

ARGOS

Analyse régionale pour les grandes orientations du schéma des formations

Pistes de réflexion

GFE 15

Commerce et distribution

Octobre 2008

Sommaire

Note méthodologique et données de cadrage.....	4
1 - Les données clés du commerce	5
2 - Les professions	6
3 - Le marché du travail	9
4 - La formation	11
5 - Les relations formation-emploi	12
6 - Les pistes de réflexion pour l'évolution de l'offre de formation	13

Pistes de réflexion

GFE 15 - Commerce et distribution

Edité par le CarifOref Midi-Pyrénées
Immeuble Buroplus - rue de Sienne - BP 77331
31313 LABEGE cedex

Octobre 2008

Directeur de publication : Jean-Michel Gimenez

Responsable éditoriale : Chantal Limare

Réalisation : Céline Rousse

Maquette/Mise en page : Stéphane Henry

ISBN : 978-2-916543-22-2

• Note méthodologique et données de cadrage

Ce travail, qui résulte de la démarche ARGOS¹, présente une synthèse de l'analyse technique de la relation emploi-formation complétée, relativisée ou amendée par les acteurs participant au groupe témoin. Ce regroupement d'acteurs a rassemblé des entreprises, représentants des professions, des centres de formations dans les 3 voies (scolaire, apprentissage, formation continue), des partenaires sociaux professionnels, des organismes d'interface entreprises/formation.

Emploi			
	Effectifs 1999	Evolution 1990/1999	Poids du GFE dans la région
Actifs	93 729	12,1 %	9,6 %
<i>dont - de 30 ans</i>	23 074	2,1 %	13,0 %
<i>dont 50 ans et +</i>	17 668	6,9 %	7,9 %
<i>dont femmes</i>	48 151	16,6 %	10,9 %

Marché du travail		
Demande d'emploi	Effectifs 2007	Evolution 2005/2007
Demandeurs d'emploi	14 708	-16 %
<i>dont - de 30 ans</i>	6 660	-10 %
<i>dont 50 ans et +</i>	1 628	-25 %
<i>dont femmes</i>	8 961	-14 %
<i>dont chômeurs de longue durée</i>	3 670	-32 %

	Effectifs 2006	Evolution 2004/2006
Offres d'emploi	20 777	18 %

Formation professionnelle (effectifs en dernière année de formation)		
Formation professionnelle initiale	Effectifs 2006	Evolution 2006/1999
Nombre d'élèves	5 456	-1,4 %
<i>dont voie scolaire</i>	4 468	-3,9 %
<i>dont apprentissage</i>	988	11,3 %
Part des filles	58 %	

Formation professionnelle continue	Effectifs 2005
Nombre de stagiaires	1 159
<i>dont formation qualifiante (+ de 300 h.)</i>	916
Part des femmes	63,0 %

	1990	1999	2006	Moyenne régionale
Taux de sélectivité des formations	-	198	226	-
Indice de concentration	55	48	-	5
Indicateur de chômage	-	17,8 %	13,6 %	9,4 %
Taux de tension	-	0,55	0,76	0,74

Sources :

Emploi : Insee, recensement général de la population de 1990 et 1999

Marché du travail : Drtefp Midi-Pyrénées

Formation professionnelle initiale : Académie de Toulouse, Draf, Région Midi-Pyrénées (enseignement public et privé sous contrat / formations de niveaux V à III et licences professionnelles)

Formation professionnelle continue : Afp, Assédic, Fongécif, Région Midi-Pyrénées

Définitions

- Taux de sélectivité des formations -

Ce ratio rapporte le nombre de premiers vœux exprimés par les élèves pour 100 places offertes dans les établissements publics.

¹ Analyse régionale pour les grandes orientations du schéma des formations

- Indice de concentration -

Cet indicateur permet de mesurer le degré de « concentration sectorielle » d'un GFE. Plus cet indicateur est proche de 100, plus le GFE est concentré, c'est-à-dire que tous les actifs du GFE travaillent dans un nombre réduit de secteurs d'activité. A l'inverse, si les actifs d'un GFE étaient employés de manière égalitaire entre tous les secteurs d'activité (GFE « transverse ») alors cet indicateur serait nul.

- Indicateur de chômage -

Ce ratio rapporte les demandeurs d'emploi en fin de mois de catégorie 1 et 6 aux actifs occupés du recensement additionnés de ces mêmes demandeurs d'emploi. Cet indicateur ne donne pas le taux de chômage, calculé par l'Insee, mais une « indication ». L'important est la comparaison entre le taux moyen et le taux du GFE. Cet indicateur surévalue le chômage puisque la population active a augmenté depuis 1990 (sauf pour l'agriculture et l'habillement, pour lesquels cet indicateur est donc un peu sous évalué).

