

2022

Rapport
d'activité

Anticipation
Certifications
et **Promotion**
des métiers

Promotion des métiers : en avant toute !

Les 20 branches professionnelles du commerce réunies au sein de l'Opcommerce sont fortement intégratrices puisqu'un jeune sur 4 débute sa vie professionnelle dans le commerce. Dans un contexte de tension sur le marché du travail, de transformation des métiers et des compétences, la promotion des métiers constitue un enjeu majeur pour les entreprises du commerce.

- ▶ Enjeu d'intégration de nouvelles compétences en raison de l'impact de la transformation numérique et de la transition écologique sur les entreprises, les organisations et les métiers.
- ▶ Enjeu d'attractivité des métiers à travers la diversité des postes et des activités proposées dans le commerce.
- ▶ Enjeu de fidélisation à travers les opportunités de parcours professionnels envisageables dans les entreprises du commerce.
- ▶ Enjeu de développement de l'alternance pour inciter les jeunes à s'orienter vers cette voie de formation qui combine acquisition de connaissances et expérience professionnelle.

Les différents travaux initiés dans le cadre de l'Observatoire prospectif du commerce en 2022 reflètent cette volonté des partenaires sociaux de faire de la promotion des métiers un axe prioritaire de leur action dans les années à venir.

LES CHIFFRES CLÉS

3
études
interbranches

28
travaux
de branches

14
projets « Promotion
des métiers »

24
accompagnements
certifications

5
veilles
prospectives

Les études Inter-branches

1. PERSPECTIVES COMMERCE : UN OUTIL DE GESTION DES EMPLOIS ET DES COMPÉTENCES

Créé dans le cadre de l'EDEC Eco-Pro prospective 2020-2022 signé avec l'Etat, le portail prospectif du commerce « Perspectives commerce » est une plateforme digitale de data visualisation qui rassemble sur un seul site des données, tant quantitatives que qualitatives, sur la transformation des métiers, l'évolution des compétences, les perspectives d'emploi et les parcours de formation proposés dans le commerce.

Le portail Perspectives commerce a été mis en ligne le 20 janvier 2022.

Les trois objectifs de Perspectives commerce

- 1 - Faciliter la compréhension et l'appropriation des données, en les présentant sous la forme de graphiques (diagrammes, camemberts, cartes, etc.).
- 2 - Proposer un outil d'aide à la décision pour un pilotage opérationnel des emplois et des compétences.
- 3 - Mettre ces informations à la disposition de l'ensemble des acteurs du commerce.



LES ENJEUX DU PORTAIL PROSPECTIF

> Comprendre la situation et la dynamique des emplois et compétences des métiers du commerce

Découvrez les métiers du commerce et les compétences associées, la situation de l'emploi par métier en région, et les perspectives de recrutement.

> Comprendre les tendances d'évolution

Découvrez les tendances d'évolution du commerce sur l'emploi et les compétences.

> Anticiper les actions nécessaires

Disposez de tous les outils RH pour alimenter votre Gestion des Emplois et des Parcours Professionnels si vous êtes une entreprise ou une institution, pour vous guider dans vos choix emploi/formation si vous êtes un particulier.



Accédez au portail prospectif du commerce :

<https://www.perspectivescommerce.com/>

Les sources de données internes et externes de Perspectives commerce

Pour construire des indicateurs clés pertinents, le portail collecte et agrège de multiples sources de données internes et externes, parmi lesquelles : l'Observatoire prospectif du commerce, les observatoires des 20 branches professionnelles du commerce, l'INSEE, Pôle Emploi.

Un explorateur de données pour dresser un portrait du secteur du commerce

Le portail propose plusieurs outils innovants pour aider les utilisateurs dans leurs recherches, leur prise de décision et les actions susceptibles d'être mises en place. Un explorateur de données permet de dresser un portrait du secteur en quatre dimensions : les données chiffrées, les métiers, les études, les certifications.

Par ailleurs, un outil dédié à la mobilité professionnelle permet d'identifier les passerelles entre deux métiers et d'évaluer les écarts pour passer de l'un à l'autre.

