



Veille documentaire

ARGOS

Analyse régionale pour les grandes orientations du schéma des formations

GFE 15

Commerce &
Distribution

Ce document est accessible en téléchargement
sur le site du CarifOref Midi-Pyrénées

www.cariforef-mp.asso.fr

Janvier 2008



Sommaire

1 - Données générales, évolution du GFE	
Relation formation-emploi	3
Emploi	4
Formation	5
Métiers	5
2 - L'emploi	
Centres d'appels	6
Commerce	6
Commerce électronique	9
3 - Les métiers - La formation	
Centres d'appels	10
Commerce	10
4 - Les sources d'information	12

Ce support restitue les informations fournies par les différents acteurs de la formation et de l'emploi. La plupart des documents cités : articles de presse, revues spécialisées, ouvrages, études, sont disponibles au CarifOref Midi-Pyrénées. Pour mieux évaluer l'évolution des métiers du tertiaire, il a été décidé de ne référencer que des documents postérieurs à 2002. Nous vous invitons à compléter ce support afin de contribuer à la connaissance mutuelle que nous avons de la relation emploi-formation.

Veille documentaire : GFE 15

Edité par le CarifOref Midi-Pyrénées
Immeuble Buroplus - rue de Sienne - BP 325
31313 LABEGE cedex
Janvier 2008

Directeur de publication : Jean-Bernard Ruggieri
Responsable éditoriale : Chantal Limare
Rédaction : valérie Andres
Maquette/Mise en page : Stéphane Henry
ISBN : 978-2-916543-16-1

1 - DONNÉES GÉNÉRALES, ÉVOLUTION DU GFE

• Relation Formation - Emploi

>>> Tendances régionales GFE 15 : Commerce et distribution

Ce document présente sous forme de tableaux de bord, les principaux chiffres sur l'emploi, le marché du travail et la formation professionnelle initiale pour le GFE 15. Les indicateurs référencés dans ce document peuvent être comparés à la moyenne régionale, présentée dans un autre dossier intitulé : "Tendances régionales de l'emploi, du marché du travail et de la formation en Midi-Pyrénées".

Tendances régionales GFE 15 : commerce et distribution, CarifOref Midi-Pyrénées, novembre 2006, 28 p.

www.cariforef-mp.asso.fr/files/orefjm/tendance_regionale/tendances_region_gfe15.pdf

>>> Contribution au diagnostic du Prdf GFE 15 : Commerce et distribution

Ce document a été réalisé dans le cadre de la contribution au diagnostic du Prdf 2007-2011. Il dresse sous forme d'analyses, de graphiques et de tableaux, un bilan détaillé de la situation de l'emploi, du marché du travail, de la formation professionnelle (initiale et continue) du GFE (Groupe formation emploi) 15. Elle présente en outre les évolutions caractéristiques du commerce et de la distribution.

Contribution au diagnostic du Prdf GFE 15 : commerce et distribution, CarifOref Midi-Pyrénées, avril 2006, 16 p.

www.cariforef-mp.asso.fr/files/orefjm/prdf_gfe/gfe15.pdf

>>> Emploi et formation dans le secteur du commerce : Commerce de détail et commerce de gros en Basse-Normandie

Cette étude présente un état des lieux quantitatif du secteur du commerce en Basse-Normandie. Elle analyse également, de manière plus qualitative, les métiers en évolution et préconise des adaptations de l'offre de formation suite aux évolutions repérées.

Emploi et formation dans le secteur du commerce : commerce de détail et commerce de gros en Basse-Normandie, Errefom, 2005, 50 p.

www.errefom.info/etudes/article_etudes/commerce.pdf

>>> Diagnostic formation emploi - GFE 15 : Commerce – distribution

Ce diagnostic résulte de la mise en oeuvre de la démarche Argos (Analyse régionale et grandes orientations du schéma des formations) en Bretagne. Il est organisé en trois parties : le pré-diagnostic issu de l'analyse croisée de documents référencés dans le dossier documentaire et des chiffres de la planche Argos ; l'analyse suite au groupe témoin ; la liste des participants.

