurs commerciaux dans une grande surface. Certains participent aussi à l'achat des produits ou à l'administration commerciale des entreprises. Ces **métiers sont présents** sur l'ensemble du territoire, et **plus spécialement en Provence - Alpes - Côte d'Azur** et en Corse. Dans les années 1990, le nombre de petits commerçants à leur compte s'est fortement réduit suite au renouvellement des structures commerciales (développement des supermarchés, grandes surfaces spécialisées ou réseaux d'enseignes). Au cours des années 2000, les effectifs se sont à nouveau orientés à la hausse, mais ont baissé depuis. Près de la moitié des responsables de magasins et intermédiaires du commerce sont aujourd'hui salariés, contre moins d'un quart il y a trente ans.
 - Si la proportion de non-diplômés a beaucoup diminué au cours des trente dernières années, **les niveaux de formation exigés restent très divers selon la taille du magasin et le type de métier exercé**. Ainsi, 22 % des professionnels n'ont pas de diplôme au-delà du brevet des collèges, alors que 29 % ont un diplôme de niveau au moins égal à bac + 2.
 - Les responsables de magasin et intermédiaires du commerce sont peu concernés par le sous-emploi ou les contrats de courte durée. Les **contrats à durée déterminée semblent cependant se développer** : la part de ce type de contrat dans les embauches a presque doublé en quelques années, s'établissant à 80 % en 2014. Le turnover (moyenne du taux d'entrée et du taux de sortie), même s'il reste faible par rapport à la moyenne, a ainsi fortement augmenté.
 - Les responsables de magasin et intermédiaires du commerce sont nombreux à exercer les samedis (77 %) ou dimanches (40 %), et 62 % des professionnels travaillant à temps complet déclarent travailler plus de 40 heures par semaine. **Les salaires sont assez dispersés** : un peu plus d'un quart des salariés à temps plein déclarent toucher moins de 1 500 € nets par mois, et un tiers gagne plus de 2 000 €.
 - En 2014, les demandeurs d'emploi à la recherche d'un emploi de maîtrise des magasins ou d'intermédiaire du commerce sont comparativement peu nombreux relativement à ceux qui exercent ces métiers, et la part de ceux inscrits depuis plus d'un an à Pôle emploi est inférieure à la moyenne. Près de 90 % des offres d'emploi portent sur des contrats de plus de six mois, contre 63 % pour l'ensemble des métiers. »
- Kyu associés, « Commerce et cross canal. État des lieux et perspectives », octobre 2015
 - « En termes de chiffres d'affaires, la part des canaux de vente digitaux reste limitée à moins de 10 %, avec un taux de conversion faible. En revanche, le rôle du digital est devenu central dans l'expérience client. Les parcours et les services issus du mix entre les canaux de vente sont en pleine effervescence et sont adoptés par les clients. Appréhender cet écosystème "cross canal" est donc devenu indispensable. [...] S'ils restent les points de vente prépondérants, les magasins se "digitalisent" pour répondre à ces nouvelles attentes.
 - En outre, le cross canal est également porteur d'opportunités. Il constitue avant tout un relais de croissance pour les enseignes les plus dynamiques. Il apporte des outils pour mieux gérer sa relation client, pour susciter des envies et mieux les transformer en acte d'achat. Les canaux de vente ne sont donc plus concurrents mais complémentaires. Les mettre en cohérence et les coordonner devient un vrai défi.
 - En revanche, saisir ces opportunités reste un investissement significatif. Après les tablettes vendeurs et les bornes en magasin, la croissance de l'équipement des clients en smartphones est une opportunité d'amener de nouveaux services en limitant les coûts. Il reste à développer les interfaces, organiser les opérations et former les équipes pour proposer une expérience client réussie.
 - Sur cet aspect de conduite du changement, l'étude montre que la plupart des entreprises sont en profonde mutation, avec de nombreux chantiers en cours ou en réflexion, en termes d'offre de service, de gestion des compétences ou d'organisation. Les chantiers les plus adressés sont ceux qui touchent directement le client comme la visibilité temps réel sur les stocks ou le tracking des livraisons. »
 - « Le cross-canal bouscule les organisations. La suppression des silos e-commerce et magasin est une tendance forte. Les équipes doivent apprendre à se coordonner dans un objectif commercial cohérent. »
 - Les *responsables de rayon*, hôtes de caisse, vendeurs/conseils en magasin font partie des premiers métiers en forte mutation. Ces *professionnels sont amenés à faire évoluer leur posture et leur expertise face à des clients mieux informés et plus exigeants*.
 - De manière générale, les entreprises évoluent progressivement vers des *fonctions « cross canal » pour accompagner les mutations de manière plus transverse*.
- Céreq, « Les emplois de la vente et du commerce. Quelles évolutions et quelles perspectives pour les deux baccalauréats professionnels ? », *Net.Doc*, n° 124, mai 2014
 - S'agissant du « développement général du commerce et des activités associées, ce développement engendre des besoins accrus d'encadrement, d'animation et d'administration, d'études de marché, ainsi qu'une professionnalisation des fonctions

« achat » et « marchandisage ».