Parcours utilisateurs

- Le portail propose cinq parcours utilisateurs : Entreprises, Branches, Partenaires, Institutionnels et Particuliers.
- On y trouve des données sur l'alternance, une cartographie des formations certifiantes, un module mobilité, 160 fiches emplois détaillées. Le portail permet également de localiser les offres d'emplois par région ou par zone.
- D'autres fonctionnalités viendront également enrichir le portail d'ici à la fin de l'année 2023, parmi lesquelles :
 - Un simulateur qui permettra de visualiser les conséquences des transitions écologique et numérique sur les emplois, les compétences et les formations, à horizon de 4 ans.
 - Un moteur de recherche par mots-clés pour accéder encore plus rapidement à l'information recherchée (métiers, certifications, études).

2. ZOOM ONISEP DES MÉTIERS DU COMMERCE ET DE LA VENTE

Le Zoom Onisep rassemble les portraits de 20 professionnels du secteur du commerce qui ont deux principaux objectifs :

- Permettre aux jeunes en parcours d'orientation professionnelle de découvrir les métiers du commerce et de la vente.
- Offrir une visibilité sur les évolutions de ces métiers, les débouchés et les parcours de formation.



3. LES GÉNÉRATIONS Z

Les branches professionnelles du commerce ont un enjeu commun de promotion des métiers et d'attractivité de leurs métiers auprès des jeunes. Actuellement, près de 45% des salariés du commerce ont moins de 35 ans.

Une étude interbranches pilotée par l'Observatoire prospectif du commerce et portant sur les canaux de communication a montré que les recherches d'informations portant sur l'orientation, le projet professionnel ne sont pas aisées. Les jeunes qui ont un intérêt pour les métiers du commerce ont des difficultés dans leur recherche d'informations sur leur orientation professionnelle. Ainsi, les métiers du commerce, et leur diversité, intéressent les jeunes mais demeurent encore parfois mal connus de ces derniers.

Pour autant, la politique d'insertion dans l'emploi par la voie de l'appren-

tissage est en plein essor, plus de 80 000 nouveaux contrats en 2021 (+75% en une année). On estime également que d'ici 2030, le secteur accueillera davantage de jeunes débutants *via* les métiers de vendeurs et attachés commerciaux (rapport « Les métiers en 2030 » de France Stratégie, 2022). De forts besoins en recrutement sont donc anticipés.

Fort de ces constats, l'enjeu pour les entreprises et les branches professionnelles du commerce est d'attirer et de fidéliser les jeunes, dans un contexte de profonde modification du rapport au travail : conscience environnementale, désir de flexibilité, équilibre entre vie personnelle/vie professionnelle, recherche de sens...

Les branches du commerce ont donc souhaité mener une étude sur les Générations Z* : **leurs aspirations, leurs attentes, comment les recruter et les fidéliser dans le commerce, et quels modèles d'entreprises pour les attirer ?**

Les jeunes rencontrés constatent que le monde professionnel a largement évolué. Pour eux, le fait majeur tient avant tout dans une plus grande flexibilité : celle du temps (horaires moins rigides), du lieu (montée en puissance du télétravail) et des relations hiérarchiques (relations plus horizontales, moins pyramidales). Au-delà du simple constat, cette flexibilité tous azimuts représente une aspiration majeure pour leur avenir professionnel.

Par contraste, la vision d'un monde du travail plus digital et plus conscient (face aux enjeux écologiques en particulier) s'inscrit moins directement dans le socle d'attentes des jeunes du commerce.

En toile de fond, le modèle entrepreneurial s'avère très présent dans leur imaginaire, mais dans les faits, et sous l'effet d'un contexte de crise économique prégnant, une majorité de jeunes interrogés aspire à la sécurité par l'obtention d'un CDI.

Pour les jeunes rencontrés, les métiers du commerce et de la vente se montrent profondément attractifs. Il s'agit de métiers passions, où tous les secteurs, tous les centres d'intérêt (ou presque) se trouvent représentés, et offrant de réelles opportunités d'évolution. Le relationnel, la performance et l'expertise produit sont au cœur de l'attraction générée par ces métiers.

Quatre grandes attentes se sont exprimées pour que les métiers du commerce et de la vente accroissent demain, leur attractivité :

1 - Des conditions de travail plus flexibles, des horaires adaptables et conciliables avec la vie privée.

2 - Des relations hiérarchiques plus horizontales, garantes d'une plus grande autonomie, et une part de missions en télétravail.

3 - Des garanties de bien-être au travail ancré dans l'esprit d'équipe et les moments de détente.

4 - Une approche de la performance, vécue sur le mode du challenge, mais non de la contrainte.

