



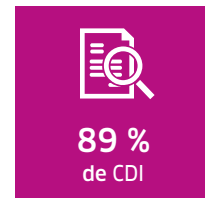
GRANDS MAGASINS ET MAGASINS POPULAIRES

Les entreprises des Grands magasins et Magasins populaires doivent répondre à de multiples enjeux :

- > satisfaire les attentes des clientèles des centres-villes (amplitude horaire, extension des services...),
- > attirer la clientèle étrangère, notamment dans les grands magasins parisiens positionnés sur le luxe,
- > parer à la forte concurrence des pure players en ligne,
- > mettre en oeuvre une stratégie de RSE (Responsabilité Sociale des Entreprises).

Pour ce faire, en 2016, les entreprises de la branche ont travaillé au développement de parcours certifiants, accompagné leurs salariés sur des projets digitaux... Près d'un salarié sur deux a bénéficié d'une action de formation. En effet, aujourd'hui, l'organisation des ressources humaines, la formation et la professionnalisation des salariés sont stratégiques pour les entreprises de la branche.

DONNÉES CLÉS



► CINQ GRANDES ENSEIGNES QUI REPRÉSENTENT 98 % DES EFFECTIFS SALARIÉS

- > le BHV, le Bon Marché, les Galeries Lafayette, le Printemps pour les Grands magasins,
- > Monoprix pour les Magasins populaires.

PÉRIMÈTRE DE L'ÉTUDE :

La branche des Grands magasins et Magasins populaires rassemble les entreprises relevant de la CCN n°3082 et répertoriées sous deux codes NAF de l'INSEE :

- > **47.19A**, « Grands Magasins », magasins de détail à rayons multiples, disposant d'une surface de vente d'au moins 2 500 m² et réalisant moins d'un tiers de leur chiffre d'affaires en produits alimentaires,
- > **47.11E**, « Magasins Multi-Commerces », magasins de détail à rayons multiples, d'une surface de vente identique à celle d'un supermarché (entre 400 et 2 499 m²) et réalisant entre un tiers et deux tiers de leur chiffre d'affaires en produits alimentaires.



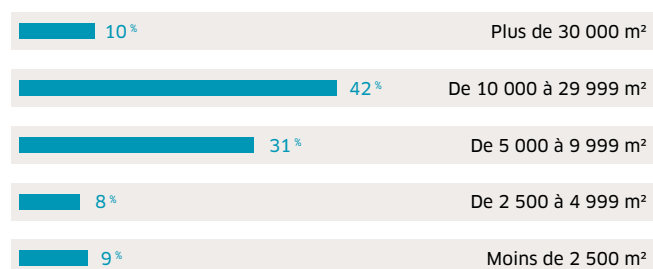
VOLET ÉCONOMIQUE

► LES GRANDS MAGASINS

Le nombre de points de vente repart à la hausse depuis 2014, on compte **91** points de vente en 2016.

Plus de **80 %** des points de vente disposent d'une superficie supérieure à 5 000 m².

Répartition des points de vente des Grands magasins selon leur superficie

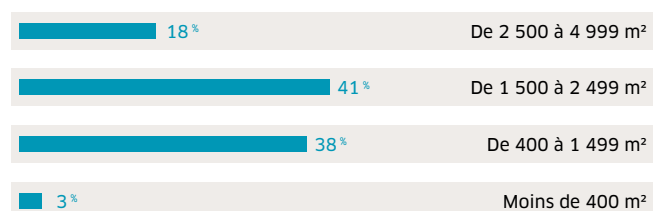


► LES MAGASINS POPULAIRES

Suite à deux années de hausse, le nombre de points de vente connaît une légère baisse. On compte **290** points de vente en 2016.

79 % des points de vente disposent d'une superficie entre 400 et 2 500 m².

Répartition des points de vente des Magasins populaires selon leur superficie

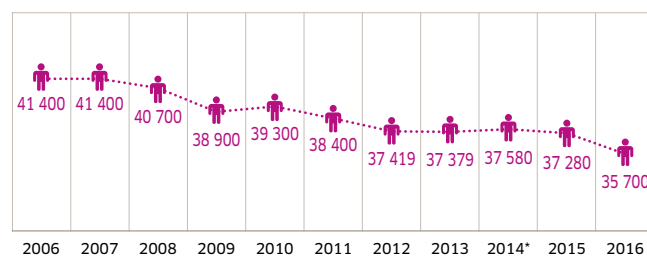


VOLET EMPLOI

► EFFECTIFS SALARIÉS

Au 31 décembre 2016, la branche emploie **35 700** salariés.