- Taux de tension -

Les difficultés de recrutement sont repérées par le taux de tension défini par le rapport entre le flux d'offres d'emploi et le flux de demandes d'emploi sur la même période.

1 Les données clés du commerce

Source : Donéo – Observatoire régional du commerce et des services - Crvi Midi-Pyrénées (2006)

En Midi-Pyrénées, la répartition des établissements commerciaux est conforme à celle de la population. La Haute-Garonne et le Tarn regroupent 50 % des établissements commerciaux et 55 % de la population régionale. Plus de la moitié des établissements de plus de 300 m² (hors « auto-moto ») est localisée dans la Haute-Garonne et dans le Tarn.

Les établissements ont principalement le statut d'entreprises individuelles, 50 %, 39 % sont sous forme de Sarl et les SA représentent 4 %. Seule la Haute-Garonne possède une proportion d'entreprises individuelle inférieure à celle du niveau régional (40 % contre 49 %).

L'origine des établissements reste principalement de la création pure. Cependant, nous observons des différences par département. La création pure est plus importante en Haute-Garonne que dans les autres départements où on a une transmission plus naturelle des commerces soit de génération en génération soit par rachat de fond de commerce. Les créations pures sont d'ailleurs plus importantes dans le commerce non alimentaire que dans le commerce alimentaire.

Les établissements commerciaux représentent une surface de vente globale de 4,7 millions de m², dont 53 % appartiennent aux établissements de plus de 300 m², soit 2,5 millions de m².

En terme de m², le secteur alimentaire représente, au niveau régional, 26 % de la surface de vente totale. Par conséquent le non alimentaire est largement dominant (74 % de la surface totale).

En Midi-Pyrénées, on observe une surface de vente moyenne de 61 m² pour les établissements de moins de 300 m² et de 1 201 m² pour les plus de 300 m².

En 2005, le non alimentaire représente 63 % des dépenses théoriques de consommation des ménages de Midi-Pyrénées, la part de l'alimentaire est de 35 % et celle des services est de 2 %. Entre 2003 et 2005, les dépenses totales théoriques de consommation ont augmenté dans l'ensemble des départements et, plus particulièrement, dans la Haute-Garonne (+ 30 %). Un résultat qui peut s'expliquer par la croissance démographique dont la région a bénéficié au cours des dernières années et notamment en Haute-Garonne. Ce département reste largement en tête, regroupant à lui seul 45 % des dépenses théoriques de la région. Le Tarn avec un poids de 13 % arrive en deuxième position.

Sur la région Midi-Pyrénées, les dépenses moyennes d'un ménage représentent 97 % du budget moyen constaté au niveau national (les ménages de Midi-Pyrénées consomment un peu moins que la moyenne nationale). Pour les dépenses alimentaires, ce sont surtout les couronnes urbaines et périurbaines des grandes agglomérations de la région qui atteignent un score supérieur ou égal au niveau national. En revanche, pour les dépenses non alimentaires, une grande partie de Midi-Pyrénées se trouve à un niveau de consommation équivalent ou supérieur au niveau national. Ces dépenses se situant sur les axes des aires urbaines de Toulouse-Albi, Toulouse-Castres et Toulouse-Auch sont également à un niveau supérieur ou égal à la moyenne nationale.

2 Les professions

Ce Groupe formation emploi (GFE) regroupe une multitude de professions et de fonctions. Du vendeur au représentant, du cadre technico-commercial au caissier de magasin en passant par les détaillants et les grossistes, le commerce et la distribution constituent un domaine aux multiples facettes.

Les groupes de spécialités composant le GFE Commerce et distribution sont :

- vente ;
- vente de produits alimentaires ;
- vente spécialisée ;
- technico-commercial ;
- commerce vente distribution ;
- organisation, gestion des échanges commerciaux – gestion de magasin et d'entreprise commerciale ;
- études de marchés, marketing et projets commerciaux.

