

Les **métiers** du **commerce** et de la **distribution** grandes et moyennes surfaces





Édito

Le secteur du commerce et de la distribution est l'un des plus performants au monde et son concept s'exporte.

Soumis à de profondes mutations, en progrès permanent et à la recherche systématique d'innovations, il reste un secteur qui recrute et exprime aujourd'hui un immense besoin de compétences nouvelles.

La sophistication croissante des techniques de gestion, l'innovation commerciale, l'émergence et le développement de la logistique, de l'informatique et l'introduction du commerce électronique, ont conduit les entreprises du secteur à adapter leur organisation et leurs méthodes de travail, vers la recherche constante d'une meilleure compétitivité, dans une logique de plus en plus prégnante de développement durable.

Dans le sillage de ces évolutions, la gestion des ressources humaines et des emplois se transforme. Les entreprises ont une vaste capacité d'accueil et recherchent des jeunes compétents, volontaires, qu'elles sauront accompagner, notamment par la formation, vers les nombreuses possibilités d'évolution qu'elles offrent.

Hypers..., supers..., supérettes !

Ces magasins commercialisent les produits que vous utilisez tous les jours... de l'alimentation au multimédia... en passant par les vêtements, etc. Ils innovent sans cesse en élargissant leur gamme de produits et de services (produits financiers, assurance, loisirs, voyages, parapharmacie...).

Connaissez-vous leurs métiers ?

Savez-vous qu'autour des vendeurs que vous voyez, il y a des métiers de gestion, d'organisation, d'achat, de logistique, de marketing, de relations humaines, d'audit, de contrôle de gestion... ? Les coulisses de la distribution sont riches en équipes et en compétences.

Pour tous, les maîtres mots sont :

Professionalisme et qualité des produits et des services pour la satisfaction des clients.

Nos activités

Le **commerce** et la **distribution** **grandes et moyennes surfaces**

Un grand secteur économique

En 2008, les ventes des grandes surfaces alimentaires représentent 205,5 milliards d'euros. Le secteur représente plus des deux tiers du marché des produits alimentaires. 635 800 personnes y travaillent.

Diversité et proximité

On trouve une grande diversité de points de vente, du magasin de proximité à l'hypermarché, en zone urbaine comme en zone rurale, pour répondre aux demandes variées des consommateurs.

De nouveaux produits et de nouveaux services pour les consommateurs

La richesse et la complémentarité de l'offre commerciale sont des valeurs fortes de la profession, indispensables à son développement. Le budget de l'alimentation est passé de 33 % du budget des ménages en 1960 à 13,56 % en 2008.

Les différents formats de magasins

Hypermarchés

Magasins d'au moins 2 500 m², ils offrent à la clientèle de 25 000 à plus de 40 000 références alimentaires et non alimentaires et réalisent plus d'un tiers de leur chiffre d'affaires dans la vente de produits alimentaires.

- 302 000 salariés,
- 106,6 milliards d'euros de chiffre d'affaires,
- 1 594 magasins en France.

Supermarchés

Magasins de plus de 400 m² et de moins de 2 500 m², ils proposent à la clientèle 3 000 à 5 000 références et réalisent plus des deux tiers de leur chiffre d'affaires dans la vente de produits alimentaires.

- 213 700 salariés,
- 70,9 milliards d'euros de chiffre d'affaires,
- 5 478 magasins en France.

4 350 Maxidiscomptes, 38 100 salariés, 20 milliards d'euros estimés de chiffre d'affaires, assortiment de 1 300 produits.

Supérettes/Magasins de proximité (intégrés et affiliés)

15 601 points de vente, chiffre d'affaires d'environ 8 milliards d'euros.

Cash & Carry/Entrepôts

L'activité, qui s'adresse à une clientèle de professionnels, concerne 56 000 salariés pour 1 362 points de vente.



