



09

MAÎTRISE DES MAGASINS (R3Z80)

LE PÉRIMÈTRE

- Ce métier comprend :
 - *Les détaillants (de zéro à neuf 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 dix 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 correspondants 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.
- **40 385 actifs en emploi** dans ce métier en Provence - Alpes - Côte d'Azur (soit 2,1 % de l'emploi régional).
- **56 % de non-salariés** et 44 % d'emplois salariés.
- Une forte concentration des emplois dans le secteur d'activité du **commerce** (92 %).

LA PROBLÉMATIQUE

Il s'agit d'un métier :

- En tension structurelle **élevée** sur dix ans.
- En tension conjoncturelle, en particulier dans les Alpes-de-Haute-Provence, les Hautes-Alpes et le Var.
- Des difficultés de recrutement, pressenties par les employeurs, très variables d'une année sur l'autre.

LES ENJEUX

Ils concernent :

- Le développement économique et les problématiques de GRH.
- La GPEC et l'offre de formation.

Principales sources mobilisées : Pôle emploi (BMO 2018, offres clôturées 2016) ; Pôle emploi, Direccte (OEE 2016, DEFM ABC au 31.12.2016) ; Insee (RP 2011-2015 millésimé 2013, DADS 2014, Enquête emploi en continu 2008-2012) ; ORM (base effectifs en formation 2016).

DES ENJEUX LIÉS AU DÉVELOPPEMENT ÉCONOMIQUE ET À LA GRH

Un nombre de projets et des difficultés de recrutement fluctuants d'une année sur l'autre

211 projets de recrutement en 2018, soit une baisse de 6 % en un an (après une hausse importante l'année précédente).

61 % des projets sont jugés difficiles *a priori* par les employeurs (45 % tous métiers) ; mais cette part varie fortement d'une année sur l'autre (elle était à 24 % en 2017, contre 37 % tous métiers).

Une part importante d'offres d'emploi retirées par les employeurs faute de besoin

27 % d'offres d'emploi ont été retirées par l'employeur, par manque de besoin (14 % tous métiers). Ces offres peuvent être retirées notamment parce que l'activité de l'entreprise n'a pas connu le développement escompté et n'a pas permis de maintenir le recrutement envisagé initialement.

Des offres déposées à Pôle emploi relevant d'un champ spécifique (PME, établissements spécialisés dans la promotion des ventes, fonction de marchandiseur...)

Parmi les **1 760 offres d'emploi** enregistrées par Pôle emploi en un an :

65 % émanent de PME de dix à 49 salariés (contre 25 % tous métiers) ; les TPE sont ainsi moins représentées (19 % contre 54 %).

48 % proviennent d'établissements spécialisés dans la promotion des produits dans les points de vente (création de stands, réalisation de campagnes marketing, conseils en marketing destinés à attirer et à fidéliser les consommateurs) et seulement 30 % du secteur du commerce (supermarchés et commerces de détail en magasin non spécialisé, notamment).

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.

Des CDD de courte durée et des contrats à temps partiel fréquents dans les offres d'emploi

48 % des offres portent sur un CDD de six mois ou moins (contre 33 % tous métiers).

49 % correspondent à un emploi à temps partiel de très courte durée (soit 8 heures ou moins), contre 5 %.

→ **Enjeu lié à la complexification du processus de recrutement et de GRH, due notamment au manque de visibilité de l'activité économique (contraintes budgétaires, intensification de la concurrence...).**

PERSPECTIVES OPÉRATIONNELLES

- Accompagner sur le volet RH et économique les entreprises prestataires du commerce (PME spécialisées dans les activités associées) sensibles aux aléas de la conjoncture et en déficit d'attractivité (en lien avec des conditions d'emploi peu favorables).

PISTES POUR METTRE EN ŒUVRE CES PERSPECTIVES

- S'appuyer sur des dispositifs existants, comme la prestation « conseil en ressources humaines » pilotée par la Direccte, le guichet unique et les prestations RH financées par la Région notamment pour les entreprises artisanales, le DEAR mis en œuvre par la CMAR...

DES ENJEUX LIÉS À LA GPEC ET À L'OFFRE DE FORMATION

Des demandeurs d'emploi peu positionnés sur le marchandisage

1 400 demandeurs d'emploi recherchent un poste dans ce métier.

Le ROME D1506-Marchandisage ne concerne que **5 %** des profils alors que **57 %** des offres d'emploi portent sur ce ROME.

La majorité des demandeurs d'emploi sont positionnées sur les ROME D1502-Management/gestion de rayon produits alimentaires (40 %) et D1503-Management/gestion de rayon produits non alimentaires (35 %), pour respectivement 28 % et 10 % des offres.

Des demandeurs d'emploi plus expérimentés et qualifiés qu'attendu par les employeurs

61 % des demandeurs d'emploi sont employés qualifiés et **28 %** techniciens, agents de maîtrise, ingénieurs ou cadres.

87 % ont au moins deux années d'expérience dans le métier ; la moitié ayant six ans d'expérience ou plus.

En parallèle, **60 %** des offres concernent des postes d'employé non qualifié ; seulement **17 %** des postes d'employé qualifié et **22 %** des postes très qualifiés d'agent de maîtrise, technicien et cadre.

Elles sont souvent peu exigeantes du point de vue de l'expérience : seules **33 %** demandent une expérience d'au moins une année.

