

LE COMMERCE, UN SECTEUR EN PERPÉTUEL MOUVEMENT



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

Soumis à de profondes mutations, à la recherche systématique d'innovations et en progrès constant, **ce secteur a besoin de compétences nouvelles et recrute.**

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, afin **d'améliorer leur compétitivité, dans un souci 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 et volontaires** qu'elles sauront accompagner, notamment par la formation, vers les nombreuses possibilités d'évolution qu'elles offrent.



Ministère de l'Éducation nationale,
de l'Enseignement supérieur et de
la Recherche, Office national d'information
sur les enseignements et les professions,
12, mail Barthélémy Thimonnier
Lognes – 77437 Marne-la-Vallée Cedex 2

Publication de l'ONISEP réalisée avec
la Fédération des entreprises du Commerce et
de la Distribution, avec le concours des sociétés
Atac, Auchan, Casino, Carrefour et Champion.

Directeur de la publication :

Hervé de Monts de Savasse
Directeur adjoint : Benoît Bouyx

Directrice éditoriale :

Pascale Gélébart
Coordinatrice éditoriale : Annick Ghys

Rédaction :

Natacha Chetcuti

Conception de maquette :

JFD COMMUNICATION

Photogravure flashage :

SCEI

Photos. Couverture :

Lucas Schifres, Manuel Lagos, Laurence Prat

DIFFUSION, COMMERCIALISATION, MARKETING :

Directeur du département : Philippe Gille

ONISEP VPC, 12, mail Barthélémy Thimonnier,

Lognes 77437 Marne-la-Vallée Cedex 2

Internet :

<http://www.onisep.fr>

Relations clients :

01 64 80 35 00

Code de diffusion SEP : 900567

Copyright : mai 2006

Code ISSN : 1772-2063

Code ISBN : 2-273-00567-9

Plan de classement ONISEP : AGE 51 0505

Autodoc ONISEP : E 06-02

Imprimé en Italie par Mozzon

Dépôt légal : mai 2006

Le Kiosque : Commerce

Reproduction même partielle, interdite

sans accord préalable de l'ONISEP

et de la Fédération des entreprises,

du Commerce et de la Distribution

Cette publication a été réalisée dans le cadre de la Convention de coopération signée entre la Fédération des Entreprises du Commerce et de la Distribution, le Ministère de l'Éducation Nationale, de l'Enseignement supérieur et de la Recherche, et le Ministère de l'Agriculture et de la Pêche



NE PEUT ÊTRE VENDU

LE COMMERCE: UN SECTEUR EN

La demande constante des consommateurs en matière de qualité des produits, de services, le développement du e-commerce et l'arrivée des nouvelles technologies de communication et de logistique transforment continuellement un secteur où l'innovation et la performance sont immédiatement valorisées. Ce secteur est en renouvellement permanent.



DATES CLÉS : LA « PETITE HISTOIRE » DU GRAND COMMERCE

1865

Ouverture du grand magasin **Le Printemps** et lancement de la vente par catalogue.

Depuis ses débuts en 1852, avec la naissance du **Bon Marché** par **Aristide Boucicaut** qui fonde le premier grand magasin, le secteur du commerce et de la grande distribution a vu ses modes de vente évoluer.

1928

Publication du 1^{er} catalogue **La Redoute** et ouverture du premier magasin populaire des **Nouvelles Galeries** : **Uniprix**.

MOUVEMENT



MÉTIERS DE BOUCHE : Place aux jeunes

En réponse aux attentes des consommateurs, l'accent est mis sur le contrôle qualité des produits alimentaires et le conseil. Les produits frais constituent aujourd'hui l'un des points forts des magasins les plus performants: charcuterie-traiteur, fromages à la coupe, fruits et légumes, viande, poisson, pain et viennoiseries. Aujourd'hui, **les métiers de bouche sont un secteur d'avenir**. Les nouveaux ouvriers professionnels vont devoir utiliser une plus grande diversité de matières premières et modifier leurs techniques de préparation et de conservation des produits.

LES CHIFFRES

Les entreprises de la grande distribution et l'emploi

633 300

salariés du secteur se répartissent de la manière suivante :

- > 37 % en **supermarchés** (234 900) ;
- > 49,5 % en **hypermarchés** (313 200) ;
- > 6 % en **maxi-discomptes** (37 900) ;
- > 7,5 % en **entrepôts indépendants** (47 300).

1957

1^{er} supermarché dans le XVII^e arrondissement à Paris : **Bardou**.

1963

1^{er} hypermarché **Carrefour** à Sainte-Geneviève-des-Bois dans la banlieue parisienne.

1972

Mise en place des **codes-barres** par Gencod.

1988

Création d'un **maxi-discount** à Croix dans Le Nord.

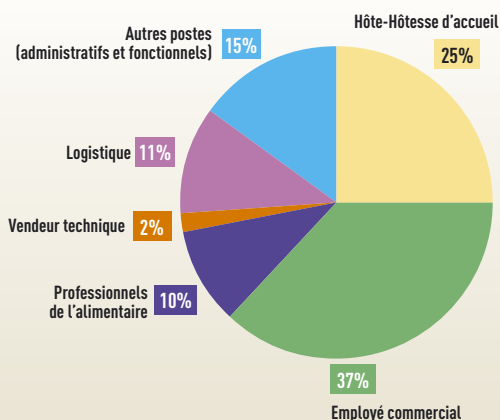
1990

Arrivée des « **produits verts** » chez Monoprix.

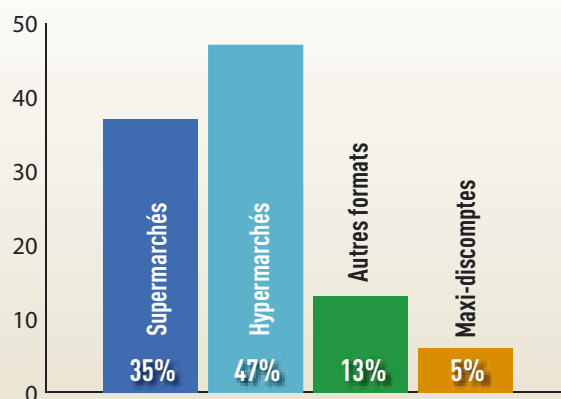
2000

1^{er} **cybermarché** en ligne.

Répartition des salariés par métiers



Répartition des salariés par type de magasins



HYPERMARCHÉS, « CASH AND CARRY », FRANCHISE... Quelles différences ?

> **LA FRANCHISE**: contrat d'exclusivité entre un franchiseur et un franchisé. Le premier offre son enseigne, sa marque, la renommée de ses produits. Le second paye un droit d'entrée et des redevances sur les ventes (pourcentage du chiffre d'affaires).

> **LES SUPERMARCHÉS**: vente en libre-service de produits de grande consommation (alimentaires et autres). Leur superficie se situe entre 400 et 2500 m². On peut citer Casino, Atac, Champion...

> **LES HYPERMARCHÉS**: superficie supérieure à 2500 m², assortiment large en produits alimentaires et en marchandises générales, politique attractive de prix réduits. Les plus connus: Carrefour, Auchan, Leclerc, Géant...

> **LES MAXI-DISCOMPTES**: magasins d'environ 700 m², vente de produits sans marque ou à la marque du distributeur. Exemples: Lidl, Leader price, ED, Aldi...

> **LES GROUPEMENTS D'ACHATS**: commerces indépendants, détaillants ou

grossistes, regroupant les achats pour obtenir de meilleures conditions de vente auprès des fabricants (prix, délais de paiement, livraison).

> **« CASH AND CARRY »**: s'adresse à des professionnels (épiciers, restaurateurs...) qui choisissent les produits en entrepôt et les emportent. Exemples: Metro Cash & Carry France.

> **LES ENTREPÔTS INDÉPENDANTS**: grossistes qui approvisionnent la grande distribution alimentaire (hypermarchés, supermarchés, maxi-discomptes, «cash and carry»).



Le service aux clients

En quelques années, le service au client est devenu un **enjeu considérable** dans les stratégies d'entreprises. L'offre s'est élargie : service après-vente, offre-conseils dans les finances, assurances, voyages, soins-beauté...

CADRES MANAGEURS

Des métiers en pointe

Depuis plus de dix ans, la concurrence et l'introduction du commerce électronique ont conduit de nombreuses enseignes à développer de nouvelles techniques de gestion et de vente. De nouveaux métiers sont apparus comme celui de **category manager** qui a pour mission d'augmenter les offres de services et de renouveler des techniques de fidélisation de la clientèle.

Assortiment : ensemble des produits proposés à la vente par le distributeur.

Cash and carry : entreprise de gros, vendant en libre-service à une clientèle de professionnels : commerçants, restaurateurs ...

Centrale d'achats : organisation pour la sélection des fournisseurs et la négociation des conditions d'achat pour l'ensemble des points de vente d'un groupe ou d'un réseau de distribution.

Code barre : système de codification permettant, grâce à la lecture optique, l'identification des marchandises à partir d'une série de barres d'épaisseurs inégales.