Diagnostic formation emploi - GFE 15 : commerce – distribution, Gref Bretagne, mai 2006, 40 p.

www.gref-bretagne.com/Groups/publication_gref/publications_2006/argos/diag_gfe15_web.pdf

>>> Indicateurs de la Relation Emploi Formation (Iref) Commerce – Vente

Ce document présente les grandes tendances du secteur du commerce et de la distribution dans la région Centre et dresse, à partir des principales statistiques, un bilan détaillé de la situation de l'emploi, du marché du travail, des mouvements de main-d'œuvre et de la formation dans le secteur.

Indicateurs de la Relation Emploi Formation (Iref) Commerce – Vente, Orfe Centre, juin 2007, 24 p.

www.alfacentre.org/orfe/PDF/iref/IREF_comvente.pdf

● **Emploi**

>>> **Tableaux économiques de Midi-Pyrénées : le tertiaire**

Le tertiaire (commerce, services, recherche et développement) fait l'objet d'une analyse synthétique complétée par des tableaux, cartes et graphiques qui permettent de situer les huit départements midi-pyrénéens par rapport à l'ensemble de la région ou de la France.

Tableaux économiques de Midi-Pyrénées 2007 : Tertiaire, Insee Midi-Pyrénées, octobre 2007, p. 174-179.

www.insee.fr/fr/insee_regions/midi-pyrenees/rjc/docs/tempter07.pdf

>>> **Evolutions de l'emploi tertiaire de base et positionnements des CAP-BEP tertiaires sur le marché du travail**

Ce document présente les résultats d'une étude réalisée par le Céreq sur les formations tertiaires de niveau V. Les diplômés tertiaires de niveau V sont bousculés par de multiples évolutions affectant les emplois tertiaires de base et les débouchés professionnels sortant de ces cursus sont loin d'être assurés. Ces multiples résultats sont remis en perspective avec pour objectif de contribuer à une réflexion générale sur le positionnement des formations professionnelles de niveau CAP-BEP préparant aux métiers tertiaires.

Evolutions de l'emploi tertiaire de base et positionnements des CAP-BEP tertiaires sur le marché du travail, Céreq, Relief n° 6, 2004, 132 p. www.cereq.fr/cereq/Relief6.pdf

>>> **Productivité et emploi dans le tertiaire**

Pour répondre à la faiblesse du taux d'emploi dans le domaine des services en France, les auteurs préconisent l'embauche massive des personnes non qualifiées, notamment dans les services aux particuliers. Dans cet objectif, ils proposent de jouer sur trois leviers : favoriser l'émergence d'une offre productive de nouveaux services marchands aux particuliers ; modifier la réglementation de la concurrence sur le marché des services existants et sur celui des services aux particuliers ; modifier la réglementation du marché du travail afin d'accompagner l'augmentation de la productivité des services.

Productivité et emploi dans le tertiaire, Conseil d'analyse économique, La Documentation française, 2004, 249 p.

lesrapports.ladocumentationfrancaise.fr/BRP/044000371/0000.pdf

>>> **Les entreprises du tertiaire externalisent aussi leurs services**

Pour satisfaire leurs besoins, les entreprises peuvent affecter des personnels internes, externaliser durablement certains services ou faire appel occasionnellement à un prestataire. Comme dans l'industrie, les entreprises du tertiaire externalisent principalement les fonctions qu'elles jugent moins stratégiques et/ou celles qui demandent des compétences techniques particulières. Les raisons le plus souvent invoquées sont la recherche de compétences spécifiques et une meilleure maîtrise des coûts. Les petites entreprises font plus facilement appel à l'externalisation que les grandes. Les entreprises de commerce de gros sont celles qui externalisent le plus.

Les entreprises du tertiaire externalisent aussi leurs services, Insee, Insee Première n° 952, 2004, 4 p.

www.insee.fr/fr/ffc/docs_ffc/IP952.pdf

>>> **La croissance de l'emploi dans les secteurs tertiaires**

Le secteur tertiaire employait fin 2003 un peu plus de 10 millions de salariés. Créateur d'emplois, ce secteur a vu ses effectifs progresser de près de 2 % par an entre 1978 et 2003. Une partie de ce dynamisme s'explique par l'externalisation de certaines activités et par le développement de l'intérim. De plus, près de la moitié de la croissance des effectifs du secteur tertiaire repose sur celle des services aux entreprises.