Des volumes d'emplois importants mais des dynamiques contrastées selon le poste occupé

40 385 personnes exercent ce métier (soit 2,1 % de l'emploi régional).

24 % d'entre elles 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 %).

Le nombre d'emploi est globalement en baisse sur la période récente : **-1,7 %** (contre +0,9 % tous métiers), mais les évolutions sont très contrastées selon la fonction occupée.

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 %).

Des profils variés en termes de formation

55 % des actifs en emploi ont un niveau de formation équivalent ou supérieur au bac (contre 58 % tous métiers) ; **23 %** ont un niveau CAP-BEP (comme tous métiers) et **22 %** sont non diplômés (contre 19 %).

Ils sont diplômés de filières de formation diversifiées : « Fonctions transverses des entreprises et des administrations » (**15 %**) ; « Commerce, vente » (**11 %**) ; bac de la filière générale (**12 %**) ; « Fonctions transversales de la production » (**4 %**) ; « Formations industrielles » (**4 %**).

Une élévation de la part des diplômés de l'enseignement supérieur et du bac chez les jeunes actifs en emploi

41 % des jeunes de moins de 30 ans ont un diplôme de l'enseignement supérieur contre seulement 19 % des 50 ans et plus. **29 %** sont diplômés au niveau bac contre 23 % des seniors.

En conséquence, la part des diplômés de niveau CAP-BEP et des non-diplômés est nettement moindre chez les jeunes (27 points d'écart avec les seniors). Cette élévation du niveau de diplôme est nettement plus marquée sur ce métier que celle constatée pour l'ensemble des métiers.

Essentiellement des personnes en formation dans l'enseignement supérieur (bac+2 principalement)

3 320 personnes sont inscrites en dernière année d'une formation certifiante visant « en théorie » ce métier.

98 % sont dans la filière de formation « Commerce, vente ».

91 % préparent une formation de niveau bac + 2 (tels que le *BTS management des unités commerciales* ; le *DUT techniques de commercialisation*) ; **7 %** de niveau bac + 3 (à travers notamment les différentes spécialités de la *licence pro commerce*) et **2 %** de niveau bac (*via le titre professionnel responsable de rayon*).

Les formations en alternance sont très représentées : **47 %** sont en contrat de professionnalisation (10 % chez l'ensemble des formés) et **10 %** sont apprentis (contre 11 %).



CE QUE DISENT LES ACTEURS SUR LA GPEC

Certains acteurs rencontrés lors des entretiens témoignent de la difficulté à trouver des salariés en capacité de prendre des postes de « responsable de boutique », postes qui correspondent souvent à un statut de gérant (à savoir, un mandataire qui assure l'administration d'un point de vente ; qui est rémunéré *via* un minimum fixe et un pourcentage du chiffre d'affaires). Par ailleurs, peu d'offres de responsables salariés transiteraient par Pôle emploi. Il s'agirait surtout d'une promotion à l'interne : le parcours type étant d'évoluer du poste de vendeur puis de responsable adjoint vers celui de responsable.

Les fonctions de merchandising (à savoir, l'ensemble des techniques destinées à améliorer la présentation des produits dans un espace de vente) sont quant à elles en cours d'évolution. Au sein d'une enseigne, par exemple, il s'agit d'une personne dédiée qui tourne dans différents points de vente. Quelques acteurs minimisent toutefois le nombre d'offres qui viseraient, dans les faits, directement ce poste. Pour abonder dans ce sens, sur un plan qualitatif, nombre d'offres d'emploi mentionnent le merchandising ou le merchandising non comme un métier en tant que tel mais comme une compétence commune à de nombreux métiers de la vente.

→ **Un risque de désajustement sur le marché du travail entre le profil recherché par les employeurs et le profil des candidats, voire entre les compétences attendues et les compétences disponibles (d'un point de vue qualitatif et quantitatif) ?**

PERSPECTIVES OPÉRATIONNELLES

- Accompagner les évolutions économiques et organisationnelles du métier (professionnalisation de la stratégie commerciale vis-à-vis de la concurrence, coordination des stratégies « cross canal »...).
- Diversifier l'offre de formation régionale (formations professionnalisantes, CQP, voire certifications de niveau bac...) tout en maintenant les formations existantes (niveaux et dispositifs propices pour accéder à des postes d'encadrement).

PISTES POUR METTRE EN ŒUVRE CES PERSPECTIVES

- S'appuyer sur les actions collectives de GPEC existantes et sur les actions d'accompagnement développées par les chambres consulaires et les organisations professionnelles.
- Prendre en compte dans ces démarches l'évolution des compétences attendues pour ce métier (compétences accrues en animation des ventes, merchandising, marketing et gestion...), la dynamique contrastée des emplois, la segmentation accrue de cette profession, la diversité des canaux de recrutement (promotion interne, sites des grandes enseignes...).
- Renforcer les échanges, les partenariats entre les acteurs économiques et ceux de la formation afin d'ajuster l'offre de formation.
- Structurer et améliorer la lisibilité de l'offre de formation (relativement dense au plan national, avec plus de 90 certifications conduisant à ce métier).
- Faciliter cette structuration en développant l'approche des certifications par compétences, compte tenu de la proximité des différentes fonctions recouvertes par ce métier (socle commun de compétences techniques) mais aussi des spécificités propres à certaines (fleuriste ou chef de rayon, par exemple).
- S'appuyer notamment sur le Campus des métiers et des qualifications de la « Relation client », qui intègre ces enjeux dans son plan d'action.