



## GRANDS MAGASINS ET MAGASINS POPULAIRES



**5**  
Grandes enseignes



**397**  
points de vente



**37 100**  
salariés



**39 ans**  
âge moyen



**67 %**  
de femmes



**89 %**  
de CDI



**33 %**  
d'hommes

### ► 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 LA BRANCHE

La branche des Grands magasins et Magasins populaires rassemble les entreprises relevant de la CCN n°3082, IDCC 2156 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 m<sup>2</sup> 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 m<sup>2</sup>) et réalisant entre un tiers et deux tiers de leur chiffre d'affaires en produits alimentaires.

Les données formation indiquées sont établies à partir des actions ayant fait l'objet d'une demande de prise en charge auprès du Forco. Elles ne représentent de ce fait pas la totalité des formations réalisées par les entreprises (formations n'ayant pas fait l'objet d'une demande de financement auprès du Forco).

## SOMMAIRE

### VOLET ÉCONOMIQUE

Page **02**

### VOLET EMPLOI

Pages **02 • 03**

### VOLET RÉGIONS

Page **04**

### VOLET FORMATION

Pages **05 • 06**

### VOLET ÉTUDES

Pages **07 • 08**

### VOLET ACCOMPAGNEMENT CERTIFICATION

Page **08**

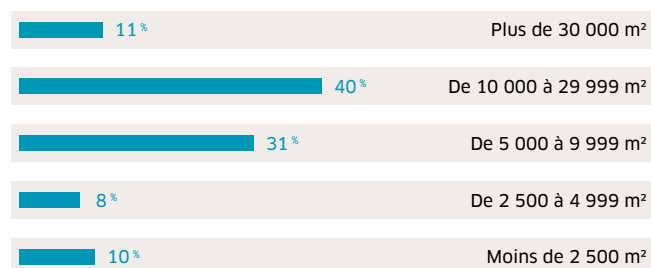
# VOLET ÉCONOMIQUE

## ► LES GRANDS MAGASINS

Le nombre de points de vente repart à la hausse depuis 2014. On compte **96** points de vente en 2017.

Plus de **80 %** des points de vente disposent d'une superficie supérieure à 5 000 m<sup>2</sup>.

Répartition des points de vente des Grands magasins selon leur superficie

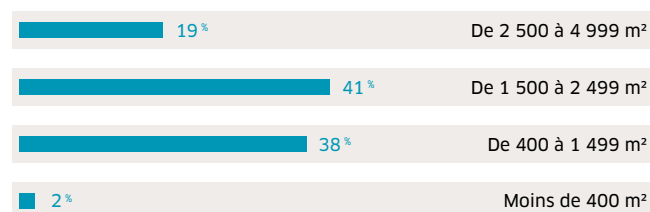


## ► LES MAGASINS POPULAIRES

Suite à une année en légère baisse, le nombre de points de vente connaît une hausse. On compte **301** points de vente en 2017.

**79 %** des points de vente disposent d'une superficie entre 400 et 2 500 m<sup>2</sup>.

Répartition des points de vente des Magasins populaires selon leur superficie

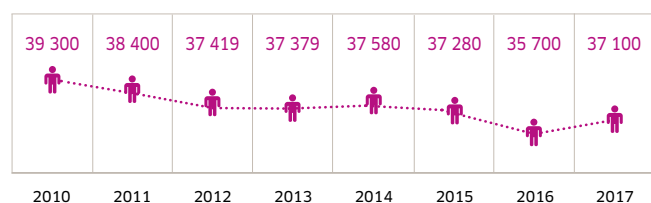


# VOLET EMPLOI

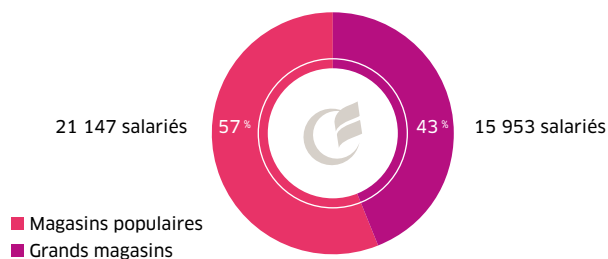
## ► EFFECTIFS SALARIÉS

Au 31 décembre 2017, la branche emploie **37 100** salariés, soit une évolution des effectifs à la hausse par rapport à l'année 2016.