La croissance de l'emploi dans les secteurs tertiaires, Premières informations premières synthèses, Direction de l'animation de la recherche des études et des statistiques (Dares), n° 12.1, mars 2004, 6 p.

www.travail.gouv.fr/IMG/pdf/publication_pips_200403_n-12-1_croissance-emploi-secteurs-tertiaires.pdf

● Formation

>>> **Besoins de formation et d'emploi : quelques métiers du tertiaire (secrétariat, comptabilité, commerce, achats)**

Dossier diffusé lors de la manifestation organisée par l'Affpa Midi-Pyrénées le 28 novembre 2006 sur "Le tertiaire demain : emplois, compétences et comportements professionnels". L'objectif est double : connaître et comprendre les besoins des acteurs du secteur en vue de construire une offre de services adaptée aux recruteurs, entreprises et prescripteurs ; contribuer à la réflexion des politiques publiques de la formation professionnelle continue.

Besoins de formation et d'emploi : quelques métiers du tertiaire (secrétariat, comptabilité, commerce, achats), Affpa, 2006, 12 p.

>>> **Les formations professionnelles courtes face aux transformations des emplois tertiaires**

Cet article analyse les difficultés d'insertion persistantes pour les jeunes issus de formations tertiaires de niveau V. L'analyse s'appuie sur l'enquête du Céreq auprès des jeunes sortis de formation initiale en 1998.

Les formations professionnelles courtes face aux transformations des emplois tertiaires, CPC Info, Ministère de l'éducation nationale, n° 38, 2004, p. 59-62.

>>> **Quelle utilité les CAP et BEP tertiaires ont-ils aujourd'hui ?**

Sous l'effet du développement des nouvelles technologies, l'environnement de travail des employés a profondément évolué au cours des dernières décennies. Dans ce contexte, les jeunes titulaires d'un CAP ou d'un BEP tertiaire doivent faire face à la concurrence des plus diplômés. Leurs conditions d'insertion professionnelle, en début de vie active, sont souvent très difficiles. Cet article porte une réflexion sur la valeur de leurs diplômes sur le marché du travail.

Quelle utilité les CAP et BEP tertiaires ont-ils aujourd'hui ?, Bref n° 196, Céreq, avril 2003, 4 p. www.cereq.fr/cereq/b196.pdf

● Métiers

>>> **Les métiers en 2015**

Ce rapport examine en détail une vingtaine de domaines professionnels (des métiers de l'agriculture à ceux des services aux particuliers) sous l'angle de la demande de travail mais aussi de l'offre de travail. Il propose notamment un zoom sur les métiers de l'aide et des soins aux personnes fragiles et explicite les enjeux économiques et sociaux du développement et de la professionnalisation de ces emplois. Il repère des métiers pour lesquels des tensions risquent d'apparaître et interpelle les rôles respectifs des pouvoirs publics, des branches et des acteurs territoriaux, sur les outils et les moyens à mettre en oeuvre.

Les métiers en 2015, Dares, Centre d'analyse stratégique, collection Qualifications et prospective, 2007, 179 p. www.strategie.gouv.fr/IMG/pdf/rapport_metiers_2015.pdf

>>> **Les métiers du tertiaire**

Ce guide présente les métiers du tertiaire dans leur diversité. Il brosse un portrait économique de chaque activité et détaille les principaux métiers et leurs perspectives d'embauche. Les contributions de chercheurs de l'Insee et du Céreq permettent de définir les contours de ce secteur et d'analyser son évolution. 41 fiches font l'objet d'une description détaillée : effectifs salariés et leur évolution ; présentation des activités et leur évolution ; structure des entreprises et localisation des emplois ; description des métiers (pyramide des âges, profil, conditions d'insertion et perspectives d'embauche).

Les métiers du tertiaire, Alternatives économiques et Onisep, Hors-série pratique n° 23, 2006, 136 p.

2 - L'EMPLOI

• Centres d'appels

>>> Les centres d'appels en Midi-Pyrénées : état des lieux et perspectives

Dossier diffusé à l'occasion de la manifestation organisée par Midi-Pyrénées Expansion et l'Affpa Midi-Pyrénées sur le secteur des centres d'appels le 27 mars 2007. Il comprend une synthèse de l'enquête réalisée par les deux organisateurs sur la situation des centres d'appels en Midi-Pyrénées, une présentation de l'Association française de la Relation Client, de l'accueil des centres d'appels dans les Hautes-Pyrénées (Cdde Hautes-Pyrénées) et une plaquette de Midi-Pyrénées Expansion sur le pôle d'excellence "centres d'appels".