Évolution des effectifs salariés Grands magasins et Magasins populaires

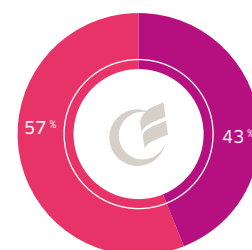


■ Nombre de salariés

* donnée partiellement calculée en 2014

Poids des effectifs salariés selon le secteur

- Grands magasins | 15 450 salariés
- Magasins populaires | 20 250 salariés



► 67 % DE FEMMES

La prédominance féminine est plus prononcée dans les Grands magasins.



ÉTUDE PROSPECTIVE

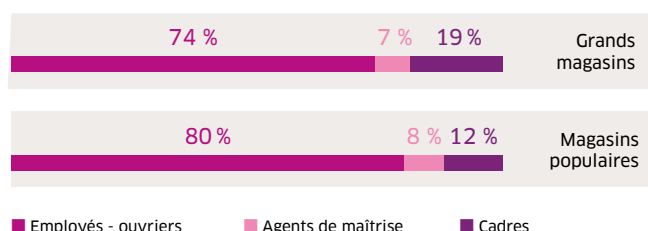
La branche des Grands magasins et Magasins populaires, associée à celle du Commerce succursaliste de la chaussure a mandaté l'Observatoire prospectif du commerce pour la réalisation d'une étude prospective sur les modèles de magasins à l'horizon 2022.

Retrouvez le site de l'étude prospective sur : www.lecommercebouge.com



► **78 % D'EMPLOYÉS - OUVRIERS,
7 % D'AGENTS DE MAÎTRISE ET 15 % DE CADRES**

Répartition des effectifs selon le statut professionnel



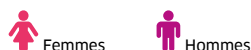
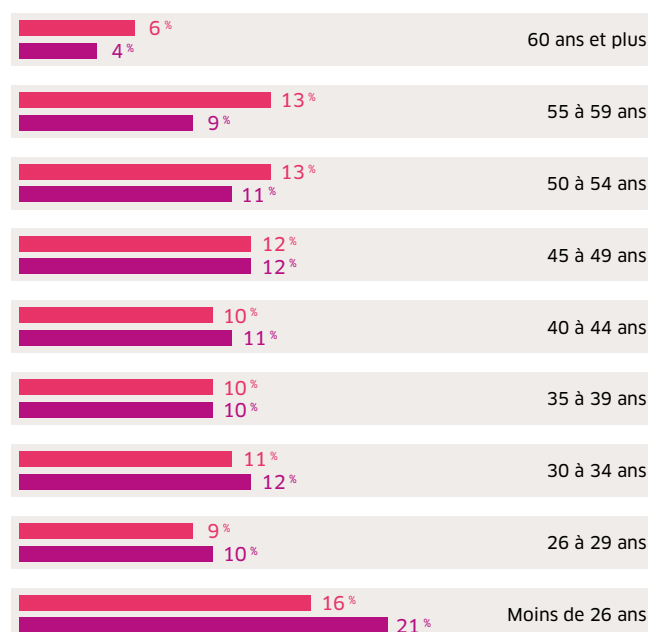
La proportion de femmes varie selon le statut :
68 % des Employés et **59 %** des Cadres sont des femmes.

► **MOYENNE D'ÂGE 40,3 ANS**

Un âge moyen assez élevé.
41 % des salariés ont 45 ans et plus (contre 34 % en 2006).

L'âge moyen varie selon le secteur :
43 ans dans les Grands magasins,
38 ans dans les Magasins populaires.

Répartition des effectifs selon l'âge et le sexe



LA CARTOGRAPHIE INTERACTIVE DES MÉTIERS

Une cartographie interactive en ligne présente en détail les principaux métiers de la branche.

Retrouvez cette cartographie sur :
www.metiersdesgrandsmagasins.com

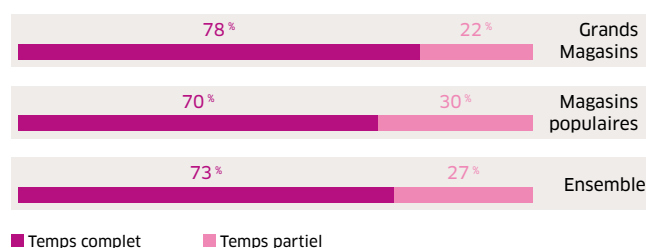
► **13 ANS D'ANCIENNETÉ MOYENNE** (stable depuis 2012).

32 % des salariés ont moins de 5 ans d'ancienneté dans leur entreprise et **35 %** plus de 15 ans.

► **89 % DES SALARIÉS SONT EN CDI, 9 % EN CDD, 2 % EN ALTERNANCE** (contrats de professionnalisation ou contrats d'apprentissage).

► **73 % DES SALARIÉS À TEMPS COMPLET**

Répartition des temps de travail selon l'activité



Le temps partiel concerne davantage :

Les femmes **31 %** sont à temps partiel contre **17 %** des hommes,

Les employés **33 %** sont à temps partiel contre **3 %** des agents de maîtrise et **4 %** des cadres.