Les professionnels de ce GFE développent des savoirs technologiques qui consistent à préparer, conseiller et réaliser l'acte de vente. Cependant, dans ce GFE, il existe plusieurs clivages :

- Le premier est l'existence de secteurs d'activité purement commerciaux (commerce de gros, de détail...) et parallèlement des professions commerciales dans tous les autres secteurs d'activité économique (il s'agit souvent de vendeurs spécialisés ou de technico-commerciaux qui doivent posséder à la fois des compétences spécifiquement commerciales, mais aussi des compétences techniques).
- Le deuxième est fondé sur une différenciation des statuts : le groupe est composé de salariés mais aussi de commerçants indépendants. Parmi ces commerçants, on distingue des spécialisations avec des effectifs importants concernant l'alimentation, l'équipement de la personne ou l'équipement de la maison.
- Le troisième est fondé dans la coexistence, parfois conflictuelle, de deux modes de distribution dans le commerce de détail : la grande distribution, plutôt dans une logique de standardisation et de débit et le commerce traditionnel, plutôt sur une logique de spécialisation et de service au consommateur.
- Le quatrième est fondé sur la distinction entre les métiers de la vente, en relation avec la clientèle (vente sédentaire ou mobile) et les autres métiers du commerce (achats, organisation commerciale, etc.).

Evolution de l'emploi

Le secteur du commerce rassemble en Midi-Pyrénées près de 14 % des actifs. La part du secteur commercial a ainsi rattrapé celle de l'industrie. Le commerce se porte bien en Midi-Pyrénées, les effectifs progressent régulièrement (+ 7,3 % entre 2000 et 2005 contre + 4,7 % en France sur la même période). On dénombre 37 700 établissements qui se répartissent de la façon suivante : 63 % pour le commerce de

détail, 23 % pour le commerce de gros et 14 % pour le commerce et la réparation automobile. Les entreprises du commerce sont de petite taille : près de 9 entreprises sur 10 comptent moins de 10 salariés notamment dans le commerce de détail. Les activités de commerce sont relativement bien réparties sur le territoire régional même si 40 % des établissements commerciaux sont localisés en Haute-Garonne (soit 47 % des salariés).

En Midi-Pyrénées, contrairement à la situation nationale, le nombre d'entreprises de commerce augmente. Le commerce concentre un quart des créations d'entreprises (plus de 3 500 en 2006) avec une progression de près de 3 % depuis 2005.

De plus, la loi de modernisation de l'économie prévoit de relever de 300 à 1 000 m² le seuil de déclenchement de la procédure administrative d'autorisation pour l'installation de surfaces commerciales. Cette loi s'avèrerait favorable pour doper les projets d'expansion des grandes enseignes de la distribution et pourrait entraîner un effet positif sur l'emploi. Dans cette hypothèse, une étude² du Credoc de 2006 sur l'évolution de l'emploi dans le commerce, a démontré que la majorité des créations d'emploi se réalise avec l'implantation de nouveaux établissements alors que les variations de l'emploi dans les entreprises en place sont d'une amplitude plus modeste.

93 730 personnes exercent une profession du commerce ou de la distribution dans la région en 1999. Ce groupe formation emploi représente 9,6 % des emplois de Midi-Pyrénées. C'est un des plus importants GFE employeurs de la région. **En neuf ans, l'emploi a progressé de 12 %.**

Ainsi, entre 1990 et 1999, les **employés qualifiés** ont progressé de 27 %. Ceci résulte d'une hausse très importante pour les professions d'employés de libre-service (+ 174 %), de vendeurs en photo, disques, librairies (+ 8 %) ou de caissiers (+ 37 %).

Concernant les professions intermédiaires, la progression des effectifs est de 28 % entre 1990 et 1999, hausse qui profite davantage aux maîtrises de l'exploitation des surfaces de vente (+ 54 %) qu'aux fonctions commerciales (+ 24 %).

Les effectifs cadres sont en progression de 4 %, soit une progression trois fois moins rapide que l'ensemble du GFE.

Le nombre de commerçants a diminué de 22 % entre 1990 et 1999. Dans le domaine alimentaire, les petits détaillants et grossistes disparaissent au profit des moyens mais ces derniers ne compensent pas intégralement la baisse : 1 150 moyens commerçants supplémentaires pour 2 400 petits commerçants en moins. Dans les domaines des équipements de la personne, articles de sport ou de la quincaillerie, bricolage, le nombre de petits commerçants est en baisse de 37 %.

Evolution de la structure économique

Dans le commerce de détail, l'offre commerciale a fortement évolué au cours des dernières années. Le commerce en grande et moyenne surface généraliste ou spécialisée a fortement progressé.