Les centres d'appels en Midi-Pyrénées : état des lieux et perspectives, Affpa et Midi-Pyrénées, 2007.

>>> Les centres de relation client

Les centres de relation client constituent une filière professionnelle à part entière, reconnaissable à ses activités, ses modes de fonctionnement et de production, ou encore aux compétences qu'elle requière. Toutefois, derrière cette apparente unité, elle rassemble aussi une grande diversité d'entreprises soumises à une forte concurrence en lien direct avec leurs prestations et leurs métiers. Destiné aux partenaires de la profession, aux acteurs de l'emploi, ainsi qu'aux pouvoirs publics, cet ouvrage analyse les enjeux des mutations de ce secteur qui poursuit sa structuration et son organisation. L'objectif étant de mieux comprendre les spécificités en matière de politiques sociales et de gestion des ressources humaines.

Les centres de relation client, Ministère économie finances emploi et Ministère travail relations sociales solidarité, 2007.

• Commerce

>>> Donéo - Observatoire régional du commerce et des services en Midi-Pyrénées 2005/2006 : les chiffres clés du commerce et des services

Donéo est le premier observatoire régional du commerce et des services. C'est un outil d'aide à la décision né de la volonté des chambres de commerce et d'industrie de positionner le commerce et les services à la personne comme un élément fort de la politique régionale d'aménagement du territoire. Riche en informations sur les pôles commerciaux au niveau interdépartemental ainsi qu'au niveau régional, il permet d'anticiper les mutations de l'appareil commercial.

Donéo - Observatoire régional du commerce et des services en Midi-Pyrénées 2005/2006 : les chiffres clés du commerce et des services, Crci Midi-Pyrénées, 2006, 40 p. [www.midi-pyrenees.cci.fr/upload/doneo\(2\).pdf](http://www.midi-pyrenees.cci.fr/upload/doneo(2).pdf)

>>> Le commerce en France

Cet ouvrage s'intéresse au secteur du commerce en France. Deux dossiers thématiques permettent de mieux appréhender les enjeux de ce secteur : l'innovation et les marchés de la grande distribution, les pôles commerciaux et leurs magasins. Des fiches, sous la forme de chiffres clés et de commentaires, permettent de décrire les grandes évolutions du commerce de détail, du commerce et de la réparation automobile et du commerce de gros. Une rubrique « Pour comprendre » permet de mieux comprendre les concepts du commerce et sa réglementation. [d'après le résumé de l'éditeur].

Le commerce en France, Insee référence, 2006, 152 p.

>>> L'évolution de l'emploi dans le commerce : quelques mécanismes à l'épreuve des faits

Ce Cahier de recherche du Centre de recherche pour l'étude et l'observation des conditions de vie (Credoc) analyse les évolutions récentes de l'emploi commercial et évalue la contribution de différents déterminants économiques, en s'appuyant notamment sur des données sectorielles et locales.

L'évolution de l'emploi dans le commerce : quelques mécanismes à l'épreuve des faits, Centre de recherche pour l'étude et l'observation des conditions de vie, novembre 2006, Cahier de recherche n° 229, 123 p.

www.credoc.fr/pdf/Rech/C229.pdf

>>> Le commerce en 2006 : seul le commerce de détail maintient sa croissance

En 2006, sur fond de croissance économique modérée, les secteurs du commerce affichent des résultats mitigés. Dans le commerce de gros, l'activité ralentit après deux années de croissance relativement soutenue. Cette contre-performance provient en partie de la baisse sensible des ventes du commerce de produits agricoles bruts. Dans le commerce de détail et l'artisanat commercial, la croissance se maintient en 2006 comme en 2005, à un rythme légèrement inférieur à celui des années 2002 à 2004. Ce sont toujours les commerces non alimentaires spécialisés et les pharmacies qui progressent le plus. L'activité du commerce et de la réparation automobile stagne également en 2006. L'emploi salarié progresse peu en 2006 dans l'ensemble du commerce. Sa progression est presque exclusivement portée par le commerce de détail. De même, l'augmentation du nombre d'entreprises commerciales en 2006 est seulement imputable au commerce de détail. [d'après le résumé de l'éditeur].