Discount : politique de prix visant à vendre moins cher que le prix habituel du marché.

Merchandising : ensemble des techniques visant la présentation la plus attractive possible pour le client et la plus rentable pour le distributeur.

PLV (publicité sur le lieu de vente) : supports de communication pour présenter les produits, les opérations promotionnelles dans les rayons (présentoir, affichettes, stops rayons...).

Tête de gondole : extrémité de la gondole (meuble/rayonnage), perpendiculaire au sens de circulation des clients, réservée aux promotions.

Zone de chalandise : zone géographique d'attraction d'un magasin ; la zone primaire attire 80 % des clients, la zone secondaire attire 15 à 25%.



Stabilité des emplois

Ce secteur jeune (**61% des effectifs ont moins de 36 ans**) recrute et offre de nombreuses possibilités de promotion interne. Les emplois sont **stables** : 87% de contrats à durée indéterminée (CDI) avec une moyenne de 8,5 ans d'ancienneté. Les formations professionnelles continues sont fortement encouragées par les entreprises. Dans ce secteur, il faut se montrer performant et innovant !

Garantir la qualité des produits

L'environnement est à l'honneur. Conscients des priorités actuelles liées au développement durable, les entreprises ont mis en place des **démarches qualité**, de traçabilité et d'hygiène. Les entreprises mettent l'accent sur la sécurité alimentaire.

SOMMAIRE



7

LE SIÈGE SOCIAL LA CENTRALE D'ACHATS

Category manager	8
Responsable marketing	9
Responsable expertise qualité	10
Responsable environnement-développement durable	11



12

EN ENTREPÔT

Directeur d'entrepôt (responsable de site)	13
Cariste-manutentionnaire	14
Préparateur de commandes	15
Réceptionnaire de produits frais	16



17

EN MAGASIN

Gérant de magasin de proximité	18
Directeur de supermarché	19
Manager rayon hypermarché	20
Manager secteur caisse	21
Vendeur produits frais (super)	22
Employé commercial (super)	23
Boucher (super)	24
Boulangier (hyper)	25
Vendeur produits frais-poissonnier (hyper)	26
Hôtesse de caisse (hyper)	27

Schéma des formations	28
Les diplômes	29



**LE SIÈGE SOCIAL
LA CENTRALE D'ACHATS**

NÉGOCIER ACHETER

Le siège social est le pôle de direction

d'une entreprise. C'est le lieu où se situent la direction générale d'une enseigne et ses services fonctionnels.

Les ressources humaines, les services financiers et administratifs, trouvent leur place aux côtés de ceux du marketing et de l'informatique. C'est le lieu des grandes décisions stratégiques de l'enseigne, en matière d'organisation, d'investissements, de politique et d'innovation commerciale, de communication, de dialogue social.

C'est là également où se décide le choix des collections (ou des assortiments) et où sont centralisés les achats pour l'ensemble des magasins. Le siège social regroupe en outre toutes les fonctions d'expertise qui font appel à des compétences très pointues notamment dans le domaine du développement durable et de la qualité.

CATEGORY MANAGER (H/F)



PORTRAIT

Martine, category manager à Évry-Courcouronnes (91)

« Le cœur de notre métier : déterminer les produits qui seront mis en magasin. » Depuis 25 ans, Martine travaille dans le commerce. Elle a débuté comme vendeuse dans le textile pour arriver il y a cinq ans au poste de category manager en chaussures. Elle explique : « Je fais le suivi intégral de toute une collection à l'intérieur d'une famille de produits. Je suis responsable de A à Z de cette collection. Des premières études financières jusqu'à la livraison et la vente en magasin. On fait des analyses de marché en permanence. On ne crée pas une collection pour

nous, mais avant tout pour que ça se vende auprès de la clientèle des hypers. Pour cela je suis en contact permanent avec nos magasins. Je travaille aussi avec les bureaux de style, je fais du shopping dans les principales villes européennes, je vais dans les salons... » Martine effectue de nombreux voyages en Europe et en Asie pour rencontrer les fournisseurs et contrôler les produits finis en fonction d'un cahier des charges préalablement établi « Ce métier est un challenge constant, conclut-elle, il faut développer les produits, être toujours plus innovant ».

Au sein de la centrale d'achats, le category manager prépare les collections et négocie avec les fournisseurs. Il a donc une mission de prospection pour rechercher les produits qui stimuleront les ventes, et de négociation pour rechercher les conditions du meilleur rapport qualité/prix, pour son enseigne et pour le consommateur.

LE CATEGORY manager a pour objectif de constituer un assortiment du produit dont il est responsable, en trouvant les équilibres de niveaux de qualité et de prix, qui permettront à son enseigne d'atteindre les objectifs de volume et de rentabilité fixés. Il gère un ensemble de produits regroupés d'après les besoins et la logique du client. L'enfant par exemple, représente une catégorie qui peut rassembler à la fois les produits d'hygiène, de toilette, mais aussi l'alimentation, les jouets...

Son objectif ? Proposer le bon produit, au bon prix, au bon moment, au sein d'une offre commerciale

globale qui facilite ses achats. Le category manager fait le lien entre le client et le fournisseur, en veillant à l'optimisation des flux. Ses compétences sont variées : marketing, achat, merchandising¹, promotion... Il anticipe les conséquences de l'arrivée de nouveaux produits et s'appuie pour cela sur toutes les études nécessaires.

Le category manager possède une expérience de la vente et du marketing. Il a une bonne capacité d'ana-

lyse et sait développer et coordonner des projets. Fin négociateur, énergique et créatif, il fait preuve de réactivité, de ténacité et d'ouverture d'esprit. ■

1. Merchandising (ou marchandisage) : techniques assurant la meilleure diffusion commerciale des produits.

DIPLÔMES

- Formation commerciale supérieure
- Master management
- École supérieure de commerce



PORTRAIT

Anne-Laure,
26 ans, manager
marketing rayon hygiène
à Levallois-Perret (92)

« J'aime le marketing parce que c'est un domaine où le créatif a sa place. » Anne-Laure travaille en collaboration constante avec un responsable de la marque de son enseigne et un négociateur. Des tubes de dentifrice aux compléments alimentaires, en passant par les flacons de gel douche et les savons, Anne-Laure est responsable de cinq familles de produits. Sa priorité première, c'est le chiffre d'affaires des magasins et la part de marché des familles de produits dont elle s'occupe. Anne-Laure est à l'affût de toutes les nouvelles tendances à venir. Interrogée sur le projet qui l'a le plus enthousiasmée, elle explique : « Nous avons développé une signalétique sur le rayon dentaire qui a été mise en place sur tous les magasins. D'abord, la phase stratégique : observer le comportement du client pour définir les points d'éducation et de sensibilisation qui mettront le produit en valeur. Ensuite, la phase opérationnelle : mener et développer l'action en partenariat avec les magasins. » Anne-Laure pense que son métier a de l'avenir : « Dans les hypermarchés, la promotion est un outil très important. Le marketing, sous une forme ou une autre, tiendra toujours une place fondamentale dans la grande distribution. »

RESPONSABLE MARKETING (H/F)

Anticiper les attentes des clients et y répondre dans un environnement extrêmement concurrentiel, voilà le challenge du responsable marketing ! Les études de marché sont ses outils, sa créativité et son enthousiasme, ses armes !

LE RESPONSABLE MARKETING contribue à la performance de son entreprise. Il conduit toute une série d'études et d'analyses de marché, avec à sa disposition les outils des panels¹, les résultats des études quantitatives et qualitatives des zones de chalandise², les enquêtes clients, les bases de données des sorties de caisse... Il formule alors des préconisations sur la politique de l'enseigne en matière d'offre produits/services, de positionnement prix, de communication, de fidélisation, d'implantation...

Des techniques de plus en plus sophistiquées sont utilisées, comme celle du géomarketing³, qui permet de mieux cibler la demande très locale.

Le responsable marketing conçoit, budgete et conduit les projets de communication de l'enseigne autour de l'ensemble des grands événements commerciaux : promotions, rentrée scolaire, Noël, anniversaire... Il accompagne les magasins dans leur déclinaison. Chaque nouvelle campagne est une nouvelle aventure.

Le responsable marketing est en relation avec des sociétés d'études et de panels, avec les agences de marketing et de communication et bien sûr, avec les magasins. Créativité, ténacité, force de conviction, rigueur et dynamisme sont ses atouts. Selon l'organisation de l'enseigne, il est spécialisé dans un domaine et anime une équipe de chargés d'études et/ou de chefs de produits. ■

1. Panel : échantillon de consommateurs représentatifs de la population.

2. Zone de chalandise : aire sur laquelle se trouvent les clients virtuels d'un magasin.

3. Géomarketing : technique de marketing prenant en compte des données géographiques et les caractéristiques de la population.