La demande d'utilité sociale à travers des missions d'engagement au sein des entreprises est un axe de communication possible. Dans ce cadre, la RSE semble être un levier porteur notamment chez les étudiants, lesquels pourront choisir aussi leur futur employeur à l'aune de ce critère.

Les critères déterminants du travail sont pour eux le travail dans un cadre agréable (**61%**), la rémunération élevée (**53%**) et l'autonomie (**52%**). La quête de sens, premier critère auprès de l'ensemble des jeunes, arrive en 5^{ème} position chez les jeunes du commerce.

55% de l'ensemble des jeunes ont une bonne image du secteur du commerce, une image qui s'améliore au regard des plus jeunes ; en effet **65%** des 17-20 ans ont une bonne image du commerce. Des actions sont à mener plus spécifiquement auprès de cette cible qui pourrait représenter un important vivier de talent pour le secteur.

65%
des 17-20 ans
ont une bonne image
du commerce



* GÉNÉRATIONS Z :

Personnes nées entre 1995 et 2005, aussi appelées « Digital Native » car ils ont grandi dans un environnement numérique.

17
Panoramas
de branches

11
Travaux /
Études
thématiques



**LES PLUS
POUR
LES BRANCHES**

- > Des données sociales fines et actualisées tous les ans.
- > Des données plus récentes que la statistique publique.

Les études de Branches

Tous les ans, l'Observatoire prospectif du commerce réalise une étude, le Panorama de branche, qui recense l'ensemble des indicateurs économiques, sociaux et de la formation de l'année écoulée pour chaque branche professionnelle.



Commerces de Détail non alimentaires

► Panorama emplois-certifications

Dans le cadre sa politique emploi-formation, la branche a souhaité réaliser **un panorama des emplois, compétences et certifications**, qui identifie 49 emplois présents au sein de la branche, les compétences associées, et met en regard les certifications permettant d'occuper ces emplois.

► Diagnostic sur l'égalité F/H

L'égalité professionnelle et salariale entre les femmes et les hommes au sein des entreprises constitue une thématique importante pour les partenaires sociaux de la branche, compte-tenu notamment de la structure par genre des effectifs salariés (61 % de femmes en 2020). La branche a donc souhaité établir **un diagnostic complet** sur le sujet, qui viendra compléter les données statistiques déjà disponibles.

► Besoins en compétences du secteur Presse et jeux de hasard ou de pronostics

Afin de permettre à la CPNEFP de soutenir une politique emploi-formation en adéquation avec les besoins d'adaptation des entreprises et des compétences des salariés, la branche a souhaité faire réaliser **une étude de besoins en compétences** pour le secteur Presse et jeux de hasard ou de pronostics (élargissement du champ d'application de la CCN des Commerces de Détail Non Alimentaires aux commerçants de presse et de jeux de hasard ou pronostics par avenant du 6 mai 2020 étendu le 17 septembre 2021 pour une application au 1^{er} décembre 2021), afin d'identifier les compétences à renforcer et les emplois concernés, ainsi que les compétences émergentes dans les 4-5 années à venir.



Entreprises de distribution, importation, exportation en chaussures, jouets, textiles et mercerie

► Réalisation de 12 fiches emplois

Dans le cadre de la rédaction de sa cartographie emplois-compétences la branche a réalisé 12 fiches emplois en 2022. Ce travail se poursuit avec en prévision la rédaction de 30 fiches emplois supplémentaires.



Import-export et Commerce International

► Cartographie des emplois

Dans le cadre de leur politique emploi-formation, les partenaires sociaux de la branche ont souhaité réaliser une cartographie des emplois et des compétences.

70 fiches emplois détaillant les activités, les compétences et les certifications permettant d'occuper ces emplois ont été rédigées. Elles sont accessibles sur Perspectives commerce.



Optique-lunetterie de détail

► Fiche emploi Opticien-lunetier

La branche a souhaité se doter d'une fiche emploi à jour détaillant l'ensemble des activités et compétences relevant de l'exercice de l'emploi d'opticien-lunetier. Cette fiche, dont la réalisation a été conduite par l'Opcommerce, se fonde sur des entretiens avec des professionnels, enrichis des travaux de réflexion du groupe de travail de la branche.



Commerce à prédominance alimentaire (détail et gros)

► Films sur les métiers en tension

► Outils de promotion des métiers

► Outils de communication sur l'EDEC



L'accompagnement Certifications



Commerces de détail non alimentaires

► Cartographie « emplois-compétences-certifications »

Relecture et amendement des fiches « emplois-compétences-certifications ».