Le commerce en 2006 : seul le commerce de détail maintient sa croissance, Insee Première, juin 2007, n° 1138, 4 p.
www.insee.fr/fr/ffc/ipweb/ip1138/ip1138.pdf

>>> 1995-2004 : 10 ans d'intérim dans le commerce et les services

Cette note étudie l'évolution de l'emploi dans l'intérim du commerce et des services entre 1995 et 2004. La notion d'équivalents-emplois à temps plein dans l'intérim (Eetpi) est utilisée comme indicateur pertinent. En 2004, le commerce de gros représente 51 % des Eetpi du commerce contre seulement 31 % chez les salariés permanents. Il y a donc sur-représentation de ce secteur dans l'emploi intérimaire au détriment des autres secteurs du commerce.

1995-2004 : 10 ans d'intérim dans le commerce et les services, Ministère des petites et moyennes entreprises, du commerce, de l'artisanat, des professions libérales et de la consommation, juillet 2005, 13 p.
www.pme-commerce-artisanat.gouv.fr/essentiel/etudesstat/pdf/interim10ans.pdf

>>> Les réseaux d'enseignes, très présents dans le commerce

Depuis une trentaine d'années, les réseaux d'enseignes occupent largement le paysage commercial français. Trois formes de réseaux prédominent dans le commerce de détail : en 2006, 52 % du chiffre d'affaires des réseaux est réalisé par les points de vente possédés en propre par la tête de réseau, 33 % par des membres d'un groupement et 9 % par des indépendants sous contrat de franchise. Certains secteurs commerciaux sont organisés selon une forme de réseau préférentiel : les réseaux intégrés dominant en termes de chiffre d'affaires dans l'aménagement de l'habitat et l'équipement du foyer, tandis que le groupement d'indépendants est majoritaire dans les grandes surfaces alimentaires ; le commerce et réparation automobile fonctionne avec des réseaux de licence de marque. [d'après le résumé de l'éditeur].

Les réseaux d'enseignes, très présents dans le commerce, Insee Première, juin 2007, n° 1140, 4 p.
www.insee.fr/fr/ffc/ipweb/ip1140/ip1140.pdf

>>> Le commerce « B to B » cherche candidats

Cet article s'intéresse au secteur des échanges interentreprises, appelé aussi « business to business ». Ce dernier doit faire face à de forts besoins en recrutement : 60 000 embauches prévues en 2007. Mais les employeurs estiment que 44 % de leurs projets de recrutement devraient être difficiles car les métiers de la branche souffrent d'un déficit d'image.

Le commerce « B to B » cherche candidats, Le Monde, 26 juin 2007.

>>> Le commerce entre gros et détail, portrait d'un secteur d'activités aux multiples visages

Le commerce regroupe des activités très diversifiées si on observe les différents produits échangés, ses modes de commercialisation mais également la taille de ses entreprises. C'est en outre un champ très vaste en termes de ressources humaines, puisqu'il est le premier employeur de salariés en France et compte un grand nombre de travailleurs indépendants.

Le commerce entre gros et détail, portrait d'un secteur d'activités aux multiples visages, Bref Céreq, février 2003, n° 194, 4 p. www.cereq.fr/cereq/b194.pdf

>>> **Les entreprises du commerce de détail et du commerce automobile**

Ce rapport présente des données de cadrage sous forme de tableaux sur les secteurs du commerce de détail et des activités assimilées d'une part et du commerce et de la réparation automobile d'autre part. Sont également référencés les chiffres clés par taille d'entreprises et par secteur d'activités.

Les entreprises du commerce de détail et du commerce automobile, Insee résultats, juillet 2004.

>>> **Panorama du commerce de détail**

Cette étude présente, sous la forme de données quantitatives et qualitatives, une vision globale du commerce de détail aujourd'hui et de son évolution au cours des dix dernières années. L'étude s'intéresse à la place du commerce dans l'économie et à la place du commerce de détail au sein des activités de commerce. Elle présente en outre les diverses ressources et potentiels du secteur (entreprises et établissements, effectifs salariés, catégories socio-professionnelles, répartition par sexe, pyramide des âges...) ainsi que ses formations (initiales et continues).