DIPLOMÉS

- Master (marketing ou gestion)
- École supérieure de commerce



PORTRAIT

Éric,
41 ans, responsable
qualité textile à
Évry-Courcouronnes (91)

« Nous sommes les gendarmes du métier : on définit les règles, puis on fait des contrôles pour s'assurer que toutes les exigences sont respectées. »

Cela fait 20 ans qu'Éric travaille dans le textile. Depuis 2 ans il s'occupe « de l'assurance qualité et de tous les points à contrôler au niveau du textile ». Il décrit son métier avec passion : « Il faut que chaque produit soit conforme aux normes européennes et françaises. Nous devons nous conformer à un cahier des charges qui précise les normes à respecter avant la mise en rayon du produit. Par exemple, nous pratiquons des tests de boulochage, des tests de lavage pour tous les textiles. »

Au-delà de l'expertise qualité, Éric travaille sur la prévention de l'usage de substances : « Dans le textile on est aussi dans l'ère de la vache folle ! Maintenant on a des règles très strictes concernant l'usage de certains produits chimiques. Les matières doivent être contrôlées pour ne pas détruire l'environnement. » Son cheval de bataille, c'est le développement de la filière textile biologique. Il note avec satisfaction qu'une des grandes évolutions de son métier depuis 5 ans est « l'intervention de plus en plus active des consommateurs. Notre clientèle demande des articles de plus en plus authentiques ». Quant à l'avenir, Éric affirme : « Les emplois d'expertise en développement durable vont se développer de plus en plus. »

RESPONSABLE QUALITÉ (H/F)

Métier clé dans la grande distribution. La mission du responsable qualité est de concevoir, définir, organiser et mettre en œuvre les différentes procédures garantissant la vente de produits sûrs et sains et de services de qualité.

L'EXIGENCE des politiques de qualité des enseignes est devenue extrêmement pointue. Il s'agit de respecter rigoureusement la réglementation et de proposer aux clients des produits et des services qui répondent à des critères très stricts en matière de qualité, de sécurité et de traçabilité pour les produits alimentaires. Des « filières qualité » sont ainsi mises en place, pour chaque grande famille de produits (viande, fruits et légumes, fromage...).

Pour la fabrication des produits à la

marque appartenant à son enseigne, le responsable qualité organise les tests produits et les audits de sites de production pour vérifier l'état des locaux, l'hygiène, la traçabilité des produits et la maîtrise des fabrications. Il est également responsable du dispositif d'alerte, permettant à tout moment de déclencher le retrait ou le rappel d'un produit. Il participe à l'amélioration des procédés de fabrication et supervise les contrôles des magasins et des entrepôts. Il est le garant de la maîtrise de la chaîne du froid.

Entouré d'une équipe de techniciens et de cadres/ingénieurs, il travaille étroitement avec les fournisseurs et les services consommateurs. Il est en relation fréquente avec les services de contrôle de l'État et les laboratoires indépendants.

Ce métier requiert des compétences techniques, scientifiques, la maîtrise de l'informatique et des méthodes d'analyse statistique ainsi que la connaissance parfaite de la réglementation. Il nécessite également le sens de la diplomatie et de la pédagogie. ■

DIPLÔMES

- Master
- Diplômes d'ingénieur (agri/agro, chimie...)
- Diplôme de vétérinaire

RESPONSABLE ENVIRONNEMENT/ DÉVELOPPEMENT DURABLE (H/F)

Prévention, traitement, réduction des pollutions et des risques. La mission principale du responsable environnement est de coordonner et diriger la mise en œuvre de la politique de l'entreprise en matière d'environnement.

LE RESPONSABLE ENVIRONNEMENT définit les indicateurs de performance environnementale de l'entreprise et assure leur suivi à l'aide d'un système informatisé de reporting¹. Il est force de propositions en matière d'investissement, d'organisation, de communication et de formation des équipes.

Travaillant pour l'ensemble des établissements de son entreprise (magasins, entrepôts), il intervient sur le terrain pour les actions concernant le traitement des flux et des déchets, ou encore le contrôle du respect des consignes d'hygiène et de sécurité. Il peut aussi organiser des opérations de sensibilisation pour les personnels : la gestion des sacs de caisse est un exemple d'actualité.

Le responsable environnement exerce une mission transversale et travaille donc en équipe avec différents services : qualité, marketing, logistique, technique, ressources humaines, communication. Il entretient des relations suivies avec les services administratifs chargés de l'environnement, les associations locales, les élus et les partenaires sociaux.

Ce métier exige des compétences techniques et des connaissances spécifiques en hygiène, sécurité, environnement et législation. Les qualités d'écoute et de persuasion sont appréciées, pour faire accepter des changements jugés nécessaires. Ce poste demande une grande rigueur pour le suivi des normes et de la réglementation. Avec la



PORTRAIT

Véronique, directrice développement durable, Levallois-Perret (92)

« Nous avons une vraie responsabilité sociale. La grande distribution est aujourd'hui un lieu d'information. »
Au siège social de son entreprise, Véronique nous reçoit dans le bureau qu'elle n'occupe qu'une demi-journée par semaine : « Mon travail, c'est d'être en relation avec les ONG¹ et avec les services internes de notre groupe. Je suis sur le terrain et en contact direct avec tous les métiers de l'entreprise. »
Depuis ses débuts dans la grande distribution, il y a 20 ans après un DESS (master), Véronique a occupé de nombreux postes différents : « Je suis très contente d'avoir mis en rayon à 4 h du matin des surgelés, être passée par l'aspect négociation et marketing. C'est très utile pour ce que je fais aujourd'hui. Pour que le développement durable ne soit pas seulement une théorie, il faut

aussi réussir à l'intégrer dans le quotidien de chacun. » Tous ses propos sont rythmés par un enthousiasme sincère : « Je suis dans un métier qui réconcilie totalement mes compétences et mes valeurs. » Le but de Véronique est d'allier les contraintes économiques d'une multinationale aux avancées sociales et environnementales qui sont aujourd'hui pour elle l'enjeu des prochaines années. Son rêve : « Quand le développement durable sera intégré dans le quotidien et dans la politique globale de l'ensemble des métiers, cette fonction n'aura plus sa nécessité. » Mais, ajoute-t-elle en souriant « je crois que ça n'est pas pour tout de suite, je pense que je peux attendre tranquillement la retraite ! ».

1. ONG : organisme non gouvernemental d'intérêt public ou humanitaire.

mise en place des procédures de certification environnementales, ce métier est amené à se développer au sein de la grande distribution dans les cinq années à venir. ■

1. Reporting: suivi de la situation comptable d'une entreprise, d'un service...

DIPLOMES

- IUP environnement
- Master spécialisé environnement
- Ingénieur généraliste ou environnement
- Autres formations bac+5 en environnement



EN ENTREPÔT

GÉRER STOCKER

La logistique est une fonction transversale

au service des autres fonctions de l'entreprise. Les métiers de gestion et d'organisation des flux de marchandises et d'informations, sont par conséquent très variés.

Les offres d'emploi sont nombreuses, du BEP au diplôme d'ingénieur.

Les logisticiens doivent composer avec les nouvelles technologies, les évolutions des règles d'approvisionnement, de stockage, de transport et de livraison, le renforcement des normes d'hygiène et de sécurité. Ce secteur de la grande distribution s'est métamorphosé en une dizaine d'années : révolution informatique, recherche de productivité et renforcement de la culture clients. Les entreprises doivent s'appuyer sur une logistique imparable afin d'offrir le service le plus adapté aux magasins et aux clients.



DIRECTEUR D'ENTREPÔT (RESPONSABLE DE SITE) (H/F)

Responsable du management de son site et garant de la satisfaction des magasins qui sont ses clients, le directeur d'entrepôt est à la tête d'une vraie petite entreprise !

LE DIRECTEUR D'ENTREPÔT est garant de la livraison des magasins. Il organise et coordonne l'ensemble des activités de son entrepôt par secteur. La réception des marchandises, leur stockage, la préparation des commandes et l'expédition sont sous sa responsabilité. Il dirige également les inventaires. Acteur clé du circuit logistique et de sa fiabilité pour la qualité des marchandises, ce gestionnaire organise l'entrepôt en vue d'améliorer la qualité de la prestation, de réduire les coûts et les délais, tout en veillant scrupuleusement au

respect de la réglementation. Selon la taille de l'entrepôt, le directeur, éventuellement avec un adjoint, encadre des chefs d'équipe et des salariés parfois très nombreux (plusieurs centaines pour les plus gros établissements). Le sens du management et des relations sociales est donc essentiel, tant vis-à-vis de ses équipes que de ses différents clients. La maîtrise de l'outil informatique est indispensable dans la logistique aussi bien pour la gestion des flux de marchandises que pour la gestion des flux d'informations. La pratique de l'anglais est souhaitée. Enfin, autonomie, organisation, sens des responsabilités et souci du détail, sont des qualités recherchées pour diriger un entrepôt. ■

DIPLÔMES

- Bac +2/3 à + 4 /5
- BTS transport
- DUT gestion logistique et transport

PORTRAIT

Yves,
directeur d'entrepôt
à Lieusaint (77)

« Dans nos entrepôts, ce qui est passionnant c'est que la "matière première" n'est pas la technologie, mais "l'humain" ».