Commerce à prédominance alimentaire (détail et gros)

► Administration et Gestion des certifications

Accompagnement pour la réalisation et le déploiement d'une plate-forme de gestion des certifications en remplacement de e-certif ; participation à la rédaction du cahier des charges, à la sélection du prestataire, au lancement et suivi des travaux dans le cadre du GIE Data dock.



Commerce de détail alimentaire non spécialisé

► **Accompagnement** pour solliciter la branche du Commerce à prédominance alimentaire (détail et gros) afin de mettre en œuvre 8 de leur CQP dans le cadre d'une démarche de co-certification.

► **Engagement de travaux de réflexion**, pour la création d'une certification ou la contextualisation de formations portant sur des certifications déjà existantes, autour de la vente de produits bio.

► **Accompagnement** pour l'accrochage des données des organismes certificateurs auprès de la Caisse des Dépôts et Consignation.



Commerces et services de l'audiovisuel, de l'électronique et de l'équipement ménager

► CQP « Technicien réparateur en électroménager et multimédia »

Pilotage des travaux de création de la certification et des outils de mise en oeuvre.

► **Accompagnement** pour l'accrochage des données des organismes certificateurs auprès de la Caisse des Dépôts et Consignation.



Grands magasins et Magasins populaires

► Fiches emplois parcours-professionnels

Démarrage du projet de déclinaison de la cartographie de la branche en fiches emplois parcours-professionnels. Il s'agit de l'élaboration d'outils à destination des entreprises, des salariés et de toutes personnes intéressées par le secteur. C'est également un outil permettant de construire un parcours de formation certifiant adapté à chacun et à chaque emploi et de connaître les sources de prise en charge.

Dans un premier temps, ce travail se focalise sur les emplois de la filière Vente & Relations client.



Négoce de l'ameublement

► CQP « Concepteur/ vendeur de cuisines et aménagement intérieur », « Installateur de cuisine et aménagement intérieur » et « Chef des ventes en magasin de cuisine et aménagement intérieur »

Lancement et pilotage des travaux de rénovation.

► CQP « Vendeur conseil en équipement du foyer »

Rénovation des référentiels d'activités, de compétences et d'évaluation de la certification, renommée « Vendeur conseil en aménagement et décoration de la maison » ; participation aux journées d'information des organismes de formation habilités pour la prise en main des nouveaux référentiels.

► Certification « Décoration de cuisines et aménagement intérieur »

Pilotage de l'étude d'opportunité conduisant au non renouvellement de sa demande d'inscription au répertoire spécifique.

► **Accompagnement** de la branche pour l'accrochage des données des organismes certificateurs auprès de la Caisse des Dépôts et Consignation.



Bricolage

► Cartographie « emplois-compétences-certifications »

Suivi et accompagnement des travaux de conception de la cartographie « emplois-compétences-certifications » et de la rédaction des fiches emplois.





Entreprises de la filière sports-loisirs

- ▶ **Titre technicien-vendeur cycles : actualisation des référentiels d'activités, de compétences et d'évaluation**

Réalisation et dépôt du dossier auprès de France compétences pour l'enregistrement au RNCP ; accompagnement de la branche pour la mise en œuvre de la certification.

- ▶ **Cartographies « emplois-compétences-certifications »**

Définition des périmètres des cartographies (domaines d'activités et emplois recensés) et lancement des travaux de rédaction des fiches emplois.

- ▶ **Accompagnement** de la branche pour l'accrochage des données des organismes certificateurs auprès de la Caisse des Dépôts et Consignation.



Entreprises de distribution, importation, exportation en chaussures, jouets, textiles et mercerie

- ▶ **Cartographies « emplois-compétences-certifications »**

Accompagnement pour la définition du périmètre de la cartographie (domaines d'activités et emplois recensés) et pour la rédaction des fiches emplois « emplois-compétences-certifications ».

- ▶ **Accompagnement** pour le déploiement et la mise en œuvre du CQPI Agent Logistique.



Métiers du commerce de détail alimentaire spécialisé

- ▶ **Lancement et pilotage de l'étude** d'opportunité pour l'actualisation et le renouvellement des certifications de branche.

- ▶ **Accompagnement de la branche** pour l'accrochage des données des organismes certificateurs auprès de la Caisse des Dépôts et Consignation.



Professions de la photographie

- ▶ **Lancement et pilotage d'une étude** sur l'évolution des activités et des emplois afin d'analyser la pertinence de l'offre de formation certifiante au regard des besoins en compétences du secteur.