Nos métiers



A. Les métiers de la logistique

Stocker/préparer les commandes/approvisionner

De grands entrepôts et des plates-formes d'éclatement stockent les marchandises destinées à approvisionner les magasins. Y travaillent notamment des chefs de plate-forme, des réceptionnaires, des préparateurs de commandes, le personnel de manutention. Une nouvelle technologie se développe : la commande vocale.



B. L'employé commercial

Mettre en rayon, marquer, ranger, présenter, faire l'inventaire, réassortir... bref, faire que le rayon tourne ; telle est la mission d'un employé commercial sous la responsabilité de son manager de rayon. Il a l'esprit d'équipe.



C. Les métiers de l'alimentaire

Bouchers, boulangers, poissonniers, vendeurs produits frais sont très recherchés par les enseignes de distribution alimentaire. Leurs tâches sont variées, de la préparation des produits au conseil client. D'ouvriers professionnels à managers de rayon, ces emplois sont souvent un tremplin pour progresser et les salaires sont attractifs.



D. L'hôte(sse) de caisse

Les nouvelles technologies ont modifié ses missions d'enregistrement des marchandises et d'encaissement, en diminuant les risques d'erreur et en améliorant les conditions de travail. Dernier contact pour le client, pour la phase délicate du paiement, l'hôte(sse) de caisse développe des qualités d'accueil et de contact et valorise les outils de fidélisation de l'enseigne (carte, tickets...).



E. Le vendeur technique

Il travaille dans les rayons spécialisés de photographie, hifi-vidéo, multimédia, électroménager, textile... où il accueille et conseille les clients. Il possède une connaissance pointue des produits qu'il vend et sait s'adapter à leur évolution constante. Il est aussi chargé de l'approvisionnement, des inventaires et de l'enregistrement des ventes.



F. Le manager de rayon

C'est lui qui organise la vie de son rayon. C'est un véritable responsable de la vente et de la gestion des produits, de leur promotion. Certains managers comparent leur rayon à une PME : ils sont responsables de leur chiffre d'affaires et managent une équipe. C'est un poste tremplin qui ouvre à toutes les possibilités d'évolution dans l'entreprise.