Yves a démarré sa carrière comme électronicien. Aujourd'hui après avoir suivi des cours du soir au CNAM et occupé plusieurs fonctions dans la grande distribution, il exerce son métier de directeur d'entrepôt avec rigueur et dynamisme. Il a connu les grandes étapes de son secteur et évoque les évolutions à venir : « les technologies accompagnent les projets de mécanisation. Des chaînes de tri nous permettront de limiter les opérations de déplacement dans les entrepôts ». Yves répond aux questions dans son bureau, mais il rencontre chaque jour ses collaborateurs dans l'entrepôt : « ce n'est pas la technologie qui va optimiser les outils. C'est avant tout le management, la présence au quotidien. C'est la clé de l'adhésion des personnels et de la performance de l'établissement ». Conscient des changements à venir dans son métier, il conseille aux jeunes de poursuivre des études de logistique : « le cariste est une fonction qui va rester, mais on aura besoin de plus en plus de personnel d'encadrement ».

CARISTE MANUTENTIONNAIRE (H/F)



PORTRAIT

Manuel, 40 ans, cariste à Lieusaint (77)

Réception, manutention, stockage, préparation des commandes, emballage, expédition... autant d'opérations confiées, selon l'organisation, au cariste manutentionnaire.

CHACQUE JOUR, les marchandises entrent et sortent de l'entrepôt, à destination des points de vente. L'activité principale du cariste, c'est la manutention au service du stockage et du déstockage des marchandises. Il les transporte d'une zone à l'autre de l'entrepôt. Selon l'organisation, il participe à la réception, au chargement et au déchargement des camions, au stockage, à la préparation de commandes, à l'emballage et à l'expédition. Ces tâches sont accomplies manuellement ou à l'aide d'un engin de manutention (le chariot élévateur).

Également associé au contrôle de la quantité et de la qualité de la marchandise, le métier de cariste nécessite de la méthode, de l'or-

Après avoir occupé un poste en opérateur machines numériques, puis différents emplois, Manuel, à l'âge de 35 ans, décide de passer un certificat de cariste. Aujourd'hui, avec cinq ans d'expérience, il s'occupe spécifiquement du réapprovisionnement pour les préparateurs de commandes dans le secteur du chocolat, café, bonbons et petits pots. Il raconte sa journée : « Prise de poste à cinq heures du matin. On arrive, on fait le tour du chariot pour savoir si tout est en état, on vérifie que la bande de roulement n'est pas défectueuse. On fonctionne par informatique, chacun a son code identifiant. Chaque cariste a sa place affectée. Les préparateurs par

le biais du vocal (radio guidage) nous font la demande de tel ou tel produit. Immédiatement, ça nous déclenche un réapprovisionnement sur les écrans et nous allons chercher leurs palettes dans l'entrepôt ». Il montre le picking : « Chaque produit a un picking (une référence) et une adresse avec un code détrompeur. Théoriquement il est impossible de se tromper ». Manuel souligne les qualités qu'il faut avoir, en ce qui concerne l'entraînement physique : « Parfois on sent passer les secousses quand on va chercher une palette. Il nous arrive d'aller chercher 600 kg à une tonne de marchandises perchées à 8 m de haut ! ».

ganisation, de l'adresse et de la précision. La maîtrise des règles de sécurité (manutention et circulation dans l'entrepôt), des connaissances en informatique et le goût du travail en équipe sont également des compétences nécessaires. Ouvert à des personnes débutantes, ce métier exige une formation à la conduite des engins de manutention. ■

DIPLÔMES

- CAP agent d'entreposage et de messagerie, BEP logistique et commercialisation
- CACES (certificat d'aptitude à la conduite des engins en sécurité)



PORTRAIT

Frédéric, 27 ans, préparateur de commandes, à Lieusaint (77)

Le casque sur les oreilles, talkman à la ceinture, Frédéric explique : « le talkman c'est notre outil de travail, on communique avec toute la journée pour la préparation de commandes ». Équipé de chaussures de sécurité spécialement coquées pour prévenir d'éventuelles chutes de colis, il récupère son chariot après avoir enclenché son mot de passe. Il déclare : « on n'a pas de bons de commande, tout est transmis par le système informatique. Une voix affecte les quais et les magasins et indique l'ordre de préparation et de livraison des colis. Ce nouveau système nous permet de ne pas avoir de retard dans les délais d'expédition ». Il montre le 1^{er} picking à prélever et précise : « la voix nous donne le nombre de colis pour chaque palette, nous travaillons toujours par deux palettes ». Il utilise un code détrompeur « on sort telle étiquette de telle imprimante et on a toujours ces codes pour vérifier que nous avons bien fait tel colis ». Frédéric suit des formations de gestes et postures tous les ans « ce qui est bien utile » car, précise-t-il, « on soulève 4 à 5 tonnes par jour ». Ses projets pour l'avenir ? « Je voudrais devenir chef d'équipe. »

PRÉPARATEUR DE COMMANDES (H/F)

En entrepôt, le préparateur de commandes a pour mission principale la préparation matérielle des commandes des clients de l'entrepôt : les magasins. Il effectue une manutention manuelle des produits ou utilise un chariot automoteur, non élévateur.

CE PROFESSIONNEL de la logistique réalise la préparation des commandes en appliquant les procédures, et dans un souci de qualité et de fiabilité. À l'aide des documents de préparation, souvent informatisés, il assure les démarches administratives de début et de fin de préparation. Répérer les marchandises dans

l'entrepôt, vérifier la conformité par rapport à la commande sont les premières étapes de sa démarche. Le préparateur de commandes prélève et place correctement les marchandises sur leur support de préparation (roll ou palette), pour les acheminer ensuite jusqu'au quai prévu dans la zone d'expédition. Son outil de travail est un chariot automoteur non élévateur dont il surveille le bon fonctionnement, en prévenant les pannes. Le préparateur de commandes doit respecter les règles de conduite et de sécurité.

En relation avec les services admi-

nistratifs, il y retire les documents de préparation, puis travaille en équipe avec les caristes manutentionnaires. Il doit être doté d'une bonne résistance physique. L'acquisition des gestes et des postures adaptées est capitale.

Placé au cœur de la chaîne logistique, ce métier nécessite de l'ordre, de la méthode et le sens de l'organisation. ■

DIPLÔMES

- BEP logistique et commercialisation
- Bac pro logistique

RÉCEPTIONNAIRE DE PRODUITS FRAIS (H/F)

PORTRAIT

Carlos, 38 ans, Adjoint responsable réception à Lieusaint (77)

Carlos travaille depuis 16 ans dans l'entrepôt. Il a débuté comme cariste et, après avoir occupé la fonction d'agent principal au service emballage, il est devenu, il y a quatre ans agent principal réception. Dans un entrepôt de 30 000 m², il gère neuf personnes. Chaleureux et souriant, il présente son bureau, où s'animent les réceptionnaires. À poste dès 5 h du matin, son premier contact est avec le gardien (poste de sécurité) : « pour mettre à quai les fournisseurs, les marchandises qui sortent du camion. Ensuite on réceptionne avec les contrôleurs la marchandise pour pouvoir effectuer les préparations à l'intérieur de l'entrepôt. Ensuite elle sera acheminée en expédition en service client magasin ». Une des préoccupations principales est de faire respecter les heures de rendez-vous des fournisseurs « moi je place les fournisseurs des camions, je les positionne par heure, je transmets les dossiers aux contrôleurs qui doivent vérifier les produits ». Carlos aime s'occuper du management : « j'aime l'organisation, gérer le travail. Être là pour assurer le bon déroulement des rendez-vous, afin de satisfaire le client au niveau de la livraison de la marchandise ».



Matériel de manutention, de contrôle (balance, sonde), de nettoyage... autant d'appareils qu'utilise le réceptionnaire de produits frais, afin de contrôler fruits, légumes, produits laitiers... dans le respect des règles d'hygiène et de sécurité.

LE RÉCEPTIONNAIRE a pour mission principale le contrôle des produits livrés à l'entrepôt : contrôle de leur qualité et de leur quantité. À partir des documents de réception, la « liasse », le réceptionnaire réalise un contrôle administratif puis physique des marchandises. Il identifie d'abord la nature de la réception auprès des transporteurs, puis participe à l'organisation de l'activité sur le quai de réception de l'entrepôt. Il réalise ensuite le contrôle physique des marchandises avec les outils appropriés à la spécificité des produits frais. Son rôle est fondamental, car il participe de la qualité et de la sécurité

alimentaire : contrôle visuel, olfactif, tactile, de température. Il détecte et écarte ainsi les marchandises non conformes. Selon la taille et l'organisation de l'entrepôt, le réceptionnaire est en relation constante avec son chef d'équipe ou le responsable de l'entrepôt, avec le laboratoire, et avec les transporteurs. Son métier, exercé sous la direction du responsable d'entrepôt, exige de l'autonomie, de l'attention et de la rigueur. Une part du travail est administratif et consiste à remplir les documents de réception. Pour cela, il respecte les consignes de travail internes et leurs procédures. Selon le type d'entreprise, il utilisera ou non un ordinateur. Le réceptionnaire de produits frais a toujours à l'œil son planning de livraison. ■

DIPLÔMES

- CAP agent d'entreposage et de messagerie
- BEP logistique et commercialisation
- Bac pro logistique



EN MAGASIN

VENDRE

La distribution alimentaire représente plus des 2/3 du marché des produits alimentaires. Les innovations du secteur agroalimentaire ont accompagné l'évolution des modes de vie et des comportements des consommateurs. Le développement des nouvelles technologies (informatique, commerce électronique...) a transformé les métiers de la grande distribution.