Import-Export et Commerce international

► Cartographie « emplois-compétences-certifications »

Rédaction des fiches emplois concernant les domaines d'activités stratégiques des entreprises du secteur pour leur intégration sur le portail Perspectives commerce.

► Titre « Conseiller Technique Clientèle en agroéquipement »

Actualisation des référentiels et des outils de mise en œuvre de la certification au regard des exigences de France compétences ; dépôt du dossier pour demander son enregistrement au RNCP.

► Technicien SAV itinérant Domaine Médical

Animation de groupes de travail pour le recueil des besoins des entreprises du secteur ; identification de la licence professionnelle « Maintenance et technologie : technologie médicale et biomédicale » comme solution certifiante adaptée ; sollicitations et démarches auprès des services du ministère de l'enseignement, de la recherche et de l'innovation pour engager des travaux afin d'entamer une réflexion pour intégrer dans ce parcours les compétences nécessaires à l'itinérance en milieu médical.

► **Accompagnement** de la branche pour l'accrochage des données des organismes certificateurs auprès de la Caisse des Dépôts et Consignation.



EDEC Eco-prospective commerce

Dans le cadre de la fiche EDEC portant sur l'ingénierie de formation et pédagogique suivie par 14 branches professionnelles (Commerce à prédominance alimentaire [détail et gros] ; Commerces et services de l'audiovisuel, de l'électronique et de l'équipement ménager ; Commerce à distance ; Entreprises de la filière sports-loisirs ; Jardinerie et graineteries ; Bricolage ; Métiers du commerce de détail alimentaire spécialisé ; Commerce succursaliste de l'habillement ; Entreprises de distribution, importation / exportation en chaussures, jouets, textiles et mercerie ; Commerce succursaliste de la chaussure ; Commerces de détail non alimentaires ; Commerce de détail de l'horlogerie-bijouterie ; Commerce de détail alimentaire non spécialisé ; Grands magasins et Magasins populaires) :

► **Pilotage des travaux** pour la création d'une base de données recensant les certifications et les formations qualifiantes qui répondent, en tout ou partie, aux besoins en compétences et connaissances relatifs aux impacts de la transition écologique sur les métiers.

► **Lancement des travaux** pour l'élaboration d'un référentiel d'activités et de compétences portant sur la fonction de Responsable de l'Economie Circulaire.

La promotion des Métiers



Jardineries et graineteries

- *Planches d'illustrations* sur les emplois et les métiers de la branche.
- *Réalisation par un influenceur d'outils de promotions* des métiers de la branche pour les réseaux sociaux.
- *Réalisation de vidéos* : 2 vidéos métiers et une fiction courte à destination des réseaux sociaux.



Bricolage

- *Réalisation de 5 vidéos pour la promotion des métiers de la branche*



Commerce à distance

- *Mise en place d'une stratégie de communication* pour recruter plus et mieux dans les entreprises de la branche.



Métiers du commerce de détail alimentaire spécialisé


- *Réalisation de 3 vidéos pour la promotion des métiers de la branche*

Les 3 vidéos sont finalisées et diffusées sur le compte YouTube de l'Opcommerce, ainsi que sur le site de Walt :


• Nicolas, primeur

 <https://youtu.be/KT7NyJacXhM>

• Alexandre, fromager

 https://youtu.be/AD_kiM0AoLs

• Jonathan, caviste

 https://youtu.be/9c1MMbQEV_o



Entreprises de la filière sports-loisirs

► 5 vidéos de parcours professionnels

Filmer des profils atypiques plus que des métiers. L'objectif étant de mettre en exergue toute la diversité des trajectoires professionnelles possibles dans la branche.

- David – Responsable commercial
- Fabien – Directeur d'exploitation
- François Xavier – Dirigeant de magasin
- Pauline – Facility Manager
- Virgile – Responsable salle de sports

<https://walt-commerce.fr/temoignages/>

► Vidéos au format court

Il s'agit de valoriser les métiers du cycle et du ski, notamment au regard de la problématique de la saisonnalité, sous format de vidéos courtes et dynamiques adaptées à une diffusion via les réseaux sociaux (Tik Tok, Instagram...). 2 vidéos ont été réalisées dans le cadre de la promotion du métier de technicien-cycle sur les réseaux sociaux via un partenariat avec deux influenceurs dans le monde du cycle et une vidéo en partenariat avec Savoie Mont-Blanc relative à la promotion du métier de Skiman.