Panorama du commerce de détail, Observatoire prospectif du commerce, 2007, 40 p.
www.forco.org/pdf/panorama_comm_detail.pdf

>>> **Enquête annuelle 2007 sur la franchise**

Pour la quatrième année consécutive, le Groupe banque populaire et la Fédération française de la franchise ont mandaté l'institut CSA pour la réalisation de l'enquête annuelle sur la franchise. L'objectif est de mesurer année après année l'évolution du paysage de la franchise en France (profil des franchisés, profil des réseaux, rythme de développement, la formation...).

Enquête annuelle 2007 sur la franchise, Groupe Banque Populaire et Fédération française de la franchise, 2007, 69 p.
www.franchise-fff.com/IMG/pdf/EAF2007.pdf

>>> **Les groupes dans le commerce**

Quatre groupes de sociétés sur dix possèdent une implantation commerciale. Les groupes de sociétés concentrent la moitié des effectifs et de la valeur ajoutée du commerce. Cette présence des groupes de sociétés dans le commerce s'est renforcée de façon notable sur la période 1994-2003, en s'accompagnant d'un accroissement de la présence étrangère. Au total, la concentration financière augmente sur la période récente. Les trois quarts des groupes implantés dans le commerce sont spécialisés sur leur cœur de métier. Ces groupes commerciaux emploient 89 % de leurs effectifs dans des activités commerciales. Leur taille est très variable : les dix plus grands emploient autant d'effectifs que les 10 000 micro-groupes de moins de 500 salariés. [d'après le résumé de la revue].

Les groupes dans le commerce : une présence croissante, Insee première n° 1115, janvier 2007, 4 p.
www.insee.fr/fr/ffc/ipweb/ip1115/ip1115.pdf

>>> **La grande et moyenne distribution en France, édition 2005/2006**

Cet ouvrage s'intéresse aux principales sociétés du secteur de la grande et moyenne distribution. Il présente, pour chaque société, les structures financières et d'organisation, son histoire, l'organisation commerciale, son activité et ses résultats financiers. Il apporte une vision opérationnelle de cette branche dans les différents secteurs (commerce de détail alimentaire, distribution spécialisée, vente par correspondance), à travers les concepts développés par les enseignes, leur politique d'offre et leurs stratégies d'expansion. Cette publication s'adresse à tous ceux qui s'intéressent à l'évolution économique des activités commerciales et au fonctionnement de la distribution en France. Cette édition s'est enrichie de 18 nouvelles cartes géographiques sur la répartition nationale de l'équipement commercial en France portant à 50 le nombre total des cartes dont 22 cartes régionales. [d'après le résumé de l'éditeur].

La grande et moyenne distribution en France Edition 2005/2006, Direction du commerce, de l'artisanat, des services et des professions libérales, 2006, 464 p.

• Commerce électronique

>>> **Quand Internet bouscule les marchés**

Ce dossier s'intéresse au commerce en ligne et aux changements qu'il engendre sur le fonctionnement des marchés (apparition de nouveaux acteurs, nouveaux modes de commercialisation, modification des relations entre offreurs et clients).

Quand Internet bouscule les marchés, Alternatives économiques n° 248, juin 2006, p. 46-56.

>>> **Les acteurs du commerce électronique**

En ce qui concerne le commerce électronique destiné aux particuliers, cinq catégories d'acteurs traditionnels et moins traditionnels se développent. Les plus nouveaux dénommés Pure Players n'ont qu'une activité purement électronique, sans aucun accès à un point de vente de biens ou de services. Les acteurs de la vente à distance ont modifié catalogue, prise de commande et paiement. Les grossistes ont pris également leur place sur ce nouveau marché. Enfin, d'autres grandes enseignes du tourisme ou du commerce en magasin ont intégré Internet comme un canal complémentaire de distribution.
[d'après le résumé de la revue].

Les acteurs du commerce électronique, Insee Première, janvier 2005, n° 999, 4 p.

www.vivelenweb.net/files/insee_acteur_commerce_electronique.pdf

>>> **Le commerce électronique : une demande en expansion, une offre qui s'adapte**

Avec 6 milliards d'euros de ventes de produits et de services en 2004, le commerce électronique est fortement dominé par de grands acteurs nouvellement implantés. Il se concentre sur certains produits et services comme les voyages et le matériel informatique. Alors que les commerçants électroniques se sont d'abord surtout préoccupés de la sécurité des transactions, ils se recentrent aujourd'hui sur la relation client. Il s'agit notamment d'augmenter la confiance dans le processus d'achat via Internet. Le comportement d'achat des consommateurs est lié à la diffusion de la microinformatique et conforté par l'expérience acquise.