Le petit commerce de détail a changé de visage : diminution du nombre de petits détaillants indépendants (notamment dans la vente de produits alimentaires) ; accroissement des statuts sociétaux et des formes de gérance ; essor des chaînes spécialisées, des commerces intégrés ou en franchise (formules qui permettent de bénéficier d'un appui logistique en matières d'achats, de marketing via le réseau de commerçants d'appartenance). Cette évolution entraîne une salarisation croissante des commerçants et des exigences plus accrues de ces nouveaux employeurs.

² L'évolution de l'emploi dans le commerce : quelques mécanismes à l'épreuve des faits. Credoc, collection Cahier de recherche n° 229 - 2006 - 122 p.

Le commerce de proximité joue un rôle important dans le désenclavement de territoires ruraux y compris en terme d'emploi (en Midi-Pyrénées, les métiers de caissiers et d'employés de libre-service sont les mieux répartis sur le territoire).

Or, dans les zones rurales, de nombreux petits commerces disparaissent en raison d'une zone de chalandise insuffisante. Au niveau national, une commune sur deux n'a plus aucun commerce de proximité alors même qu'il existe une forte demande liée notamment au vieillissement de la population. Souvent, ceux qui restent voient leur activité s'élargir vers une offre de service plus large (alimentation, point presse, dépôt de pain...).

Evolution induite des savoirs et savoir-faire requis

Les consommateurs sont de plus en plus volatiles, exigeants et demandeurs de services. Le client est attentif à l'accueil et à la qualité des prestations offertes. Il faut savoir l'écouter, le conseiller et lui offrir des services complémentaires. De ce fait, la personnalisation de la relation client devient importante dans une action de vente. Cette approche commerciale, très présente dans le petit commerce de détail, se diffuse progressivement dans la grande distribution.

Cette élévation de la qualité des services rendus fait que les commerçants doivent en permanence innover pour capter et fidéliser leur clientèle. Afin de conserver un avantage comparatif vis-à-vis de la concurrence, il faut veiller sans cesse à la présentation et la mise en valeur des produits, à l'amélioration de la qualité des services et prestations offertes.

Certains produits deviennent plus complexes et intègrent toujours plus de technologie, d'autres sont soumis à des réglementations spécifiques. De ce fait, on ne peut plus vendre aujourd'hui un produit de la même manière que par le passé. En plus de la maîtrise des techniques de vente, une connaissance technique des caractéristiques des produits est nécessaire. Ce besoin de technicité est particulièrement prégnant dans le commerce interindustriel (60 % des échanges interindustriels concernent des produits techniques), dans la vente de produits technologiques (informatique, télécommunication, automobile, électroménager...), mais aussi dans la vente de produits bancaires, d'assurances, de biens alimentaires...

Même si son poids reste relativement faible (moins de 1 % de la consommation des ménages), le commerce électronique connaît une forte croissance en France depuis quelques années. En 2005, le chiffre d'affaires des entreprises de e-commerce a progressé de 37 % par rapport à 2003 pour atteindre 12 milliards d'euros. Sur la même période, le nombre de sites Web marchand a augmenté de 44 %.

Internet modifie de manière sensible le paysage commercial français. Le tourisme constitue le premier secteur de commerce en ligne mais d'autres domaines sont aussi fortement touchés notamment la vente de produits culturels qui souffre d'une dématérialisation progressive des œuvres (culture iPod).

La concurrence du commerce électronique pèse sur les canaux traditionnels du commerce. Plus de la moitié (54 %) des internautes de Midi-Pyrénées effectue des achats en ligne, 7 % font même de la vente en ligne (le commerce d'occasion sur Internet concurrence aussi de manière indirecte les magasins traditionnels). En terme de marketing, l'utilisation d'Internet permet de personnaliser la relation client (rôle actif de ce dernier) et d'éditer des offres ciblées (e-mailing).

L'introduction des technologies modifie également les pratiques professionnelles et nécessite l'acquisition de nouveaux savoir-faire. Les commandes et la gestion des stocks se font par informatique au moment de l'enregistrement des achats. Par ailleurs, les commerciaux itinérants sont amenés aujourd'hui à utiliser un ordinateur portable dans l'exercice de leur métier, ce qui n'était pas encore le cas il y a quelques années.