G. L'acheteur

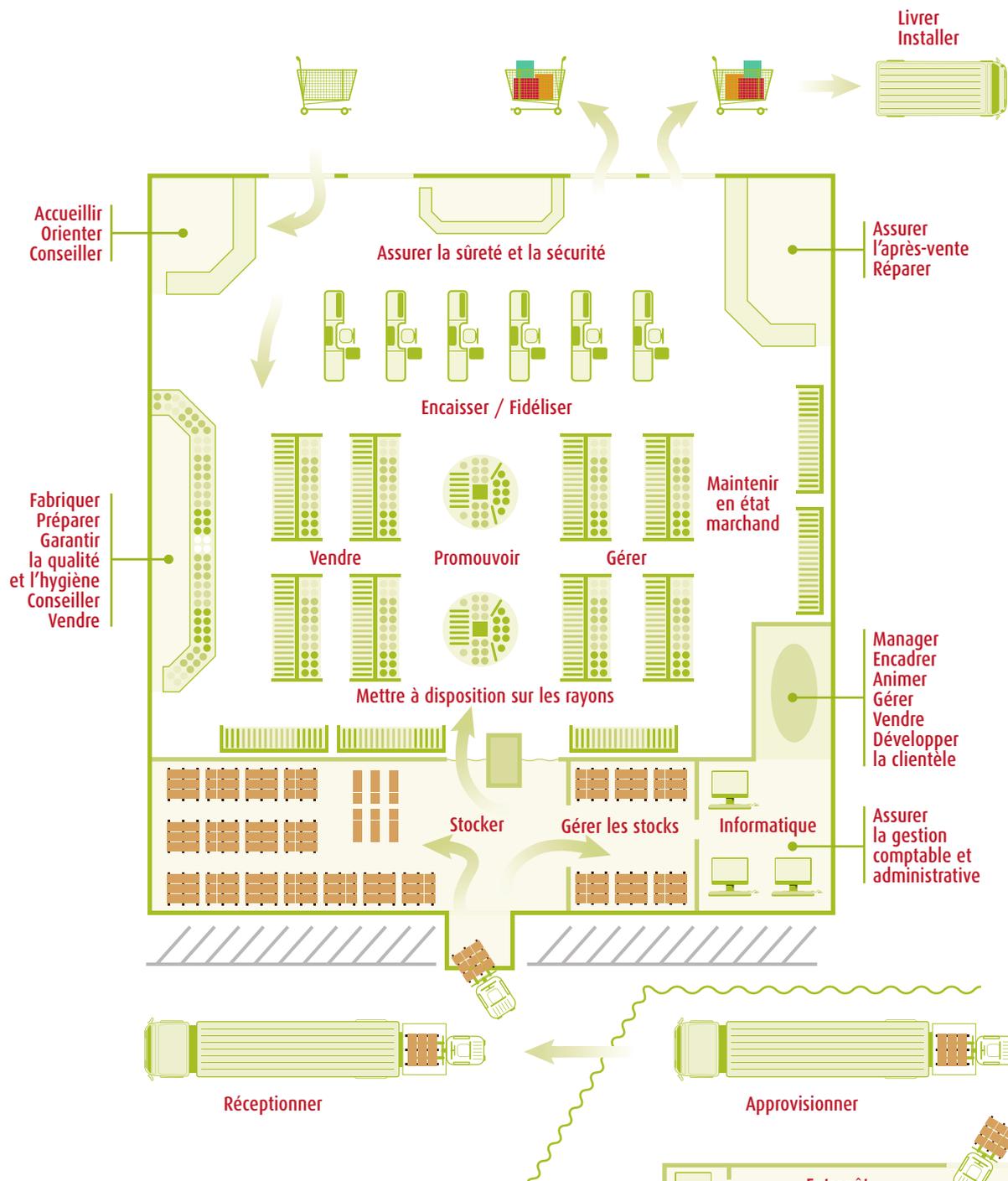
Il sélectionne les produits et négocie les prix avec les fournisseurs. C'est lui qui propose les nouvelles collections aux directeurs des magasins. C'est un emploi de très haut niveau dont le nombre d'acteurs reste limité. Pour être acheteur, il faut une bonne expérience professionnelle de la vente.



H. Le directeur de magasin

Il est issu de la promotion interne, après une formation ciblée, ou sort d'une école avec déjà une autre expérience. Son niveau de responsabilité est très élevé : il coordonne et gère l'activité des équipes de son magasin. Il est également très impliqué dans la vie locale et l'environnement de son point de vente. Il est souvent salarié mais peut être aussi propriétaire de son magasin.