Le commerce électronique. Une demande en expansion, une offre qui s'adapte. Insee Première, septembre 2005, n° 1040, 4 p. www.insee.fr/fr/ffc/docs_ffc/IP1040.pdf

>>> **Le commerce électronique interentreprises : un enjeu majeur pour l'économie française**

Ce livre blanc présente la situation du commerce électronique interentreprises en France : le déficit d'image, les facteurs de productivité liés aux technologies Internet, le retard de la France... Bien que ce marché ait connu un développement important depuis ces dernières années, il reste toutefois en retrait par rapport aux autres pays européens de même taille. La Fédération des entreprises de vente à distance (Fevad) tente de remédier à cette situation en proposant cinq recommandations pour accélérer le développement de ce marché en France.

Le commerce électronique interentreprises : un enjeu majeur pour l'économie française, Fédération des entreprises de vente à distance et le Ministère de l'économie des finances et de l'industrie, 9 p.

www.industrie.gouv.fr/infopres/presse/livre_blanc_fevad.pdf

3 – LES MÉTIERS - LA FORMATION

• Centres d'appels

>>> Guide des métiers et formations à la relation client à distance 2005

Ce guide propose des fiches métiers, une présentation des acteurs de formation spécialisés dans ce secteur d'activités, des témoignages de salariés d'entreprises du secteur et des dispositifs de formation.

Guide des métiers et formations à la relation client à distance 2005, Association française des centres de relation clientèle, 2005.

>>> Du centre d'appels à la relation-client : vers de nouveaux métiers créateurs d'emplois

Le secteur d'activité des centres d'appels connaît une croissance forte ces dernières années et représente un important gisement d'emplois. Cet article présente les métiers des centres d'appels et les compétences spécifiques requises, la structure et le fonctionnement d'un centre d'appels et le manque de formations adaptées à ce secteur.

Du centre d'appels à la relation-client, L'enseignement technique, n° 207, 3^{ème} trimestre 2005, p. 17-19.

>>> L'orientation client du personnel en contact avec la clientèle : définition et déterminants

Ce document tente d'identifier les facteurs favorisant le développement d'un comportement orienté client chez le personnel en contact avec la clientèle opérant dans l'entreprise de services. Il a aussi pour objectif d'en proposer un modèle explicatif et de définir le concept de l'orientation client des vendeurs. Ce concept renvoie à des actions de l'encadrement de l'entreprise, à des attitudes au travail du vendeur et aux traits de sa personnalité.

L'orientation client du personnel en contact avec la clientèle : définition et déterminants, Lirbe, 2006.

lirbe.univ-tlse1.fr/publications/notes/429-06.pdf

• Commerce

>>> Les métiers du commerce et de la distribution. Quelles évolutions ? Quelles formations ?

Cette enquête, commandée par l'Assemblée des Chambres française de commerce et d'industrie et le Ministère du commerce à l'institut Ipsos, a pour objectif d'identifier les évolutions des métiers du commerce et de la distribution afin de détecter les types de formations et d'enseignements à mettre en place.

Les métiers du commerce et de la distribution. Quelles évolutions ? Quelles formations ? Conclusions de l'enquête Ipsos, Assemblée des chambres françaises de commerce et d'industrie, juin 2005, 4 p.

www.pme-commerce-artisanat.gouv.fr/essentiel/etudesstat/com-dist05.pdf

>>> Les métiers du commerce interentreprises

Ce guide a été réalisé par le département Formation de la Confédération française du commerce interentreprises (CGI) avec le groupe l'Etudiant. L'objectif étant la promotion et la valorisation des métiers et des secteurs de la branche et les parcours de formations associés. Cette collection s'adresse aux jeunes, à leurs parents mais aussi aux enseignants. Ce guide retrace l'organisation du commerce B to B, met en valeur ses secteurs, ses métiers phares et les formations adéquates. Il présente également des informations complémentaires sur la branche, des témoignages d'entreprises, des conseils pour intégrer ce marché de l'emploi, etc.