Ces vidéos ont été publiées et sont disponibles sur les réseaux sociaux des influenceurs, de l'agence Savoie Mont-Blanc, ainsi que sur le site internet de l'Union Sport & Cycle.

La 1^{ère} vidéo a été vue par plus de 60 000 personnes

<https://www.tiktok.com/@aurelienfontenoy/video/7178911745971391749>

La 2^{ème} vidéo a été vue par plus de 7 000 personnes

<https://www.tiktok.com/@soidri.bikelife/video/7178475349997636869>

Les vidéos ont été réalisées en partenariat avec Savoie Mont-Blanc.



Commerce de détail alimentaire non spécialisé

► Réalisation de 2 vidéos pour la promotion des métiers de la branche

Les 2 vidéos sont finalisées et diffusées sur le compte YouTube de l'Opcommerce, ainsi que sur le site de Walt :

- Laurie, vendeuse en produits biologiques.

www.youtube.com/watch?v=TRbaW9IXtm8

- Nabiah, employée de commerce.

www.youtube.com/watch?v=CMtR9Gu4kjM





Négoce de l'ameublement

► *Réalisation de 3 vidéos métiers :*

- Concepteur vendeur de cuisine
- Chef de rayon
- Vendeur

► *Dans le cadre de sa stratégie de promotion des métiers,* la branche a souhaité être accompagnée dans la définition et la mise en œuvre d'un plan de communication digitale : campagne de promotion et développement des médias et outils web associés, valorisation des 3 vidéos métiers réalisées.



Commerces et services de l'audiovisuel, de l'électronique et de l'équipement ménager

► *Dans le cadre de sa stratégie de promotion des métiers,* la branche a souhaité être accompagnée dans la définition et la mise en œuvre d'un plan de communication digitale : campagne de promotion et développement des médias et outils web associés.



Commerces de Détail Non Alimentaires

► *Réalisation de 8 vidéos métiers mettant en avant les métiers de la vente pour les secteurs :* Maroquinerie, Équipement du foyer, Instruments de musique, VAPE, Presse-Tabac, Galerie d'art, Antiquités, Brocante.



Entreprises du bureau et du numérique (commerces et services)

► *Dans le cadre de sa stratégie de promotion des métiers,* la branche a souhaité être accompagnée pour définir un plan de communication digitale :

- Benchmark concurrence/écoute sociale.
- Diagnostic posant les attentes des cibles, le marché, l'ADN de la branche.
- Stratégie créative et définition du plan d'actions sous la forme d'une recommandation détaillée.
- Création d'un concept de campagne.

► *Suite à cet accompagnement,* la branche a lancé la production de contenus de communication :

- Une page d'atterrissage



www.missionspeciale.fr

- Deux motions design sur les métiers de commercial IT et technicien de maintenance informatique.
- Un kit de communication pour les entreprises : affiche métiers, scripts et visuels pour poster des messages sur les réseaux sociaux.





Import-export et Commerce international

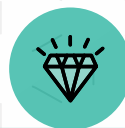
► Dans le cadre de sa stratégie de promotion des métiers, la branche a lancé la réalisation de 8 vidéos métiers, au format court et long soit 16 livrables :

- Technicien support technique.
- Technicien support cybersécurité.
- Technicien médical.
- Technicien support hydraulique.
- Ingénieur commercial.
- Graphiste produits.
- Expert affaires réglementaires.
- Coordinateur formation technique.
- Une vidéo medley sur les métiers du SAV a également été réalisée.

Les vidéos sont à découvrir sur le site de la branche



www.ccnie.org/decouvrez-nos-metiers



Commerce de détail de l'horlogerie-bijouterie

► Dans le cadre de sa stratégie de promotion des métiers, la branche a lancé la réalisation de 6 vidéos métiers, au format court et long, soit 12 livrables.

► Afin de médiatiser les vidéos produites, la branche a souhaité s'appuyer sur les réseaux sociaux de Walt Community. Les vidéos ont été diffusées sur les réseaux sociaux (Instagram, Tik Tok et Facebook), avec plus de 16 000 vues pour Benjamin, horloger.

► Un article sur Walt Commerce, plateforme de promotion de l'alternance, a également été publié.