Dans le secteur de la vente, les relations avec les clients sont au cœur de la réussite d'une enseigne. En magasin, les managers ont pour mission de fidéliser la clientèle, d'animer l'offre commerciale et de services.

De plus, le développement durable est devenu un enjeu primordial: la qualité des produits, l'hygiène et la sécurité alimentaire requièrent de nouvelles compétences.

Enfin, il y a place pour les jeunes professionnels en boulangerie, boucherie, et poissonnerie.

GÉRANT DE MAGASIN DE PROXIMITÉ (H/F)



Responsabilité, autonomie, gestion, vente, accueil... autant d'activités pour un métier où les offres d'emploi durable sont nombreuses.

INDÉPENDANT ou affilié à un groupe de distribution dont il bénéficie de la logistique et des conseils, le gérant de magasin de proximité est un commerçant, à la tête de son magasin. Il existe en France une trentaine d'enseignes de proximité comme Petit Casino, Eco Service, Spar, 8 à Huit, G20, Vins Nicolas, Picard surgelés... Maître à bord de sa propre organisation, le gérant prépare l'animation commerciale du magasin et développe sa clientèle. Il gère ses stocks, les approvisionnements, la mise en rayon. Il travaille dans des villages, des petites et grandes villes. La possibilité de construire le projet professionnel à deux, en couple est vivement encouragée par les groupes de distribution partenaires.

Être gérant, c'est avoir le sens de l'accueil, de la convivialité. C'est essentiel, car tenir un commerce de proximité, c'est participer à la vie du quartier ou du village. C'est aussi

PORTRAIT

Gérard, gérant de proximité à Asnières (92)

Son magasin est à l'image de son amour pour son métier. À l'extérieur, les fruits et légumes de saison s'étalent devant nos yeux éblouis de tant de couleurs, de diversité et d'alignements parfaits. On franchit la porte. Évelyne et Gérard accueillent leurs clients avec chaleur et sympathie. Une cliente témoigne à la caisse : « Depuis qu'ils sont arrivés, il y a un an, j'ai été tout de suite séduite ! Depuis, je leur suis fidèle. » Gérard est gérant depuis l'âge de 22 ans. Il se souvient : « Déjà quand j'étais gamin dans la Sarthe, je voyais passer le camion de l'épicier dans les campagnes et je disais : quand je serai grand, je ferai

comme lui ». Gérard incarne le vrai épicier de quartier, soucieux de ses clients et attentif au choix de ses produits. Il passe une grande partie de son temps à soigner ses rayons : « Sans arrêt, je fais le facing, je suis à l'affût de tout ce qui pourrait ne pas être en bonne place dans le magasin. » Pour lui, travailler avec Évelyne est un avantage incontesté : « J'aime beaucoup travailler avec ma femme, on est tous les deux, c'est la vraie vie de couple. » En parlant de son avenir professionnel, Gérard déclare : « Si le groupe m'offrait une opportunité : un magasin plus important, un chiffre d'affaires plus fort, ça m'intéresserait. »

montrer de la disponibilité afin de répondre aux attentes des clients, de la réactivité pour s'adapter à leur environnement, leurs caractéristiques, leurs horaires et leurs contraintes (par exemple pour les livraisons). Enfin, la tenue du gérant se doit d'être parfaite !

Le métier de gérant fait appel à des qualités de vendeur et de gestionnaire. Il faut souligner à ce sujet que le revenu du gérant dépend de son chiffre d'affaires. La rigueur est également indispensable, en particulier pour répondre à l'exigence de fraîcheur et de qualité des produits frais.

Après quelques années d'expérience, il est possible d'évoluer au sein du groupe de distribution partenaire, en devenant responsable de magasins plus grands ou délégué commercial du groupe. ■

FORMATION

Formation avec cursus adapté organisé au sein des groupes de distributions partenaires : initiation aux techniques de vente et de gestion administrative, organisation logistique, mise en situation réelle au sein d'un organisme de formation. Programme de formation continue individualisé et progressif.



PORTRAIT

Sandra,
28 ans, directrice
de supermarché
à Châtillon (92)

Sandra incarne l'avenir du métier. Elle déclare avec le sourire : « Je suis un chef d'orchestre ! » Fille de commerçants, Sandra travaille sur les marchés dès l'âge de 16 ans. Elle poursuit ses études tout en travaillant dans la grande distribution. Un diplôme d'école de commerce en poche, elle occupe, à l'âge de 24 ans, son premier poste de directeur de supermarché. Attachée à l'autonomie de ses équipes, elle maintient aussi une présence chaleureuse auprès de l'ensemble de ses collaborateurs. Elle est restée dans le domaine de l'alimentaire parce que, comme elle l'explique, « mettre en valeur le rayon frais, théâtraliser les produits comme les fruits et légumes, je trouve cela passionnant ». Sandra aime la diversité de ses tâches et la possibilité de changer tous les trois ans de cadre. Elle relève avec enthousiasme : « On s'appuie sur le siège pour toutes les questions de réglementation, d'hygiène, de gestion du personnel. Mais, tout en respectant la politique et l'image de l'enseigne, nous sommes totalement responsables de notre entreprise. » Elle souligne avec satisfaction : « Plus ça va, plus on donnera une dimension importante à ce poste qui est le nerf de la guerre. »

DIRECTEUR DE SUPERMARCHÉ (H/F)

Spécialiste de nombreux domaines – commercial et management en particulier –, le directeur de supermarché est responsable des activités de son magasin et de l'atteinte des objectifs fixés avec sa hiérarchie.

VÉRITABLE CHEF D'ENTREPRISE, le directeur de supermarché coordonne l'ensemble des activités du magasin. Il est responsable de la gestion de son magasin, de son animation commerciale et du management des équipes. Il veille à la tenue des rayons, à la bonne implantation des produits, et à la lisibilité de l'offre produits et services de son enseigne. Présent sur le terrain, dans les rayons, auprès de ses collaborateurs, il veille également à ce que les règles d'hygiène soient rigoureusement respectées. Il recrute les équipes, est attentif à leur évolution de carrière et définit les besoins en formation. La gestion représente une partie importante de son travail, puisqu'il est chargé de l'élaboration des budgets, de leur suivi, de l'évolution des ventes et du chiffre d'affaires. Le directeur de supermarché est autonome, mais il applique les directives de

l'enseigne dans les domaines de la promotion, de la présentation des marchandises et de l'assortiment. Être un bon gestionnaire, organisé, avoir de l'imagination, sont des qualités indispensables pour mener à bien cette activité. Il faut également aimer le contact, pour pouvoir gérer les relations sur le terrain avec les employés, les clients, les élus locaux, les commerçants...

Après avoir dirigé un premier supermarché, le directeur de supermarché peut prendre la tête d'un hypermarché ou devenir directeur régional. Il peut également évoluer vers un poste de responsable au siège social : marketing, ventes, achats, contrôle de gestion, ressources humaines... Les évolutions à l'international représentent également de belles opportunités. ■

DIPLÔMES

- BTS management des unités commerciales
- DUT techniques de commercialisation.
- Licence professionnelle (ex. : Distech)
- Écoles de commerce

MANAGEUR RAYON HYPER (H/F)

Responsable d'un rayon, il anime, forme, motive une équipe d'employés commerciaux et de vendeurs dans un rayon spécialisé.



PORTRAIT

Jérôme,
30 ans, manager rayon, Paris-La Défense (92)

Jérôme est dans son bureau. Il négocie avec les fournisseurs les futures commandes de son rayon : « Ce sont des activités intéressantes. Par exemple dans le rayon salé, l'événement est actuellement le nouvel an chinois. Alors je réfléchis : que me propose la centrale ? Comment présenter tel produit ? Je vais essayer d'aller dénicher le petit produit qui, à côté, fera la différence. » Il descend dans son rayon, contrôle le remplissage et la propreté du linéaire. Reconnaisable aux couleurs de l'enseigne appliquées sur son vêtement, il se fait arrêter par une cliente qui lui demande où se trouve sa sauc

tomate préférée. Toujours actif, Jérôme organise également des formations pour son équipe. « Pour la fin de l'année, on a une formation sur le foie gras, dégustations à l'appui ! » Sa plus grande satisfaction, « c'est quand l'équipe commence à vous suivre ». Pour Jérôme, ce métier qui a de l'avenir « permet d'avoir des satisfactions rapides. Quand une opération marche bien, on le sait le jour même. On voit comment les gens réagissent et les chiffres du lendemain s'en ressentent ». Plus tard, il désire s'orienter « vers la gestion/logistique » et « devenir responsable qualité/environnement ».