Evolution des effectifs de la branche



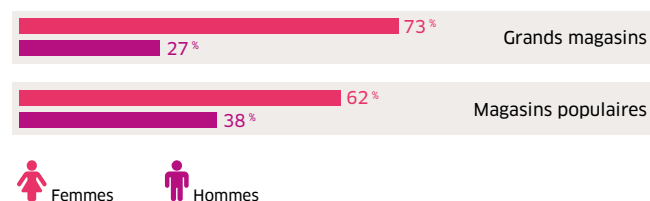
Poids des effectifs salariés selon le secteur



## ► 67 % DE FEMMES

La part des femmes est plus importante dans les Grands magasins que dans les Magasins populaires et la part des hommes est plus importante dans les Magasins populaires que dans les Grands magasins.

Répartition des salariés selon le sexe et le secteur

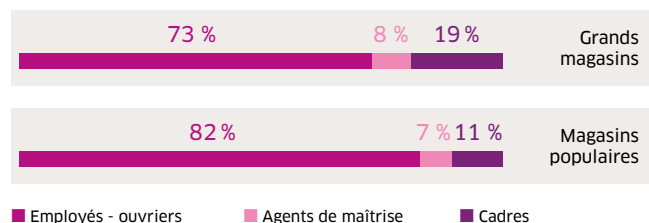


 Femmes  Hommes



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

Répartition des effectifs selon le statut professionnel



■ Employés - ouvriers ■ Agents de maîtrise ■ Cadres

La proportion des femmes et des hommes varie selon le statut :

**68 %** des Employés, **65 %** des Agents de maîtrise et **60 %** des Cadres sont des femmes.

**32 %** des Employés, **35 %** des Agents de maîtrise et **40 %** des Cadres sont des hommes.

► **MOYENNE D'ÂGE 39 ANS**

L'âge moyen est plutôt élevé par rapport à d'autres secteurs du Commerce.

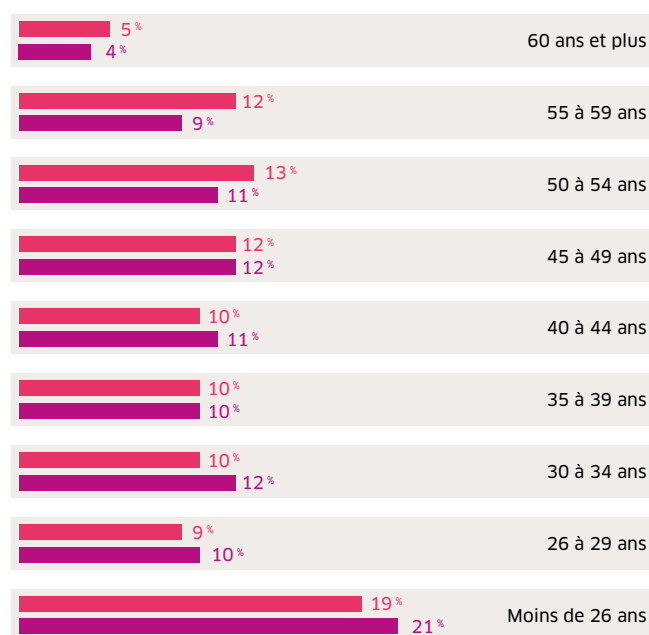
**40 %** des salariés ont 45 ans et plus.