Activités types d'un magasin



Ce qu'ils disent

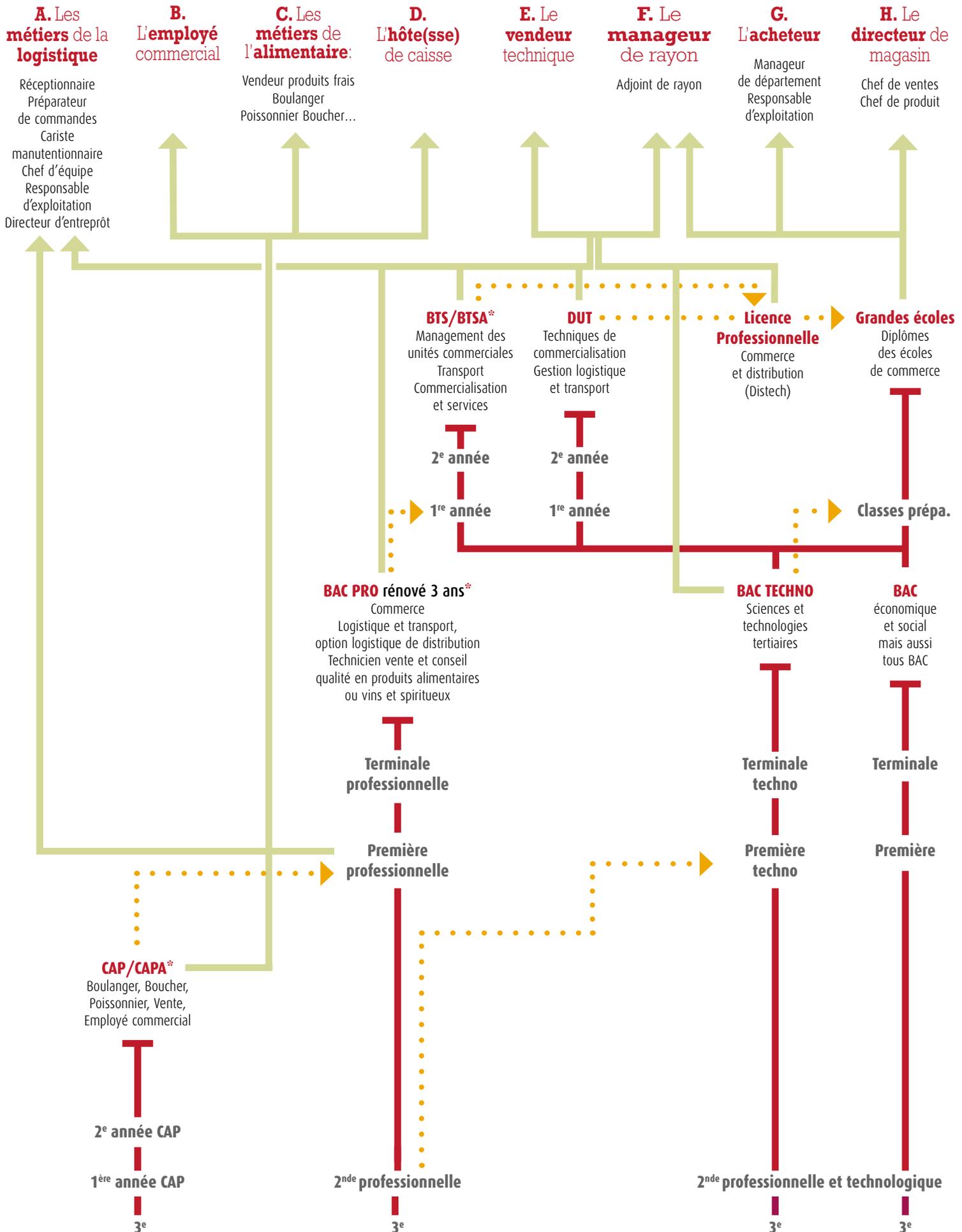
Je choisis les produits d'après une sélection faite par les acheteurs de la centrale d'achats. Je suis guidée avant tout par les ventes du magasin, par les produits vendus par les concurrents, mais aussi par mes propres goûts. Quotidiennement, nous réapprovisionnons le rayon en essayant de valoriser chaque produit. On parle de plus en plus de la théâtralisation de la vente. Je travaille avec une équipe de quatre personnes, au recrutement desquelles j'ai participé. Toutes les semaines, j'organise une réunion de rayon pour informer l'équipe des résultats obtenus. Je dois également participer à leur formation et je mène les entretiens annuels d'évaluation.

Frédérique, manager de rayon dans un hypermarché

Leurs réactions

- On ne s'ennuie pas, ça bouge, c'est vivant.
- C'est un secteur où il y a une vraie promotion. On commence employé commercial et on peut finir directeur du magasin !
- Avec un BTS, j'ai pu prendre tout de suite des responsabilités.
- Je dois être "au top" techniquement et cerner le besoin premier du client.
- Si on est motivé, on peut progresser rapidement.
- Vendeur technique, c'est le domaine où tout explose ! L'innovation est constante !

Votre formations



* diplômes de l'Éducation Nationale et/ou de l'enseignement agricole.