ACTEUR ESSENTIEL de l'hyper-marché, le manager rayon est responsable de l'organisation et de l'animation de son équipe (5 à 10 personnes, voire plus). Il travaille en étroite collaboration avec le directeur du magasin (ou le responsable du département) à la définition des objectifs commerciaux de son unité.

Responsable de la mise en œuvre de la politique commerciale de son rayon (assortiment, prix, implantation du rayon, organisation des ventes...), il doit développer les ventes du rayon. Pour cela, il supervise la mise en rayon et le réassortiment des produits au quotidien. Il veille à la propreté de son linéaire. Le manager rayon commence sa journée par l'analyse du chiffre d'affaires de la veille. Puis il réunit les membres de son équipe et fait le point sur l'activité du rayon et sur les points à améliorer. Le feu vert pour la mise en rayon est ensuite lancé. La journée se répartit entre le contrôle du travail des employés, la mise en place et la vérification du balisage et de l'étiquetage, ainsi que celle des panneaux publicitaires pour les plans promotionnels des prochains jours ; avec en plus la gestion administrative : préparation des commandes, gestion des stocks, analyse des résultats économiques.

Sens des responsabilités, qualités commerciales, bonne connaissance des produits et des techniques de gestion sont les compétences nécessaires pour exercer ce métier. S'y ajoutent la capacité d'écoute, le goût des contacts et la motivation pour piloter une équipe. ■

DIPLÔMES

- BTS management des unités commerciales
- DUT techniques de commercialisation

MANAGEUR SECTEUR CAISSES HYPER (H/F)



PORTRAIT

Sylvain,
32 ans, chef de caisses,
Brétigny-sur-Orge (91)

C'est à l'âge de 26 ans, après une formation universitaire en droit du travail et en ressources humaines, que Sylvain intègre l'univers de la grande distribution.

Il explique, le sourire aux lèvres :

« Le métier de chef de caisses dans la grande distribution, pour moi c'est le meilleur métier de responsable au niveau de l'encadrement, parce qu'on lie la satisfaction du client aux rapports humains. » Habillé de la tenue professionnelle de l'enseigne, il encadre 50 hôtes et hôtesse de caisse. Il précise : « Le côté positif du métier, c'est la variété. Il faut s'adapter à toutes sortes de situations et de gens et savoir tout faire : permettre au magasin d'optimiser ses frais de personnel, tout en générant un maximum de satisfaction client. Il faut savoir travailler dans l'instant. »

Le téléphone à la main, il explique :

« Là on m'a appelé parce qu'il y avait un problème de débit sur une carte de l'enseigne et l'hôtesse de caisse a demandé mon autorisation pour accepter un bon d'achat. »
« Je commence dès 7 h 30 du matin. On démarre avec la vérification du système monétique de caisse, la transmission aux hôtes et hôtesse de la feuille du jour avec toutes les informations pour la journée. »

Dans l'avenir, Sylvain souhaite s'orienter vers un poste de formateur, « pour devenir un référent dans mon métier », précise-t-il.

Chargé de veiller au bon déroulement de l'enregistrement et de l'encaissement des marchandises, le manager secteur caisses recrute, forme et motive son équipe, afin de garantir un bon accueil de la clientèle et l'application efficace des procédures de gestion.

CHEF D'ORCHESTRE essentiel de l'hypermarché, il assume les missions d'accueil des clients entrants et sortants. Il s'assure du bon passage des clients en caisse, en planifiant l'organisation et la répartition des horaires de travail et en veillant en permanence à l'adaptation au flux clients. Son objectif est de fidéliser la clientèle. Pour cela, il s'occupe de la fluidité du comptoir accueil du magasin. Il est en charge de la réception et de l'information du client, du bon déroulement des opérations, de la gestion de l'ensemble des moyens de paiement et des cartes de fidélité, du retour marchandises, des remboursements et de l'accueil téléphonique.

Collaborateur direct du directeur du magasin, il est garant de la bonne application des processus et règles d'encaissement des clients. L'équipe qu'il dirige est constituée de responsables de caisse et d'hôte(ss)e de caisse. Il en assure le management : recrutement, définition des horaires, formation, évaluation, motivation. Il peut être amené à aller en caisse, lors des périodes de forte affluence. Ce travail demande une bonne capacité managériale afin d'augmenter les compétences de l'équipe.

Il est indispensable de faire preuve de rigueur, d'autonomie, mais aussi d'écoute et de diplomatie pour gérer les questions relationnelles, humaines et techniques, sur le terrain. Sourire et dynamisme sont requis pour mener à bien cette fonction. ■

DIPLÔMES

- Formation commerciale :
Bac + 2 à bac + 5



PORTRAIT

Fatna, vendeuse au rayon fromages à la coupe à Châtillon (92)

Décor aux fleurs d'automne, fromages disposés sur des paniers sur fond ocre, marron et jaune. Pendant que Fatna montre les armoires frigorifiques où elle range les produits, un de ses collègues arrive avec une grande meule de gruyère suisse et lui demande où il doit la poser. Fatna a rejoint le rayon fromages à la coupe « par coïncidence », dit-elle. Après trois années d'expérience, elle en est depuis six mois responsable. Elle vit son métier avec passion : « J'aime travailler manuellement. Chez moi, je prépare souvent des gâteaux. Présenter et couper le fromage, c'est un peu la même chose, mais cette fois-ci, c'est pour les clients. » Fatna dispose d'un assortiment de 47 fromages. Elle les dispose sur des feuillets de paille, qu'elle prédécoupe. « J'aime présenter les produits, c'est comme si c'était pour moi. Je change les napperons, je place les étiquettes, je travaille la décoration avec les différents paniers. » Une cliente arrive : « Je voudrais un morceau d'emmental s'il vous plaît ». Fatna, le couteau de fromager en main, fait une démonstration de coupe : « En général, on commence la découpe des fromages par le bout ; en revanche, pour les fromages ronds comme la tome, le saint-nectaire fermier, le chaume ou le saint-paulin, on les coupe comme un gâteau, en six parts quand on les prépare à la vente en libre-service. »

VENDEUR DE PRODUITS FRAIS (H/F)

Jambonneaux, guirlandes de saucisses, coussins de fruits : cerises, prunes couchées sur des lits de feuilles, pêches soyeuses, fromages dans des paniers plats... le vendeur de produits frais cherche à rendre son rayon toujours plus alléchant et odorant.

EN PREMIÈRE LIGNE, face au client, le vendeur de produits frais informe, conseille et vend les produits de l'entreprise. Il travaille aussi à la préparation et à la présentation des produits et assure la bonne tenue de son rayon.

L'excellente qualité et la fraîcheur des produits proposés sont de sa responsabilité. Il participe à la gestion de son rayon : passation des commandes, contrôle des réceptions, traitement des retours marchandises, préparation et réalisation des inventaires. Son domaine

est celui d'un rayon frais spécialisé : fruits et légumes, charcuterie-traiteur, fromages à la coupe, poissonnerie...

Pour assurer la présentation des produits en respectant leur nature selon leur catégorie, il doit garantir les règles d'hygiène : nettoyage, rangement, contrôle des températures et élimination des produits ne réunissant plus les qualités requises pour la vente et la consommation. Le vendeur produits frais a une connaissance parfaite des produits. C'est souvent un passionné qui aura à cœur de conseiller le client sur un mode de préparation, un accompagnement, une recette...

Il maîtrise aussi les techniques de préparation (utilisation du matériel de découpe) et de présentation (étal, bac, présentoir...).

La grande distribution offre de nombreuses perspectives d'évolution. Après plusieurs années d'expérience, un vendeur en produits frais peut évoluer vers des responsabilités de manager ou de responsable de magasin de proximité. ■

DIPLÔMES

- CAP employé de vente spécialisé
- BEPA services, spécialité vente de produits frais
- MC vendeur spécialisé en alimentation
- Bac pro métiers de l'alimentation



PORTRAIT

Marie-Paule, employée commerciale libre-service produits laitiers à Châtillon (92)

« Ça a toujours été mon rêve, le commerce. Je vis la réalisation de ce rêve ! » Sans formation préalable, Marie-Paule est entrée dans son entreprise il y a 13 ans. Elle y réalise ce qu'elle a toujours voulu faire : vendre, passer des commandes et gérer un rayon de produits frais. Elle raconte : « Dès 6 h du matin, je contrôle les stocks de la veille. Je me sers de mon cadencier pour effectuer les commandes et vérifier la livraison des marchandises. Le cadencier est un feuillet où tous les produits sont notés par un système de code et de noms. » Attentive à l'alignement des produits, elle s'occupe du réassortiment toute la matinée. Fière de son rayon, elle montre le linéaire d'hiver où yaourts et produits laitiers de saison ont trouvé leur place. « On fait une implantation du rayon deux fois par an. Maintenant ce sont les mousses aux fruits, au chocolat et les crèmes sucrées qui vont se vendre. Je vais donc veiller pendant six mois à ce que ces produits ne soient jamais en rupture. » Marie-Paule est confiante pour l'avenir : « C'est un secteur qui bouge. Ce métier qui demande un sens accru des responsabilités est un tremplin pour évoluer vers un poste de chef rayon frais, voire plus. »

EMPLOYÉ COMMERCIAL (H/F)

Force logistique d'un magasin, l'employé commercial est placé sous la responsabilité directe d'un manager de rayon. Sa mission consiste à s'assurer que la présentation et la clarté du rayon répondent à l'attente de la clientèle et facilitent leur choix.