L'âge moyen varie selon le secteur :

**41 ans** dans les Grands magasins,

**38 ans** dans les Magasins populaires.

Répartition des effectifs selon l'âge et le sexe



Femmes Hommes

Source : Enquête emploi formation auprès des entreprises, données 2017

► **12 ANS D'ANCIENNETÉ MOYENNE**

(en légère baisse depuis 2014 du fait notamment de départs à la retraite).

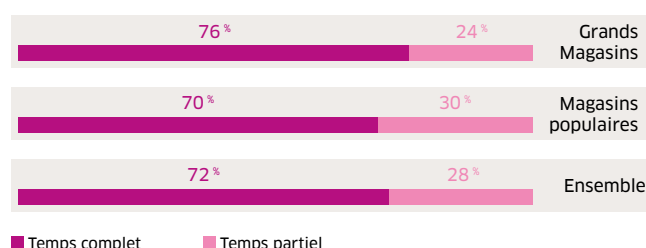
**34 %** des salariés ont moins de 5 ans d'ancienneté dans leur entreprise et **36 %** plus de 15 ans.

► **89 % DES SALARIÉS SONT EN CDI, 8 % EN CDD, 3 % EN ALTERNANCE**

(contrats de professionnalisation ou contrats d'apprentissage).

► **72 % DES SALARIÉS À TEMPS COMPLET**

Répartition des temps de travail selon l'activité



■ Temps complet ■ Temps partiel

**Le temps partiel concerne :**

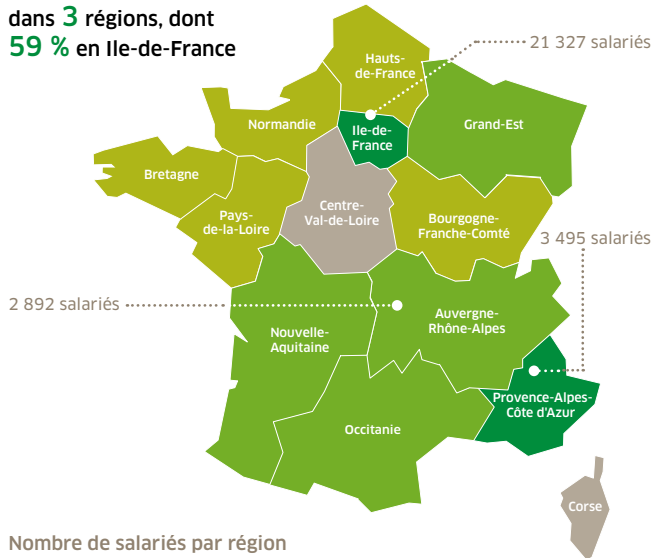
- > **32 %** des femmes
- > **20 %** des hommes
- > **34 %** des employés
- > **3 %** des agents de maîtrise
- > **4 %** des cadres.

# VOLET RÉGIONS

## PORTRAIT DE BRANCHE EN RÉGIONS

### LES SALARIÉS

**77 %** des salariés  
dans **3** régions, dont  
**59 %** en Ile-de-France



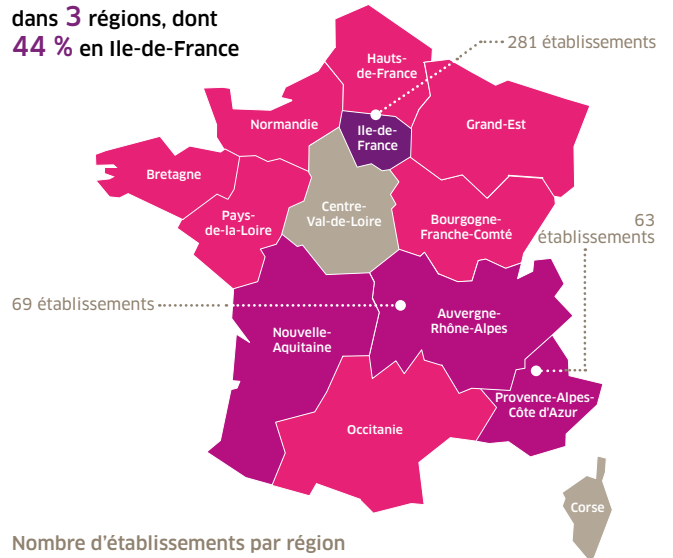
Nombre de salariés par région

- 3 000 salariés et plus
- entre 1 200 et 2 999 salariés
- entre 500 et 1 199 salariés
- non connu