→ Si l'on examine les emplois de maîtrise confiés aux jeunes, on s'aperçoit que leur implantation au sein des secteurs du commerce est un peu moins prononcée. Ces premiers emplois comptent sans doute relativement plus d'emplois « techniques » (animateur commercial, marchandiseur, acheteur...), de tels emplois pouvant *a priori* être plus aisément pourvus avec des jeunes sortant du système éducatif que les emplois d'encadrement. L'accès aux emplois de direction de magasin et d'encadrement de proximité requiert très certainement une première expérience au préalable. Sur ces postes on recrute plutôt des salariés expérimentés via notamment une promotion interne. Ces salariés tendent alors à avoir déjà un certain âge.

→ Les agents de maîtrise se caractérisent par une structure des certifications et une évolution de cette structure comparables à celles constatées pour les commerciaux. Entre 1990 et 2010, l'élévation des niveaux de certification est flagrante. Selon l'Enquête emploi, la part des diplômés d'une licence ou plus triple chez les responsables de magasin et les intermédiaires du commerce de moins de 30 ans ; la part de ceux qui ont un bac + 2 passe de 13 % à 21,5 % ; la part de ceux qui possèdent au plus un baccalauréat atteint le niveau (à présent majoritaire) de 27 % alors qu'elle équivalait à 20 % en 1990. En parallèle, les profils CAP, BEP ou équivalents ne représentent plus en 2010 que 20 % des effectifs, alors qu'ils étaient majoritaires en 1990 (près de 30 %). Les personnes sans diplôme tendent pour leur part à s'éclipser.

→ Les résultats des enquêtes Génération « montrent une attention accrue des entreprises à l'égard du niveau de diplôme pour alimenter les emplois de la maîtrise, ainsi que l'élévation du niveau de formation des prétendants à ces emplois. [Pour autant], on observe la persistance d'une certaine diversité des niveaux de formation exigés à l'entrée [dans ces métiers]. Cela tient sans doute en partie à la pluralité des emplois qui composent cette famille (du chef de rayon à l'assistant marketing, en passant par l'animateur des ventes ou l'assistante commerciale) et de leurs conditions d'exercice (présence, notamment, dans des magasins de taille très différente) ».

→ Les agents de maîtrise des magasins et les intermédiaires du commerce ont des profils très variés en termes de spécialités de formation. Les jeunes qui accèdent de nos jours à un emploi de maîtrise ont cependant plus de chances d'être issus de la spécialité commerce-vente.

→ La famille professionnelle « maîtrise de magasins et des intermédiaires du commerce » présente une parité quasi parfaite des sexes, à la suite d'une importante féminisation qui s'est produite surtout à partir des années 2000. Cette situation est d'autant plus remarquable que bon nombre d'emplois de la famille renvoient à des fonctions techniques ou d'encadrement traditionnellement attribuées en priorité à des salariés de sexe masculin.

- Région académique Provence - Alpes - Côte d'Azur, « Cartes des formations professionnelles, horizon 2018-2020 : Analyse par filière »

→ « Provence - Alpes - Côte d'Azur est la seconde région française en termes de densité d'établissements commerciaux, ce qui montre un dynamisme certain du secteur, qui a enregistré un chiffre d'affaires de 51,6 milliards d'euros (TTC) en 2014. Avec 142 000 établissements (dont 85 % font partie du commerce de détail), il représente 51 % de l'ensemble des établissements du RCS en région Provence - Alpes - Côte d'Azur et emploie 426 000 salariés ainsi que 130 000 non-salariés (dirigeants et indépendants). 88 % des activités commerciales comptent moins de six salariés. L'effectif moyen d'un commerce en Provence - Alpes - Côte d'Azur est de trois salariés (alors qu'il s'élève à quatre salariés en moyenne sur l'ensemble des secteurs d'activité du ressort des CCI). En termes de répartition géographique, la frange côtière de la région (départements des Alpes-Maritimes, du Var et des Bouches-du-Rhône) enregistre à elle seule 85 % de l'emploi salarié du commerce. La progression de l'effectif salarié est plus forte dans le commerce (+ 9,5 %) qu'en moyenne pour l'ensemble des établissements des CCI de Provence - Alpes - Côte d'Azur (+ 6 %). Par ailleurs, la région se caractérise par une surreprésentation des commerces d'épicerie, des boulangeries, des magasins de vêtements, d'articles de sport et de loisirs et dans une moindre mesure par une représentation forte des magasins d'équipements de la maison, quincaillerie et bricolage, parfumeries, bijouteries et horlogeries.