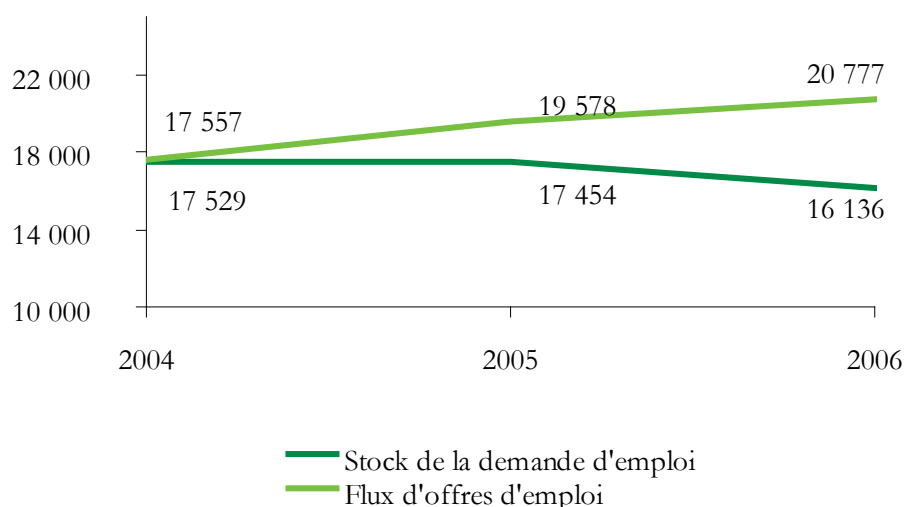
En résumé, les petites entreprises du commerce (moins de 3 salariés) restent nombreuses et offrent le quart des emplois du commerce de détail (et de nombreuses opportunités pour les apprentis). Mais si elles regroupent les trois quarts des entreprises, elles ne réalisent que 13 % du chiffre d'affaires du commerce de détail (contre 50 % il y a trente ans). La situation générale se caractérise donc par une très grande hétérogénéité avec des firmes multinationales qui côtoient une multitude de petites entreprises.

De plus, la forte concurrence du secteur, la complexification et la diversification des produits, les évolutions technologiques avec un recours croissant à l'informatique font évoluer les besoins en compétences. Aujourd'hui un professionnel de la vente doit non seulement connaître les techniques de la vente, mais il doit avoir des compétences techniques propres aux produits qu'il vend pour informer et conseiller les consommateurs, maîtriser l'outil informatique et être réactif afin de s'adapter rapidement aux évolutions du marché. De plus le développement des franchises et des chaînes commerciales importantes entraîne un besoin de manager, de responsable d'unité avec des connaissances en droit social, en gestion du personnel.

Le recours au temps partiel est particulièrement important sur les postes de caissiers, d'employés de libre-service, sur les métiers de télévendeur. Si ce temps partiel est parfois voulu, pour la majorité des salariés il est subi, entraînant une forte démotivation et un turn-over important sur ces postes.

3 Le marché du travail

Le nombre d'offres d'emploi enregistrées par l'Anpe a progressé de 18 % entre 2004 et 2006 ; le nombre de demandeurs d'emploi en fin de mois a reculé de 7 %.



Source : Drtefp Midi-Pyrénées

En 2007, 14 708 demandeurs d'emploi inscrits à l'Anpe (-16 % entre 2005 et 2007). Près d'un tiers des demandeurs d'emploi a une formation de niveau V, un quart a une formation de niveau IV.

Le GFE 15 compte près de 61 % de femmes demandeurs d'emploi ; quelle que soit la tranche d'âge, les femmes demeurent plus nombreuses sur le marché de l'emploi ; et en particulier chez les jeunes de moins de 25 ans où elles représentent plus des deux tiers des jeunes au chômage.

20 777 offres d'emploi déposées à l'Anpe en 2006. La moitié de ces offres propose des emplois d'une durée de plus de 6 mois et 18 % des emplois de moins d'un mois. Ces offres « saisonnières » concernent essentiellement les animateurs de vente et les employés de libre-service.

83 % des offres d'emploi émanent d'entreprises de moins de 50 salariés (44 % d'entreprises de moins de 10 salariés).

Depuis 2004, le marché du travail dans ce GFE présente des difficultés de recrutement, surtout pour certains métiers de la distribution ou de la vente spécialisée.

Les taux de tension

Les difficultés de recrutement sont repérées par le taux de tension défini par le rapport entre le flux d'offres d'emploi et le flux de demandes d'emploi sur la même période. Par définition un taux de tension supérieur à 1, c'est-à-dire un excès d'offres par rapport à des demandes, matérialise des difficultés de recrutement. Cependant, ce ratio est le rapport entre deux flux dont l'un peut être considéré comme exhaustif (les demandes) et l'autre comme partiel (les offres d'emploi enregistrées à l'Anpe couvrent en moyenne 30 à 40 % des offres du marché du travail, variable selon la période et le type d'emploi recherché). C'est pourquoi, le choix se porte souvent sur un seuil « critique » de 0,75, c'est-à-dire qu'un taux de tension supérieur à 0,75, pour un métier, peut traduire des difficultés de recrutement.