Source : INSEE DADS 2015

### LES ÉTABLISSEMENTS

**65 %** des établissements  
dans **3** régions, dont  
**44 %** en Ile-de-France



Nombre d'établissements par région

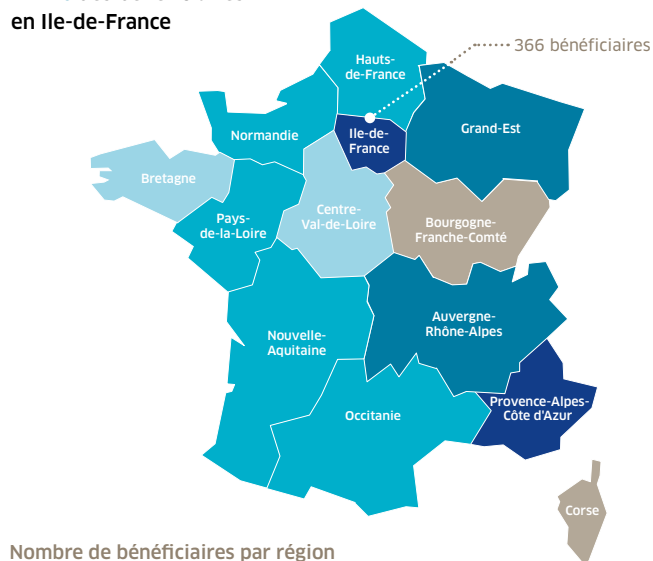
- 100 établissements et plus
- entre 40 et 99 établissements
- entre 5 et 39 établissements
- non connu

Source : INSEE DADS 2015

## L'ALTERNANCE SUR LE TERRITOIRE

### CONTRATS DE PROFESSIONNALISATION

**509** bénéficiaires en 2017  
**72 %** des bénéficiaires  
en Ile-de-France



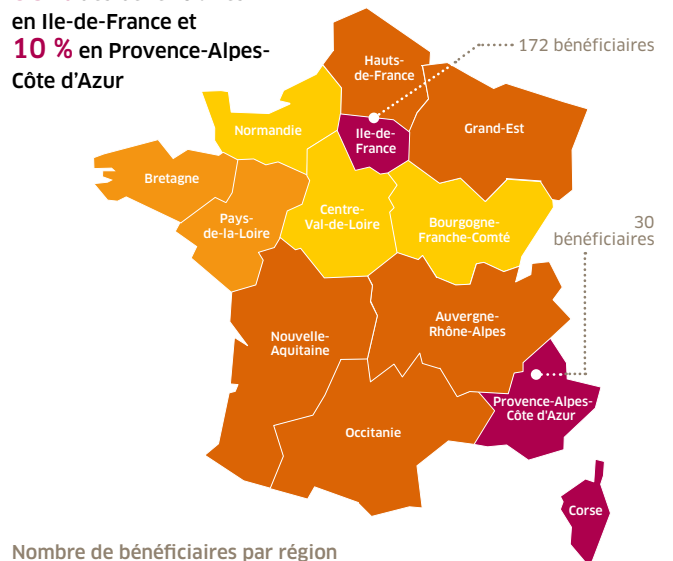
Nombre de bénéficiaires par région

- 50 bénéficiaires et plus
- entre 15 et 49 bénéficiaires
- entre 5 et 14 bénéficiaires
- moins de 5 bénéficiaires
- non connu

Source : Données Forco - Contrats débutés en 2017

### CONTRATS D'APPRENTISSAGE

**297** bénéficiaires en 2017  
**58 %** des bénéficiaires  
en Ile-de-France et  
**10 %** en Provence-Alpes-  
Côte d'Azur