LE TRAVAIL de l'employé commercial n'a qu'un but : permettre aux clients de trouver, à tout moment de la journée, une surface de vente en parfait état. À chaque fois que cela est nécessaire, il renseigne le client sur l'emplacement des produits dans le magasin. Il approvisionne son rayon en contrôlant la rotation des produits et veillant au rangement et à l'esthétique du linéaire. À cela s'ajoute la mise en valeur des produits nouveaux et des promotions. En amont, il prépare, propose et passe tout ou partie des commandes, à l'aide d'un cadencier et de l'informatique. Il assure la réception, la tenue des réserves, le rangement et la propreté du rayon. Que ce soit en libre-service ou en vente contact, l'employé commercial est présent quotidiennement sur la surface de vente et en résér-

ves, et se déplace entre les deux. Lorsqu'il travaille dans les rayons alimentaires, il veille également à la durée de vie des produits. Ces responsabilités exigent de l'organisation, une bonne connaissance des produits, de leurs stocks disponibles et de leur rotation. Présentation soignée, résistance physique et esprit d'équipe sont indispensables pour ce métier de contact. L'employé commercial doit être rapide, autonome et doté d'une bonne mémoire. Des notions de gestion seront un atout incontesté pour progresser. Sens du commerce, goût de la gestion, de l'animation d'équipe et des responsabilités lui permettront d'accéder rapidement à un poste de vendeur, de second ou d'adjoint de rayon. ■

DIPLÔMES

- CAP employé de commerce multispécialité
- CAP employé de vente spécialisé
- BEP vente action marchande
- Bac pro commerce

PORTRAIT

Charles, boucher dans un supermarché en région parisienne

Habillé du tablier de protection en aluminium, les mains protégées par des gants de maille, Charles s'affaire dans son laboratoire. Il vient d'une famille qui était déjà dans le métier. Après avoir passé un CAP en boucherie, il a travaillé pendant une dizaine d'années en boucherie traditionnelle. Selon lui, la formation en apprentissage est très importante. « On travaille sur la matière, on prépare devant le client, on épluche, on désosse. On a le temps d'observer et d'apprendre son métier. » Depuis qu'il est entré dans la grande distribution, il apprécie « la souplesse des horaires ». Tout en décrivant son activité, il prépare la coupe de la viande pour la journée. « Là on va démonter les épaules, les côtes et le gigot de l'agneau pour que tout soit prêt pour demain. » Après la mise en barquette, il explique : « La conditionneuse va rentrer le numéro de l'étiquette de la viande en machine et on l'envoie au rayon. » Charles aimerait dans l'avenir « évoluer vers un poste d'adjoint et devenir chef boucher ».



BOUCHER (H/F)

Viandes crues ou cuites, plats cuisinés, spécialités bouchères, pâtisseries charcutières... le boucher propose un étal appétissant et varié au client.

LE BOUCHER choisit sa viande et maîtrise son approvisionnement. Il découpe en quartiers, sélectionne jarrets, blancs de poulet, pieds de porc, pièces de bœuf. Il désosse, dégraisse, dénerve et pare la viande pour la transformer en morceaux qu'il présentera en libre-service ou en rayon. Il s'agit là d'un métier technique qui impose un savoir-faire, tant pour garantir la saveur que la qualité de la viande. Aussi bon commerçant que fabricant, il s'occupe de l'élaboration des viandes et propose des morceaux farcis ou composés, appelés couramment spécialités bouchères.

Il exprime sa compétence d'artisan, d'abord dans le secret de son laboratoire, ensuite face au consommateur devant lequel il démontre son art de la découpe.

Le boucher écoute et conseille les clients sur le choix des morceaux et la façon de les cuisiner. L'origine et la qualité de la viande, la traçabilité (suivi de la viande du pré à l'étal) deviennent un élément capital. Le boucher est souvent une vraie personnalité dont le professionnalisme rejaille sur l'ensemble du magasin. Levé tôt, debout et au froid, le boucher exerce un métier qui demande de la passion pour ses produits, le sens du commerce et le goût du conseil, de la résistance physique, une tenue personnelle irréprochable et une hygiène rigoureuse dans l'entretien du matériel. L'adresse

manuelle est indispensable pour l'utilisation des couteaux, feuilles, scies...

Le secteur recherche des bouchers, et les entreprises proposent de nombreuses formations professionnelles continues, qui permettent de devenir rapidement manager. Il n'est pas rare de rencontrer des directeurs de supermarché, anciens bouchers. ■

DIPLÔMES

- CAP boucher
- BEP alimentation spécialité boucherie
- BEPA agrolimentaire spécialité transformation des viandes
- Bac pro métiers de l'alimentation spécialité boucherie
- BP boucher

BOULANGER (H/F)



Baguettes fraîches, pains au sésame, aux figues, au fromage, croissants... le boulanger exerce un métier créatif !

HÉRITAGE d'un savoir-faire ancien, la fabrication du pain comporte plusieurs étapes : pétrissage de la pâte, façonnage des pâtons, fermentation sous l'action du levain naturel, enfournage, cuisson et repos du pain. Offrir des pains de qualité demande une surveillance pointue. La pousse du pain (fermentation) doit être interrompue au bon moment.

Le boulanger commence à l'aube. La première fournée doit être prête pour l'ouverture du rayon. Être boulanger est plus qu'un métier, presque une vocation. L'hygiène, la propreté, le soin, la rigueur, la résistance physique et le sens du contact, sont des qualités indispensables. Le métier a évolué pour offrir aux consommateurs une grande variété de fabrications. Le boulanger est aussi un commerçant qui participe à la gestion du

PORTRAIT

Didier,
38 ans, second de boulangerie, Brétigny-sur-Orge (91)

De la farine sur les cils, une blouse blanche, la toque du boulanger sur la tête, Didier nous accueille dans son laboratoire, avec entrain et enthousiasme. Un ciseau à la main, il découpe la pâte qui sort de la volumétrie (coupeuse automatique), la glisse dans de l'eau et y ajoute graines de pavot ou sésame. Tout en comptant le nombre de pains découpés dans le levain, il confie : « Moi ce que j'aime, c'est faire du pain ; je fais ce métier depuis l'âge de 14 ans. C'est un métier qui m'a toujours attiré. » Avec jovialité, Didier décrit son activité : « On fait le pétrissage à la main.

On a une diviseuse et on arrive à sortir pratiquement 1 000 baguettes à l'heure. » En montrant le pétrin, il précise : « Là, il y a 163 kg de pâte qui tournent pour faire à peu près 480 baguettes. » Sa fierté, c'est la fabrication du pain « filière » ; tout en le faisant sentir, il explique : « Pour la fabrication, le pétrissage va être lent, ça va faire un pain alvéolé, de couleur jaune avec une odeur... et un goût de noisette. » Toujours en mouvement entre la machine à levain, le tapis à pain et la chambre de pousse, Didier répond aux clients tout en dirigeant son équipe.

rayon. L'arrivée de nouvelles techniques de fabrication a rendu le travail de nuit moins pénible, mais il est nécessaire de s'adapter à un rythme décalé.

Après quelques années d'expérience, le boulanger peut devenir manager. Une carrière à l'international peut lui être proposée ; il a aussi la possibilité de s'installer à son compte ! ■

DIPLÔMES

- CAP boulanger
- BEP alimentation spécialité boulanger
- Bac pro métiers de l'alimentation spécialité boulanger
- BP boulanger
- BM boulanger

POISSONNIER (H/F)



PORTRAIT

Alexandre, 30 ans, adjoint rayon poissonnerie, Paris-La Défense (92)

Alexandre a le visage souriant. Habillé de sa tenue professionnelle : tablier blanc en plastique, bottes antidérapantes et gants, il est très enthousiaste à l'idée de parler de son métier. En quelques années, sans formation préalable, il est passé d'un job d'été à la fonction d'adjoint rayon poissonnerie. Expansif dans sa description du métier, il raconte : « Ça fait 11 ans que je fais ce métier et j'ai toujours le même punch. Au début c'était la découverte. Je savais tout juste reconnaître les huîtres ! J'ai tout appris sur le terrain. » Il pénètre dans sa réserve et ajoute : « La journée commence tôt : entre 4 h et 6 h du matin. On monte la glace, on construit des murs, comme des igloos...