Les métiers du commerce interentreprises, Confédération française du commerce interentreprises et l'Etudiant, avril 2007, 128 p.

>>> Zoom sur les métiers du commerce interentreprises

Co-édité par la CGI et l'Onisep, cet ouvrage présente le commerce interentreprises, ses grandes familles d'activités, les métiers phares et les principales voies de formation pour y accéder. Il s'adresse aux jeunes élèves, collégiens et lycéens, en recherche d'informations sur les métiers et leur orientation, mais également aux enseignants.

Zoom sur les métiers du commerce interentreprises, CGI et Onisep, septembre 2007, 32 p.

>>> Qui suis-je ? : fiches métiers dans le commerce interentreprises

La collection « Qui suis-je ? » de la CGI est constituée de fiches métiers à destination des jeunes. Elles présentent une description claire et synthétique de certains métiers du commerce interentreprises tels que : assistant commercial export, responsable d'entrepôt, responsable d'atelier.

Qui suis-je ?, Confédération française du commerce interentreprises.

www.cafinterentreprises.com/Website/site/formation_lesmetiers_collectionquisuisje.htm

>>> Les métiers de la grande distribution

Le secteur du commerce et de la distribution offre de nombreuses opportunités d'emplois. Ce dossier fait un tour d'horizon de l'univers de la grande distribution, de ses emplois, de ses métiers et des formations permettant d'y accéder (formation initiale et continue). Des témoignages de professionnels (hôtesse de caisse, manager rayon, préparateur de commandes...) viennent enrichir le contenu de ce dossier.

Les métiers de la grande distribution : choisir un métier, dossier n° 39, L'enseignement technique, janvier-février-mars 2007, n° 213, p. I-XVI.

SOURCES D'INFORMATIONS

Vous trouverez auprès de ces structures, des informations disponibles en ligne ou par courrier sur les différentes thématiques traitées dans ce dossier.

Certains sites Web peuvent se trouver dans plusieurs rubriques car ils rassemblent des informations transverses.

• Chambres consulaires

- Chambres de métiers et de l'artisanat : portail de l'artisanat (coordonnées de la Chambre régionale de métiers et de l'artisanat de Midi-Pyrénées et sites Web des 8 départements de la région) / www.artisanat.fr
- Chambre régionale de commerce et d'industrie Midi-Pyrénées / www.midi-pyrenees.cci.fr

• Formation - Emploi

- Distrijob (site emploi dédié aux secteurs de la grande distribution et de la distribution spécialisée) / www.distrijob.fr
- Erecrut (site emploi spécialisé sur les métiers du commerce, du marketing et de la vente) / www.erecrut.com
- Marketvente (site emploi spécialisé sur les métiers de la vente, du marketing et du management) / www.marketvente.fr
- Métiers du négoce (portail formation emploi du commerce interentreprises) / www.lesmetiersdunegoce.com

• Etat

- Direction du commerce, de l'artisanat, des services et des professions libérales / www.pme.gouv.fr

• Organismes professionnels

- Association française des centres de relation clientèle (Afrc) / www.afrc.org
- Association française du marketing (AFM) / www.afm-marketing.org
- Chambre syndicale nationale des forces de vente, VRP et commerciaux (CSN) et Conseil national des forces de vente / www.csn.fr
- Confédération française du commerce interentreprises / www.cgi-cf.com
- Confédération générale de l'alimentation en détail (Cgad) / www.cgad.fr
- Fédération des entreprises de vente à distance / www.fevad.com
- Fédération des entreprises du commerce et de la distribution / www.fcd.asso.fr
- Fédération dirigeants commerciaux de France / www.dcf-france.fr
- Fédération française de la franchise / www.franchise-fff.com

• Opc

- Forco (Opc du secteur du commerce et de la distribution et Observatoire prospectif du commerce) / www.forco.org
- Intergros (Opc du commerce interentreprises et du commerce international) / www.intergros.com

ARGOS

Analyse régionale pour les grandes orientations du schéma des formations



CarifOref *Midi-Pyrénées*

Immeuble Buroplus
rue de Sienne – BP 325 - 31313 Labège cedex
Tél. : 05 62 24 05 99 - Fax : 05 62 24 05 98
Courriel : info@cariforef-mp.asso.fr