Nombre de bénéficiaires par région

- 30 bénéficiaires et plus
- entre 10 et 29 bénéficiaires
- entre 5 et 9 bénéficiaires
- moins de 5 bénéficiaires

Source : Données DGEFP : Ari@ne - Contrats débutés en 2017



## 1 LES CHIFFRES CLÉS

### DONNÉES FORMATION

**45** entreprises ont investi dans la formation de leurs salariés avec le soutien financier du Forco, soit un taux de recours de **22 %** (Nombre d'entreprises ayant bénéficié d'un financement par le Forco / Nombre d'entreprises adhérentes au Forco).

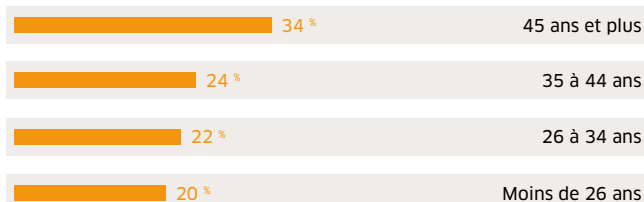
**3 032** stagiaires ont bénéficié d'une action de formation financée par le Forco, tous dispositifs confondus y compris les versements volontaires des entreprises employant 300 salariés et plus, ce qui représente **452 902** heures de formation.

### TYPOLOGIE DES BÉNÉFICIAIRES

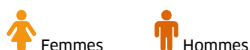
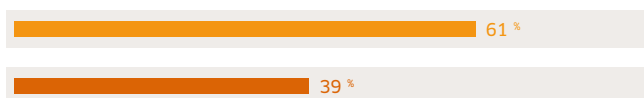
#### Répartition des bénéficiaires selon le statut professionnel (hors contrats pro)



#### Répartition des bénéficiaires selon l'âge



#### Répartition des bénéficiaires selon le sexe



### DONNÉES FINANCIÈRES

**3 898 893 €\*** ont été versés par les entreprises de la branche au titre de la contribution légale hors CIF et contribution FPSPP.

Le financement des actions de formation par le Forco s'élève à **7 410 535 €** réparti ainsi :

\* Collecte 2018 sur la masse salariale annuelle brute 2017, arrêtée au 30/06/18

#### Répartition du financement par dispositif



\*\* dont abondement 58 567 €.

**190 %** de taux d'utilisation\*\*\* des ressources financières à disposition de la branche grâce à la mobilisation de co-financements extérieurs et à l'accès à la mutualisation interbranches de l'OPCA.

\*\*\* Sommes engagées/montant des contributions légales des entreprises de la branche.

### LE PILOTAGE

Le Forco a accompagné les partenaires sociaux de la branche dans le pilotage et le suivi de ses fonds de formation au titre des dispositifs professionnalisation, CPF et plan de formation.

Un reporting quantitatif et qualitatif, permettant de guider la branche dans la définition de ses priorités de formations et ses critères de prise en charge, a été présenté par le Forco à l'occasion de 5 réunions de Section paritaire professionnelle (SPP) étalées tout au long de l'année.

Pour rappel, la SPP est composée des représentants des employeurs et des salariés de la branche. Elle propose au Conseil d'administration du Forco (qui valide ensuite) ses priorités de formation, ainsi que ses choix d'affectation des fonds libres de la taxe d'apprentissage.

## 2 LA FORMATION ET SES BÉNÉFICIAIRES

### LES FORMATIONS D'ACCÈS AUX MÉTIERS

**910** stagiaires ont bénéficié d'une formation permettant d'accéder aux métiers de la branche.

#### ▶ LE CONTRAT DE PROFESSIONNALISATION

**509** contrats de professionnalisation conclus par **24** entreprises, soit une progression de 3 % par rapport à 2016.

##### Cursus visés

**91%** Diplômes, Titres professionnels

Le BTS Management des Unités Commerciales est le plus mobilisé.