L'alternance

Destinée aux jeunes de 16 à 25 ans et aux demandeurs d'emploi, la formation en alternance permet d'acquérir ou de compléter une qualification professionnelle. Pour la grande distribution, l'alternance c'est former ses futurs collaborateurs.

Le contrat d'apprentissage

On peut préparer le CAP, le Bac Pro, le BTS, le DUT, la licence professionnelle et même un diplôme d'école supérieure de commerce en apprentissage.

La formation professionnelle a lieu dans un magasin (sous la direction d'un maître d'apprentissage), et en centre de formation d'apprentis pour la formation générale et technologique.

Le contrat d'apprentissage est un contrat de travail particulier qui donne droit à un salaire (une partie du SMIC) et à des congés payés. Il s'adresse à des jeunes de 16 à 25 ans.

Le contrat de professionnalisation

D'une durée de 6 à 24 mois, il permet de suivre en alternance une formation visant une qualification professionnelle, avec l'obtention possible à la clé d'un diplôme ou d'une certification professionnelle. C'est également une forme de contrat de travail particulier. Il donne droit à un salaire.

La formation continue

Elle permet aux salariés déjà en poste d'adapter ou de développer leurs compétences, de progresser dans l'entreprise, de se reconverter ou d'apprendre de nouvelles techniques. La formation représente un véritable levier de promotion interne.

Aujourd'hui, toutes les entreprises du secteur du commerce et de la distribution investissent dans la formation de leurs salariés.

Elles organisent elles-mêmes des stages à travers leurs écoles internes ou font appel à des organismes extérieurs.

Enfin, les projets de validation des acquis de l'expérience (VAE) et de certification des compétences se multiplient.

Il existe des formations aux métiers du commerce dans les établissements de l'Éducation Nationale et de l'enseignement agricole :

- les lycées techniques, - les CFA,
- les lycées professionnels, - les IUT,

qui préparent à :

- des BTS (Brevet de Technicien Supérieur), - des BAC pro (BAC professionnel)/BAC techno,
- des DUT (Diplôme Universitaire de Technologie), - des CAP (Certificat d'Aptitude Professionnelle).

Renseignez-vous !



Chiffres clés 2008

205,5 Mds € de chiffre d'affaires
11 422 points de vente
635 800 salariés
61 % de femmes
50 % de moins de 36 ans
8,4 ans d'ancienneté moyenne
206 M€ de participation à la formation
12,8 Mds € de masse salariale

Principales enseignes

Aldimarché	8 à Huit	Norma
Auchan	Hyper Champion	Petit Casino 24
Au Marché Vrac	Hyper U	Picard Surgelés
Carrefour	Inno	Point Coop
Carrefour Market	La Vie Claire	Promocash
Casino	Leader Price	Provencia
Casitalia	Le Mutant	Proxi
Coccimarket	Lidl	Proximarché
Coccinelle	Marché Plus	Rond Point
Coop	Marché U	Score
Cora	Maxicoop	Sherpa
Diagonal	Maximarché	Shopi
Ecofrais	Maximo	Simply Market
Ecomax	Metro	Sitis
Eco Service	Migros	Spar
Ed	Monoprix	Super U
Franprix	Monop	Supermarchés Match
Géant	Mutant Express	Vival
G 20	Nicolas	Votre Marché

Sites de commerce électronique

auchandirect.fr	francap.fr	ooshop.com
boostore.com	g20-livraison.com	picard.fr
casino.fr	geant.fr	shopi.com
champion.fr	houra.fr	telemarket.fr
coursengo.com	nicolas.com	transgourmet.fr



F C D

FÉDÉRATION DES ENTREPRISES
DU COMMERCE
ET DE LA DISTRIBUTION

FÉDÉRATION DES ENTREPRISES DU COMMERCE ET DE LA DISTRIBUTION

12, Rue Euler 75008 Paris - Tél. : 01 44 43 99 00 - Fax : 01 47 20 53 53 - Site Internet : www.fcd.asso.fr