→ En Provence - Alpes - Côte d'Azur, les femmes dirigeantes sont plus nombreuses dans les activités commerciales que dans les autres secteurs (29 % des dirigeants d'établissements commerciaux sont des femmes). Le secteur représente 45 % des créations d'entreprises (dont 83 % créées dans le commerce de détail). 41 800 commerces ont été créés entre 2012 et 2015 en Provence - Alpes - Côte d'Azur. 43 200 établissements commerciaux sont potentiellement dans une dynamique de transmission à moyen terme car 30 % des dirigeants d'établissements commerciaux de la région ont plus de 55 ans.

→ Avec l'avènement du commerce en ligne et les nouvelles méthodes de commercialisation fondées sur "l'orientation client", le secteur a subi de nombreuses évolutions structurelles et la part des effectifs non diplômés s'est fortement réduite dans le secteur au cours des deux dernières décennies. Les profils de formations commerciales sont très nombreux, avec notamment la démocratisation des BTS et DUT, mais aussi l'apparition de nouvelles formations dans la grande distribution.

En Provence - Alpes - Côte d'Azur le campus de la relation client renforce la coopération entre l'enseignement et les entreprises sous forme d'un véritable écosystème partenarial, levier de promotion des formations professionnelles. Il apporte une lisibilité sur les formations du secteur "Commerce, vente", reconnues à fort potentiel au sein de la région. Sa vocation est d'anticiper et d'accompagner les mutations économiques et technologiques du territoire, en tant que porteur d'innovations, "incubateur" de parcours de formations fluides, sécurisés, diversifiés (mixité), favorisant l'insertion sociale et professionnelle des jeunes et la formation continue des adultes. Plusieurs axes de travail sont ouverts par le campus, autour de l'alternance, de la modularité des formations par compétences, la contextualisation des formations dans l'environnement économique, la sécurisation des parcours, la construction de dispositifs d'accompagnement (coaching, tutorat, stage d'immersion), la formation continue des enseignants, l'immersion de professionnels en établissements scolaires, le développement de l'entrepreneuriat, la mise en place de formations e-commerce, l'expérimentation d'une offre pédagogique multimodale combinant du présentiel, du e-learning, de la participation à des communautés d'apprenants (partage sur les réseaux sociaux d'expérience, serious games, réalité augmentée, systèmes immersifs). »

→ Dans la région académique, le BTS management des unités commerciales (MUC), préparé sous statut scolaire dans un

établissement public, présente un taux d'attractivité (soit le rapport nombre de premiers vœux / capacité d'accueil) élevé de 2,053. Ce taux varie toutefois selon l'établissement considéré.

→ « La liaison bac pro/BTS se met en place et on assiste à un accroissement des demandes de poursuite d'études de la part des bacheliers professionnels. Les **BTS NRC et MUC, actuellement en rénovation, devront dans l'avenir accueillir davantage de jeunes titulaires de baccalauréats professionnels**. La carte des formations pourra donc être adaptée pour mieux répondre à cette demande, tout en assurant également l'accueil des élèves de STMG. L'offre reste cependant incomplète dans certains territoires, en nombre, ou en diversité de voie de formation.

La rénovation complète de la filière est une opportunité à saisir en termes d'évolution de carte de formation régionale afin de réétudier l'implantation des formations et la volumétrie des sections, en tenant compte des opportunités d'emploi, des flux d'élèves (baccalauréats professionnels et voie technologique) et de l'implantation du campus des métiers et des qualifications de la relation client dans notre région.

En termes de perspectives, [les possibilités suivantes sont envisagées] :

- Réétudier l'offre globale suite aux rénovations de diplôme ;
- Optimiser les places d'accueil proposées ;
- Développer l'offre de BTS, dans les bassins en déficit, notamment par la voie de l'apprentissage. »