**9%** Classification de la CCN de la branche

La classification Vendeur Débutant est la plus mobilisée.

#### ▶ LE CONTRAT D'APPRENTISSAGE

**297** contrats d'apprentissage conclus, soit une baisse de 8 % par rapport à 2016.

Le BTS Management des Unités Commerciales est le plus mobilisé.

#### ▶ LA PRÉPARATION OPÉRATIONNELLE À L'EMPLOI (POE)

**25** demandeurs d'emploi ont bénéficié de **2 908** heures de formation dans le cadre de la POEI (Préparation opérationnelle à l'emploi individuelle).

**79** demandeurs d'emploi ont bénéficié de **12 814** heures de formation dans le cadre de la POEC (Préparation opérationnelle à l'emploi collective).

### LES FORMATIONS DES SALARIÉS

**2 495** stagiaires des entreprises de la branche ont bénéficié d'une formation, soit une progression de 26 % de stagiaires formés par rapport à 2016.

#### ▶ LA PÉRIODE DE PROFESSIONNALISATION

**1 759** stagiaires issus de **27** entreprises ont été formés, pour un total de **63 900** heures de formation, soit une progression de 14 % par rapport à 2016.

##### Cursus visés

**79%** Certifications inscrites à l'inventaire

La certification Sauveteur Secouriste du Travail est la plus mobilisée.

**17%** Classification de la CCN de la branche

Les classifications liées aux missions managériales sont les plus mobilisées.

**4%** Diplômes ou Titres professionnels.

Le Titre professionnel Manager d'univers marchand est le plus mobilisé.

#### ▶ LE COMPTE PERSONNEL DE FORMATION (CPF)

**15** entreprises ont accompagné le projet CPF de **252** stagiaires pour un total de **11 798** heures de formation, dont **1 047** heures abondées par la branche, soit une progression de 19 % de salariés formés par rapport à 2016.

**169** stagiaires ont mobilisé leur CPF, sans accompagnement de leur entreprise, pour un total de **12 888** heures de formation, dont **743** heures abondées par le Forco, soit une progression de 109 % de salariés formés par rapport à 2016.

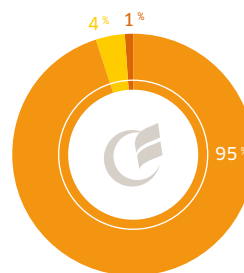
Dans les deux cas, la thématique « Langues vivantes » est la plus sollicitée.

#### ▶ LE PLAN DE FORMATION OBLIGATOIRE

(Entreprises employant moins de 300 salariés uniquement)

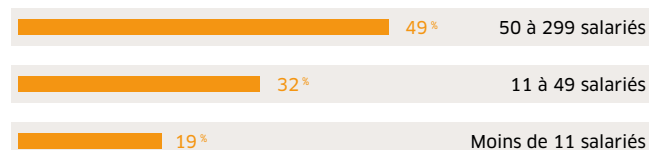
**232** stagiaires ont bénéficié d'une formation, soit une progression de 80 % de salariés formés par rapport à 2016.

##### Répartition des stagiaires selon l'offre de services Forco



- Stagiaires ayant bénéficié d'une action de formation dans le cadre de Compétences +, dispositif d'accompagnement du Forco des projets d'entreprise
- Stagiaires ayant bénéficié d'une action de formation financée par le Forco dans le cadre du plan de formation
- Stagiaires ayant bénéficié d'une action de formation via la plateforme ForcoFil, une offre de formation à tarifs négociés par le Forco

##### Répartition des stagiaires selon la taille de l'entreprise



#### ▶ LA FORMATION DE TUTEUR

**82** stagiaires issus de **4** entreprises ont bénéficié d'une formation au tutorat financée par le Forco pour un total de **574** heures, soit une progression de 310 % du nombre de stagiaires par rapport à 2016.