<https://walt-commerce.fr/article/metiers-de-lhorlogerie-bijouterie-un-secteur-intemporel/>



<https://www.youtube.com/watch?v=qaXvfmZNwo&list=PLti5KrWOSofJ7eQBBeBThsMtDbpvrPxvdb>



Professions de la photographie

► Dans le cadre de sa stratégie de promotion des métiers, la branche a lancé la réalisation de 2 vidéos métiers, opératrice de production et photographe / laborantine.

► Un article sur Walt Commerce, plateforme de promotion de l'alternance, a été publié.



<https://walt-commerce.fr/article/les-metiers-de-la-photographie-evoluent-avec-le-numerique/>

► Dans le cadre de sa stratégie de promotion des métiers, la branche a souhaité être accompagnée pour définir un plan de communication digitale :

- Benchmark concurrence/écoute sociale.
- Diagnostic posant les attentes des cibles, le marché, l'ADN de la branche.
- Stratégie créative et définition du plan d'actions sous la forme d'une recommandation détaillée.
- Création d'un concept de campagne.



5
thématiques
abordées
en **2022**

Veille n°31

La plateforme
du commerce

Veille n°32

Les transitions
des modes de vie

Veille n°33

L'orientation
vers le care

Veille n°34

Le local

Veille n°35

La transition
écologique

La
veille
Prospective

EN RÉSUMÉ

LA PLATEFORMISATION DU COMMERCE

La mutation majeure entraînée par les technologies numériques a engendré une prolifération des plateformes ou places de marché, nouveaux dispositifs d'intermédiation entre vendeurs et acheteurs. Le modèle s'est propagé à de nombreux champs de la consommation en les bouleversant au passage : mobilité (BlaBlaCar, Uber), voyage (Booking, AirBnb), loisirs audiovisuels (Netflix, YouTube), échanges entre particuliers (LeBonCoin, eBay...).

Si cette économie des plateformes pèse de plus en plus sur le secteur du e-commerce, elle s'en distingue toutefois radicalement. L'une de ses spécificités est de s'adresser à un marché « biface » qui s'articule sur deux versants (voire parfois plus) : les consommateurs d'un côté et les vendeurs de l'autre. Le développement de chacun d'entre eux nourrit l'attractivité de l'autre, en générant des effets cumulatifs faisant que le succès

appelle le succès, une fois un seuil de « masse critique » atteint en termes de nombre de vendeurs ou de clients. Des effets cumulatifs qui avantagent les plus gros acteurs. Les trois plus grandes marketplaces de la planète, Taobao et Tmall, toutes deux possédées par Alibaba, additionnées à Amazon, ont concentré 41% des ventes en ligne dans le monde en 2021.

Le fait nouveau est que depuis quelques années, la plateformisation devient à la portée d'un plus grand nombre de retailers. Le mouvement s'accélère et prend de nouvelles formes. Il s'étend désormais au commerce physique, des plus grands aux plus petits acteurs, et devient même une arme pour le petit commerce local. L'économie des plateformes, typique du numérique, s'annonce comme la nouvelle révolution commerciale en voie d'en redessiner l'ensemble du paysage.

TRANSITION DES MODES DE VIE

La crise sanitaire a occasionné une dynamique de recentrement généralisé sur les sphères nationales, locales et domestiques, accélérant un mouvement de remise en question de l'organisation de la société et des modes de vie industriels. Un certain nombre de tendances sociétales déjà présentes s'intensifient : recentrage sur soi et priorité à la quête d'épanouissement personnel (santé, bien-être, confort, réalisation de soi), quêtes de préservation de soi (innocuité, sécurité, souveraineté), changements de pratiques (numérisation des modes de vie, télétravail) et recherches de modes de vie plus signifiants alternatifs au modèle actuel (rapprochement de la nature, quêtes d'espace et de naturalité, extension du temps libre passé avec ses

proches, volonté de consommer « mieux » et écoresponsable, etc.).

Autant de tendances qui favorisent les réflexions et les remises en question. A la clé de ces remises en question, de multiples désirs de changement : dans sa vie personnelle, professionnelle, en matière de mobilité, d'habitat et de modes de consommation.

Ces aspirations au changement en maturation ou en voie de réalisation se heurtent néanmoins à de nombreuses contraintes que les acteurs du commerce peuvent lever en développant une offre adaptée et en proposant des solutions d'accompagnement facilement appropriables au plus près des consommateurs.