Les métiers en tension dans ce GFE

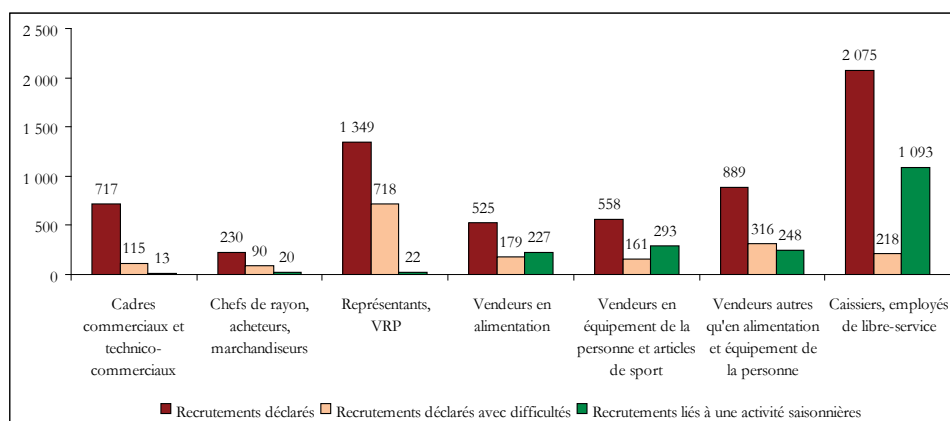
Métier (code Rome)	Nb demandes d'emploi enregistrées	Nb offres d'emploi	Taux de tension	Taux de tension	Taux de tension
	2006	2006	2006	2005	2004
Télévendeur	798	2 835	3,55	2,74	3,38
Représentant à domicile	321	1 109	3,45	2,45	2,05
Employé de station service	88	192	2,18	2,00	0,93
Chef de rayon produit frais	159	240	1,51	1,27	1,31
Employé de libre service	2 663	3 921	1,47	1,81	0,96
Vendeur en produits utilitaires (outillage, bricolage, droguerie...)	673	731	1,09	0,91	0,88
Attaché commercial en biens d'équipements professionnels	739	732	0,99	0,90	0,91
Attaché commercial en biens intermédiaires et matières première	178	160	0,90	0,88	1,13
Attaché commercial en service auprès des entreprises	806	714	0,89	0,71	0,74
Ingénieur d'affaires	157	139	0,89	0,62	0,71
Chef de rayon hors produits frais	276	226	0,82	0,69	0,58
Hôte de caisse de libre-service	2 122	1 743	0,82	0,89	0,86
Vendeur en produits frais (commerce de détail)	1 491	1 187	0,80	0,77	0,84
Attaché commercial en biens de consommation auprès des entreprises	1 067	747	0,70	0,82	0,79

Source : Drtefp Midi-Pyrénées

En dépit de la forte attractivité des formations commerce et distribution et d'un indice de chômage élevé (13,6 % contre 9,4 % en moyenne), il existe des difficultés de recrutement relativement importantes sur certains métiers. Les métiers de la vente spécialisée (attaché commercial, représentant à domicile, vendeur dans des domaines en forte expansion comme la culture, les loisirs, la jardinerie ou le bricolage) ont les plus forts taux de tension ainsi que certains métiers de la distribution (chef de rayon, employé de libre-service, hôte de caisse et employé de station service).

A noter que ces dernières années le secteur du bricolage s'est énormément développé dans l'agglomération toulousaine, créant ainsi une forte demande de vendeurs spécialisés dans ce domaine. Aujourd'hui, en raison d'un turn-over pour ce métier, ce besoin existe toujours et l'offre demeure supérieure à la demande.

L'enquête besoin en main-d'œuvre



Source : Enquête Besoin en main-d'œuvre : Unédic – Assédic, Crédoc

En 2007, en Midi-Pyrénées, l'enquête BMO note que malgré un net repli des perspectives de recrutement dans le commerce de détail, les professions de la vente font toujours l'objet d'un nombre élevé d'intention d'embauche (en particulier les métiers de caissiers, VRP et représentants).

Cependant les métiers de caissiers, employés de libre-service, vendeurs en équipement de la personne et articles de sport, cadres commerciaux et technico-commerciaux et vendeurs autre qu'en alimentation et équipement de la personne font partis des 10 métiers où sont signalées les plus faibles difficultés de recrutement malgré des taux de tension élevés pour certains d'entre eux.