#### ▶ LE CONTRAT DE SÉCURISATION PROFESSIONNELLE

**1** stagiaire a bénéficié du dispositif Contrat de Sécurisation Professionnelle, soit une diminution de 88 % du nombre de stagiaires par rapport à 2016.



7 études ont été réalisées pour le compte de la branche des Grands Magasins et Magasins Populaires par l'Observatoire prospectif du Commerce.

## LES ÉTUDES DE BRANCHE

### ► PANORAMA GRANDS MAGASINS ET MAGASINS POPULAIRES 2018

- > 5 enseignes couvrent 98 % des effectifs de la branche.
- > Des effectifs qui connaissent une évolution à la hausse (+2 %).
- > Un âge moyen de 39 ans. 20 % des salariés ont moins de 26 ans et 28 % ont 50 ans ou plus.
- > Une ancienneté moyenne de 12 ans.

### ► TURN-OVER DANS LES ENTREPRISES

- > L'activité des Grands Magasins et Magasins Populaires, fluctuante sur l'année, implique un turn-over et donc un recours aux CDD. Certaines périodes (semaines de soldes et d'opérations commerciales...) représentent un fort enjeu commercial pour les entreprises qui doivent répondre à la forte affluence des clients et des commandes.
- > Si le turn-over est également caractéristique d'un secteur dynamique dans lequel les salariés, plus jeunes que la moyenne, sont acteurs de leur parcours professionnel il a un impact financier non négligeable pour les entreprises : dispersion des compétences, investissements en intégration et en formation perdus.

### ► LES MÉTIERS EN TENSION

- > En comparant l'offre et la demande d'emploi, les entreprises des Grands Magasins et Magasins Populaires n'ont pas de métiers en tension.
- > En revanche, elles rencontrent des difficultés à attirer ou à recruter pour certains métiers, certains profils ou sur certains territoires, notamment pour les métiers de bouche.

### ► MESURE D'IMAGE ET D'ATTRACTIVITÉ DES MÉTIERS

- > Les jeunes en cours de formation et d'orientation ont, pour leur grande majorité, une idée de ce qu'ils souhaitent faire ; 1 sur 10 envisage de travailler dans le secteur du commerce et de la vente.
- > Les ¾ s'informent sur internet, notamment sur le site de l'ONISEP qui reste un incontournable.
- > Ils attendent prioritairement... du concret : des informations sur la réalité des métiers et les voies pour y accéder par le biais de vidéos, de tchats pour échanger avec des professionnels des métiers, ou encore des visites d'entreprises et des stages.
- > L'image qu'ils ont des métiers du commerce des Grands Magasins et Magasins Populaires est positive (environ 1 jeune sur 4 se voit y travailler) mais circonscrite aux magasins.

Synthèse de l'étude : [https://www.forco.org/media/2314/habt-gm-mp\\_mesure\\_d\\_image\\_def.pdf](https://www.forco.org/media/2314/habt-gm-mp_mesure_d_image_def.pdf)

## LES ÉTUDES INTERBRANCHES

Dans le cadre de l'EDEC Commerce (Engagement de développement de l'emploi et des compétences) :

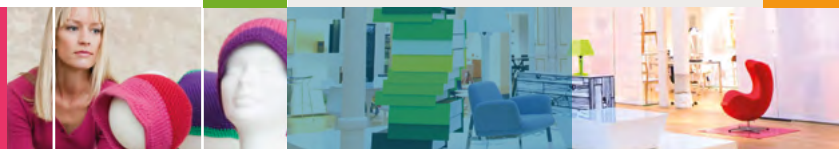
### ► LES MÉTIERS DU WEB ET DU NUMÉRIQUE DANS LES ENTREPRISES DU COMMERCE

- > Si on n'assiste pas à une disparition in extenso de métiers mais plutôt à leur évolution, le digital accélère le passage d'une logique métiers à une logique compétences (effet de la spécialisation, d'adaptation et émergence d'une compétence stratégique : la data). Ainsi, pour les métiers du web et du digital, plus de quarante compétences ont été identifiées (Brand content, Data, Digitalisation du contenu, Expérience client...).
- > Si certains métiers requièrent des compétences pointues et rares, d'autres nécessitent la maîtrise d'un socle de soft-skills. Ces évolutions rapides imposent aux entreprises de revoir leurs organisations dans leur globalité et particulièrement leurs politiques de gestion des ressources humaines, notamment en termes de stratégie de recrutement et de parcours de formation.
- > Pour les aider à relever ces défis, l'étude met à leur disposition pas moins de 29 fiches métiers.