L'ORIENTATION CARE

L'orientation care, compris comme « l'activité générique qui comprend tout ce que nous faisons pour maintenir, perpétuer et réparer notre "monde" » a été mise en lumière par la crise sanitaire, qui a fait apparaître l'état de vulnérabilité des individus et de nos sociétés. Un intérêt croissant des individus et des sociétés porté par de multiples quêtes de réalisation et d'épanouissement de soi, a permis l'explosion de l'économie du care et du marché (non saturé) du bien-être dans des secteurs divers. Loin d'être uniquement un marché, le care se propage à nombre de domaines de la vie sociale : au sein de l'entreprise, à destination des usagers-consommateurs, de l'écosystème, à travers la question de l'habitabilité des lieux de vie, de travail et de consommation.

Le contexte social et sociétal que nous traversons aujourd'hui est marqué par une défiance généralisée à l'égard des grands acteurs économiques, qui ne peuvent alors plus faire l'économie d'une relation de soin, à destination de leurs clients en premier lieu. L'offre de « caring » devient un élément essentiel de la relation marchande : développement du « retail as a service », du shopping bienveillant et inclusif, des services de santé numériques personnalisés, etc. Le soin s'entend également à destination d'un écosystème beaucoup plus large, incluant l'humain et le non-humain. Qu'il s'agisse d'engagements pour l'environnement et le vivant, d'engagements économiques et sociaux, le care dépasse les seuls domaines de la santé et de l'éducation, et concentre de façon holistique l'ensemble de l'activité sociale, économique et environnementale des acteurs du commerce.

LE LOCALISME

Le local se définit comme la plus petite échelle d'organisation territoriale. Elle est donc initialement un territoire, un lieu, un espace qui peut s'étendre d'une commune à une nation suivant les contextes et les perceptions des individus. Le localisme se comprend alors comme l'idéologie du local qui s'incarne dans deux courants : le localisme identitaire et le localisme écologique. Les deux se fondent sur une critique du libéralisme et de la mondialisation mais aussi d'une défiance envers les acteurs de l'offre (notamment les enseignes de la grande distribution). Au-delà des doctrines politiques, le localisme apparaît comme un horizon désirable pour les consommateurs qui lui assignent des valeurs positives comme la confiance et la transparence. Ce souci de consommer au plus proche et à la bonne échelle se traduit par le choix de se tourner de plus en plus vers une consommation de produits localement fabriqués ou cultivés sur leur territoire, une consommation de produits artisanaux ou une consommation dans les commerces de proximité ou les circuits-courts.

La crise sanitaire - et la montée des questions écologiques qui l'ont accompagnée - a remis sur le devant de la scène la doctrine du localisme mais aussi plus communément l'attrait pour le local. La consommation locale est devenue une attente très forte des consommateurs, celle qui semble incarner le mieux le désir de « bien manger » et de « bien vivre ». Les multiples acteurs du commerce s'adaptent à cette aspiration en plein essor pour le local et adaptent leurs stratégies pour répondre au mieux à la demande.

LA TRANSITION ÉCOLOGIQUE

En 2021, selon l'Observatoire de la consommation responsable de L'ObSoCo, un quart des Français estimait que la responsabilité environnementale incombait en premier lieu aux grandes entreprises, puis aux entreprises de la distribution et enfin aux petites entreprises. Le législateur via la contrainte et les incitations contribue à cadrer juridiquement la transition écologique.

Certaines entreprises devancent le législateur et utilisent des outils de pilotage « vert » et responsables. Ces outils notamment de comptabilité verte permettent de chiffrer la part de ventes « responsables » réalisées mais également de pouvoir chiffrer des objectifs stratégiques et opérationnels de leur transition écologique. La labellisation est un moyen de valoriser les engagements pris par les acteurs du commerce qui s'impliquent dans la transition écologique. En outre, la labellisation offre aussi aux consommateurs une visibilité des acteurs qui engagent le plus d'effort dans la transition.

A propos de l'Observatoire prospectif du commerce

L'Observatoire prospectif du Commerce conduit des études, développe des outils pour les branches professionnelles et met à disposition des informations et des ressources sur l'emploi et la formation.



Réaliser un état des lieux socioéconomique des différents secteurs d'activités du Commerce.



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



Adapter l'offre de formation et **faire évoluer** l'offre de certification en fonction des besoins des branches et des entreprises.



Aider les salariés à **s'orienter** et à **construire** leur parcours professionnel dans les métiers du Commerce.

En savoir +



<https://www.lopcommerce.com/l-observatoire-prospectif-du-commerce/presentation/>