En terme d'évolution les représentants et VRP enregistrent une des plus fortes variations à la hausse (entre 2006 et 2007) du nombre de projets de recrutement ; les caissiers, employés de libre-service et les vendeurs en alimentation les plus fortes variations à la baisse.

Les difficultés de recrutement observées pour ces métiers tiennent principalement :

- aux conditions de travail (horaires, flexibilité, temps partiel, salaires faibles) ;
- à l'image des métiers surtout dans la vente alimentaire ;
- à la recherche d'une double compétence (technique et commerciale) ;
- à une croissance très forte des besoins au cours des dernières années.

4 La formation

Les effectifs indiqués ci-dessous concernent les inscrits en dernière année de formation de niveaux V à III et licences professionnelles des établissements publics et privés sous contrat.

5 456 élèves et apprentis étaient en dernière année de formation initiale dans le domaine du commerce et de la distribution en 2006. 18 % suivaient une formation par apprentissage. 30 % des individus préparaient un diplôme de niveau V, 44 % un diplôme de niveau IV, 23 % un diplôme de niveau III et 3 % une licence professionnelle. Par ailleurs, 1 159 personnes ont suivi une formation professionnelle continue (financée sur fonds publics).

Au niveau V, la formation phare par voie scolaire est le BEP Vente - action marchande qui scolarise près de 1 000 élèves en dernière année de formation. Les perspectives d'études vers le baccalauréat professionnel sont élevées.

Au niveau IV, la voie professionnelle propose un Bac pro Commerce qui accueille 600 jeunes dont 150 en apprentissage. Deux autres bacs professionnels sont proposés en voie scolaire (Bac pro Service accueil assistance conseil, 130 jeunes et le Bac pro Vente (prospection – négociation – suivi de clientèle), 142 jeunes).

Il existe aussi un Bac technologique Mercatique qui accueille près de 1 500 élèves dont la plupart poursuit des études.

Au niveau III, existent, 7 BTS dont le BTS Management des unités commerciales (plus de 300 élèves dont une centaine en apprentissage), le BTS Négociation et relation client (près de 200 élèves dont 40 en apprentissage) pour les plus importants, ainsi qu'un DUT Techniques de commercialisation (près de 400 élèves en dernière année dont une quarantaine en apprentissage).

En moyenne, les formations de ce GFE apparaissent comme étant assez sélectives, elles suscitent deux fois plus de candidatures qu'il n'y a de places offertes. Ce taux de sélectivité présente des variations importantes selon les diplômes et plus encore selon leur localisation ; les DUT et BTS sont très sélectifs surtout en Haute-Garonne, à titre d'exemple le DUT Techniques de commercialisation enregistre 664 candidats pour 100 places offertes en Haute-Garonne contre 100 candidats pour 100 places dans le Lot.

De même pour le CAP Employé de commerce multispécialités qui enregistre près de 480 candidatures pour 100 places offerte en Haute-Garonne contre 88 candidatures pour 100 places offertes en Ariège.

Le niveau d'employabilité semble être aujourd'hui pour ces métiers le niveau Bac pro. Les recrutements portent de plus en plus sur ce niveau voire plus. Les formés de niveau CAP s'insèrent assez difficilement sur le marché de l'emploi.

L'enquête d'insertion des apprentis montre que 18 mois après leur sortie sur le marché du travail, les formés de ce GFE ont des taux d'employabilité assez élevé (67 %) mais en dessous de la moyenne régionale (71 %).

Depuis la création de la filière professionnelle en 1985, la préparation du baccalauréat s'effectue sur une durée de 4 ans après la sortie du collège. Actuellement, une réforme prévoit de préparer le baccalauréat professionnel en 3 ans comme pour la voie générale ou technologique. Cette réforme va avoir des incidences sur l'offre de formation en BEP (18 fermetures pour le BEP Vente – action marchande) au profit des Bacs pro Commerce, Vente (prospection – négociation – suivi de clientèle) et Service accueil assistance conseil (soit 28 ouvertures au total) et des CAP Employé de commerce multispécialités, Employé de vente spécialisée option A : produits alimentaires et Employé de vente spécialisée option B : produits d'équipement courant (soit 8 ouvertures au total) dès la rentrée 2008.