### ► L'IMPACT DU DIGITAL ET DU NUMÉRIQUE SUR LES MÉTIERS ET LES ORGANISATIONS

- > La transition digitale implique pour les entreprises une triple adaptation : à la maturité et au niveau de généralisation des outils digitaux, aux pratiques digitales des consommateurs, aux compétences des salariés et à l'organisation du travail.
- > Les tâches comme l'encaissement, l'inventaire, la mise en rayon sont réduites ou optimisées pour se concentrer autour du client et des produits (story telling par exemple).
- > Les responsables de magasin sont amenés à développer leur rôle d'animation pour accompagner l'adoption des nouvelles ressources digitales et leur bonne utilisation.
- > L'étude met à disposition des entreprises un guide les aidant à passer vers l'excellence opérationnelle.

# VOLET ÉTUDES



Dans le cadre d'un partenariat avec l'Agefiph (Association de gestion du fonds pour l'insertion professionnelle des personnes handicapées) :

## ► ÉTUDE INTERBRANCHES HANDICAP

- > Des entreprises engagées : existence d'accords handicap (61 % des établissements assujettis en 2016), des actions en interne sur la thématique handicap au travail.
- > Des bonnes pratiques en matière de :
  - communication/sensibilisation : journée Handi-engagée, actions d'information sur la RQTH, des campagnes de sensibilisation en direction des managers...
  - maintien dans l'emploi : bilan professionnel à destination de personnes en situation de handicap, dispositifs via la mutuelle qui aident, préparent le retour à l'emploi.

## LA VEILLE PROSPECTIVE

Dans le cadre du partenariat entre l'Observatoire prospectif du Commerce et l'Obsoco, neuf thématiques sur les grandes tendances d'évolution du commerce ont été analysées et mises à la disposition des partenaires sociaux du Commerce et de la Distribution en 2017.

- > La convergence du digital et du physique : mutation structurelle du commerce.
- > L'impact de l'économie « on-demand » sur le commerce.
- > Le commerce conversationnel.
- > Le modèle du commerce est en pleine mutation : le fil rouge de l'emploi.
- > Comment intégrer les nouvelles compétences et qualifications nécessaires à l'adaptation aux mutations du commerce ?
- > Commerce durable : responsabilité, écologie et viabilité économique.
- > L'innovation dans le commerce.
- > Plateformisation du commerce : désintermédiation ou réintermédiation ?
- > Les mutations du magasin physique.

Un rendez-vous prospectif a été organisé le 11 octobre 2017, avec l'intervention d'Olivier BADOT, Expert en prospective du commerce et de la distribution, sur le thème « Quelle consommation et quel commerce demain - la logistique 4.0 ».

## L'OBSERVATOIRE PROSPECTIF DU COMMERCE A POUR MISSION :



de réaliser un état des lieux quantitatif des emplois, des qualifications et de la formation.



de contribuer à adapter l'offre de formation et à faire évoluer l'offre de certification.



d'assurer une veille sur l'évolution des métiers, des qualifications et détecter les métiers en tension ou émergents.

# VOLET ACCOMPAGNEMENT CERTIFICATION

Le service « certification » accompagne les branches professionnelles dans leur politique « emploi-formation-certification » à travers quatre grands axes :

- > du conseil,
- > de l'ingénierie de certification,
- > un appui technique,
- > la mise en œuvre des certifications.