LE GUIDE SUR L'ÉGALITÉ PROFESSIONNELLE ENTRE LES FEMMES ET LES HOMMES

Initié par la branche associée à celle du Commerce succursaliste de l'habillement et des Commerces de Détail Non Alimentaires, ce guide a pour but d'outiller toutes les entreprises du secteur dans leur réflexion sur la thématique de l'égalité professionnelle entre les hommes et les femmes.

Retrouvez ce guide sur :
http://forconet.forco.org/flipbook/Guide_Egalite/GRANDS-MAGASINS



VOLET FORMATION (PRINCIPAUX DISPOSITIFS)

En 2016, les entreprises de la branche ont consacré près de **9 millions d'euros** à la formation professionnelle de leurs salariés.

▶ LES CONTRATS DE PROFESSIONNALISATION

Après plusieurs années de forte augmentation, le nombre de contrats de professionnalisation baisse légèrement :

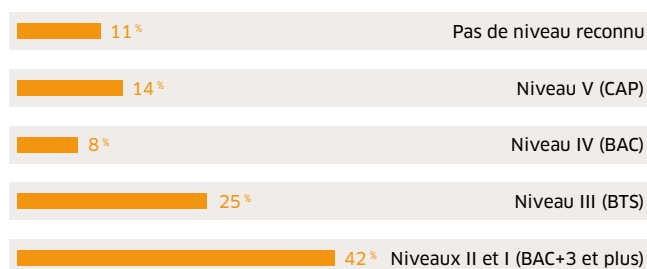
494 ont été pris en charge en 2016 (-12 % par rapport à 2015).

55 % des bénéficiaires sont des femmes.

80 % ont moins de 26 ans.

Un fort plébiscite pour les niveaux post bac : **67 %** des contrats.

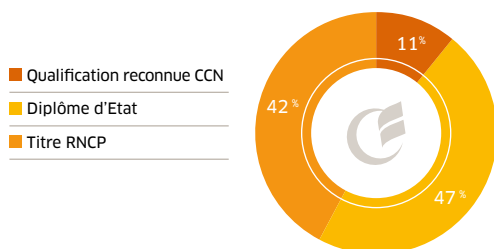
Répartition des contrats selon le niveau de qualification visée



Principaux diplômes ou qualifications préparés :

- > BTS MUC,
- > CAP Boucher,
- > Vendeur qualifié (qualification CCN).

Répartition des contrats selon la qualification visée



▶ LES CONTRATS D'APPRENTISSAGE

275 contrats d'apprentissage ont débuté en 2016 (+26 % par rapport à 2015).

71 % visent un diplôme post Bac dont **44 %** un Bac+2.

▶ LA PÉRIODE DE PROFESSIONNALISATION

1 537 bénéficiaires (+64 % par rapport à 2015).

56 % des bénéficiaires sont des femmes.

41 % ont 45 ans et plus.

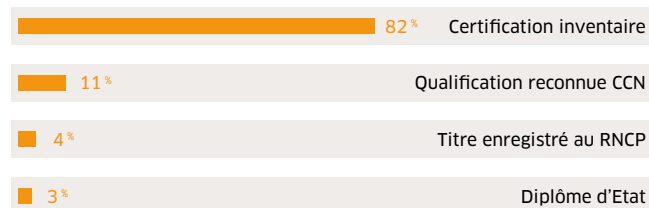
53 % des bénéficiaires sont employés - ouvriers et **33 %** cadres.

Ces dispositifs visent principalement l'acquisition d'une certification inscrite à l'inventaire : **82 %**

Principales thématiques de formation :

- > Sécurité (SST),
- > Electricité (habilitation),
- > Management,
- > Commerce / vente.

Répartition des périodes de professionnalisation selon le type de formation



▶ LE COMPTE PERSONNEL DE FORMATION

Pour la 2^{ème} année de mise en œuvre, **292** formations ont été prises en charge dans le cadre du CPF, principalement sur des formations en langue ou en bureautique.

80 % des bénéficiaires sont des femmes.

51 % des bénéficiaires sont Employés - ouvriers et **36 %** sont cadres.



L'ALTERNANCE DANS LES ENTREPRISES DU COMMERCE

En 2016, la branche des Grands magasins et Magasins populaires, associée aux autres branches du Forco, s'est appuyée sur l'Observatoire prospectif du commerce pour réaliser une étude d'envergure sur l'alternance dans le commerce.

Retrouvez la synthèse de l'étude et les chiffres clés pour la branche sur <http://www.forco.org/Branche/ObservatoireProspectifDuCommerce>

Sources : Enquête emploi formation auprès des entreprises, données 2016 - Copies de DADS d'entreprises au 31/12/2016 - Bases Forco 2016.