5 Les relations formation-emploi

Aujourd'hui, l'écoute et le conseil clientèle jouent un rôle majeur dans le cadre d'une action de vente. Cette évolution répond à un besoin du consommateur de disposer d'informations techniques fiables. De ce fait, les employeurs recherchent des personnels avec un double profil : vendeur et technicien. Néanmoins, les professionnels préfèrent embaucher un bon vendeur qu'ils forment au produit plutôt que l'inverse. Cela serait surtout vrai pour des formés de niveaux V et IV, pour des emplois de niveaux II et I les professionnels préféreront un bon technicien qu'ils formeront, le plus souvent en interne, aux techniques de vente.

Ces besoins en qualification induisent une élévation du niveau de formation requis. Le niveau Bac devient le seuil d'entrée minimum sur ces métiers. Cependant, sur certains métiers comme celui de la vente de produits alimentaires, le niveau CAP-BEP reste la référence car les diplômes préparés à ce niveau intègrent à la fois une dimension commerciale et technique très forte (CAP Poissonnerie, CAP Employé de vente en produits alimentaires...).

De plus la plupart des formations initiales de niveau V demeure une porte d'entrée dans un cursus de formation aux métiers du commerce et de la distribution. Pour certains jeunes, qui rencontrent des difficultés sur l'enseignement général classique et certains adultes (très éloignés de l'emploi), ces formations de niveau V constituent une étape dans un parcours de formation, et certainement, un tremplin vers des formations de niveaux supérieurs.

Cependant on observe que les employeurs ont tendance plutôt à recruter un niveau de formation qu'une spécialité de formation en raison d'une méconnaissance des référentiels des diplômés. Des titulaires de CAP Employé de commerce multispécialités se retrouvent souvent en concurrence très forte avec le Bac pro Commerce sur des postes d'employés de libre-service destinés selon le référentiel des diplômés aux sortants du CAP.

En conclusion compte tenu de la forte hétérogénéité des métiers du commerce et de la distribution et des secteurs d'activité dans lesquels ces métiers s'exercent, on peut affirmer que les profils recherchés sont assez hétéroclites :

- dans le commerce inter-entreprise, le minimum requis correspond à une formation de niveau Bac +2.
- dans la grande distribution, les entreprises recrutent de moins en moins au niveau CAP et BEP. Elles ont tendance à privilégier le Bac pro sur les premiers niveaux de qualification s'il n'y a pas l'expérience professionnelle. Sur les postes à responsabilité (type chef de rayon), c'est au minimum des formations de niveaux Bac +2 ou 3 qui sont recherchées (BTS, Licence professionnelle).
- dans le commerce de détail, le profil recherché évolue vers le niveau Bac avec une formation technique et commerciale afin de s'adapter rapidement. De plus, sur certains segments de marché, le candidat devra avoir acquis une expérience professionnelle commerciale significative dans le domaine ainsi qu'un bon niveau de culture générale (en particulier pour la vente de produit haut de gamme).
- dans le hard-discount, le niveau de formation ne constitue pas un critère de sélection aussi net. Les entreprises recherchent avant tout des personnes qui ont une aptitude à la relation clientèle et qui sont adaptables et polyvalentes de façon à pouvoir les faire évoluer.

6 Les pistes de réflexion pour l'évolution de l'offre de formation

Mieux communiquer sur les métiers du commerce et de la distribution afin de contrecarrer l'image négative de ces professions, valoriser leur diversité, les possibilités de parcours professionnels, les perspectives d'emploi.

Mieux informer les professionnels sur le contenu des formations afin que ces derniers recrutent sur la base du diplôme et non plus sur un niveau de qualification. Participer ainsi à une professionnalisation des métiers afin de relativiser l'idée très ancrée de la primauté de l'inné du vendeur sur l'acquis (la formation).

Continuer à tenir compte de la diversité des modèles commerciaux. Il faut maintenir une palette étendue de formations allant du niveau V au niveau III voire aujourd'hui niveau II (licence professionnelle). Bien que les formés de niveau V s'insèrent difficilement sur le marché du travail, il faut veiller à un calibrage adapté afin que ces formations constituent un vivier pour les formations de niveau IV.

Développer ou renforcer certaines compétences comme l'utilisation de l'outil informatique, l'apprentissage de langues étrangères et compétences managériales, pour les futurs responsables d'entité commerciale, et relationnelles. La relation client est primordiale aujourd'hui pour tous les métiers du commerce et de la distribution.

ARGOS

Analyse régionale pour les grandes orientations du schéma des formations

En téléchargement sur le site

www.cariforef-mp.asso.fr

> Espace professionnel

La collection « Pistes de réflexion » vous propose une synthèse par GFE des orientations générales en matière de formation, à partir des travaux réalisés dans la démarche Argos.