Ensuite, on peut disposer les produits. En ce moment, ce qui marche bien, c'est le bar sauvage. On vend aussi beaucoup de gamme exotique : mérou et barracuda. » Alexandre insiste : « C'est un beau métier parce qu'on fait plein de choses : suivi des températures, commande-client, rangement des rayons. Les jeunes ont beaucoup de choses à apprendre dans ce métier. » Installé derrière son étal, il fait une démonstration : « Un portefeuille, c'est garder le poisson entier et retirer juste l'arête. Ça demande du doigté, il faut que ce soit impeccable. C'est comme pour lever un filet : en trois coups de couteau, et on ne doit pas en voir la trace. »

Quand ils achètent des produits de la mer, les clients apprécient d'être conseillés par un spécialiste de la découpe et de la préparation du poisson : le poissonnier.

POISSONS blancs, noirs, gris, rouges, crevettes petites ou grandes et coquillages... le poissonnier vend les produits de la mer. Tôt le matin, après la réception des produits et le contrôle de leur qualité, il prépare son rayon. Il commence par la glace puis dispose les produits en soignant leur présentation : harmonie des tailles et des couleurs. Pour leur redonner de la brillance, il lave régulièrement les poissons. Le poissonnier doit respecter la chaîne du froid qui assure la conservation du poisson depuis le chalutier jusqu'au rayon, ainsi que les règles d'hygiène. À la demande du client, il prépare et transforme le poisson. Il l'épète, l'écaille, le vide, le tranche, prépare les filets et ouvre les coquillages.

Il connaît parfaitement les différentes variétés de poissons et conseille ses clients sur la manière de les cuisiner. Ce métier nécessite une aisance manuelle certaine pour manipuler tous les outils : couteau à filet, écailleur, gros couteau pour les gros poissons (thon, cabillaud...), couteau à huîtres. Après plusieurs années d'expérience, s'il a le goût de la gestion

et de l'animation d'équipe, le poissonnier peut évoluer comme manager. ■

DIPLÔMES

- CAP poissonnier
- BEP alimentation spécialité poissonnier
- Bac pro métiers de l'alimentation spécialité poissonnerie



PORTRAIT

Marine, 20 ans, hôtesse de caisse, Paris-La Défense (92)

Après un BEP Carrières sanitaires et sociales, elle découvre l'univers de la grande distribution.

Élue « coup de cœur » de la semaine après sept mois d'activité, Marine parle de son métier avec conviction et enthousiasme. « Dans ce métier, il faut savoir gérer le client, le mode de paiement, sa caisse, son temps. Il faut évaluer le nombre de clients en attente. On peut avoir un rôle de conseil, même si on n'a pas beaucoup de temps. Les gens posent des questions sur les articles, les promotions, la carte fidélité ». Située à l'entrée du magasin, Marine a occupé les différentes places de caissière : en panier (hôtesses dos à dos), en îlot (en face à face), mais ce qu'elle préfère c'est être en caisse minute. « Ce sont des caisses où les clients passent eux-mêmes leurs articles. Moi je suis derrière l'ordinateur ou derrière eux pour les aider quand ils ont un souci. À ce poste, il y a plus de mouvements et plus de possibilités d'évoluer par la suite ». Marine sait nouer le contact avec les clients et répondre à certaines situations difficiles.

« Ce que j'aime bien, c'est la relation avec le client, même si c'est parfois un peu dur. Il y a des journées où les gens râlent beaucoup, là il faut être très « zen ». Savoir se contrôler, prendre les choses avec le sourire et en général, ça se passe bien ».

HÔTESSE DE CAISSE (H/F)

L'hôtesse de caisse exécute les opérations d'encaissements. Rapidité et convivialité sont les qualités essentielles de cette fonction.

L'HÔTESSE DE CAISSE est chargée de contrôler les marchandises au passage en caisse. Elle enregistre les produits au clavier ou au scanner. Elle effectue les encaissements en utilisant une caisse enregistreuse avec touches de ventilation. Depuis l'arrivée des codes barres, la lecture automatique des prix a allégé son travail. Cependant le rythme s'en trouve accéléré. En fin de journée, elle remet son fonds de caisse au service comptabilité. L'hôtesse doit maintenir la caisse et son environnement en état de propreté.

En hypermarché, supermarché, ou magasin de proximité, l'hôtesse

de caisse doit être souriante et avoir une bonne présentation afin d'accueillir les publics les plus divers.

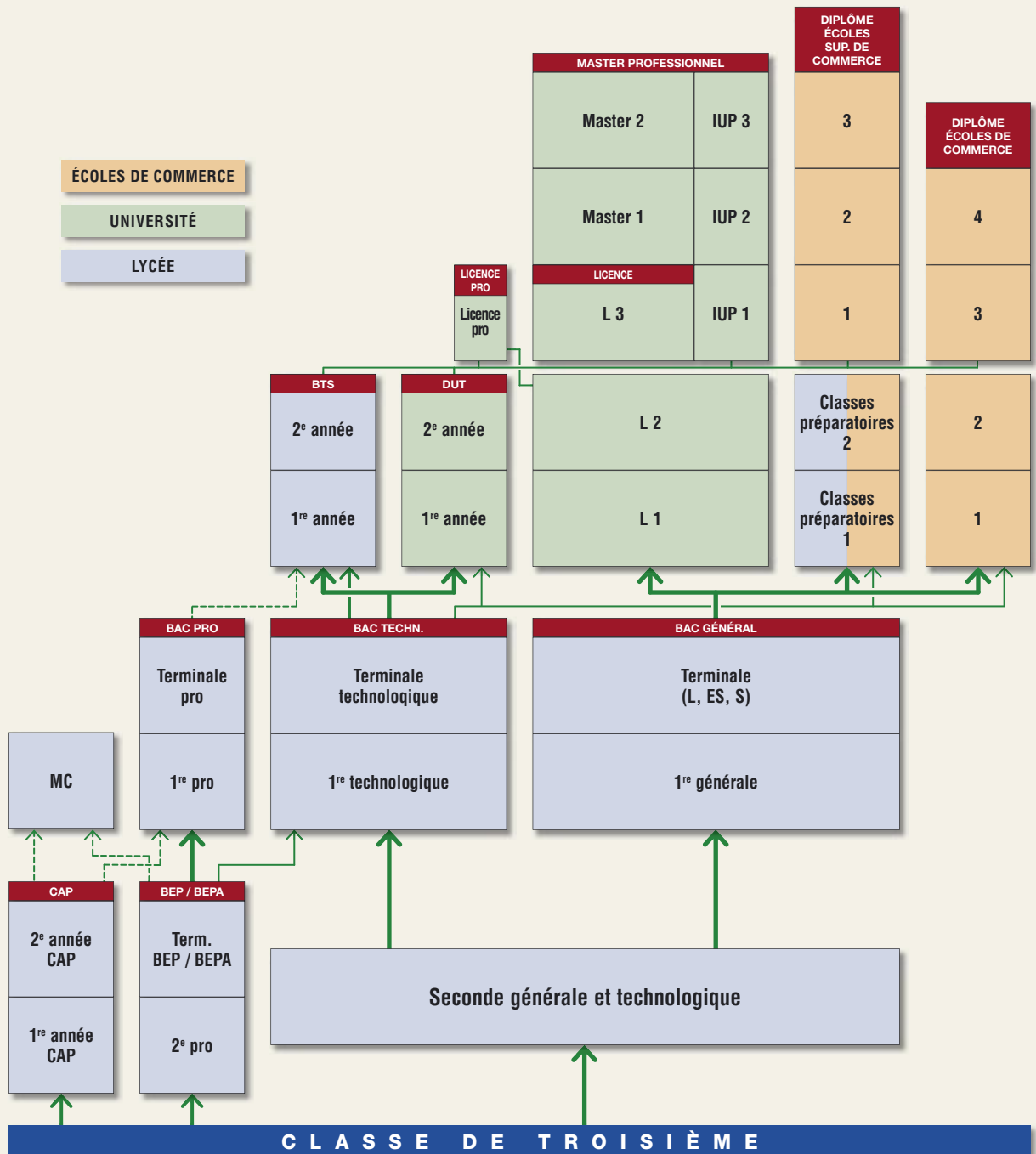
C'est un métier difficile qui demande une excellente résistance nerveuse. Les tâches y sont répétitives, les horaires de travail contraignants. L'activité est sédentaire. C'est un travail où le sens du contact est très important.

Ce métier est en train d'évoluer avec l'introduction des nouvelles technologies. ■

DIPLÔMES

- CAP employé de commerce multispécialités
- CAP employé de vente spécialisé
- BEP vente action marchande

Le schéma des formations



Lexique

CAP : certificat d'aptitude professionnelle, 2 ans après la 3^e en lycée professionnel ou en centre de formation d'apprentis. Niveau V
BEP : brevet d'enseignement professionnel, 2 ans après la 3^e en lycée professionnel ou en centre de formation d'apprentis. Niveau V

BEPA : brevet d'enseignement professionnel agricole, 2 ans après la 3^e en lycée professionnel agricole ou en centre de formation d'apprentis. Niveau V
Bac pro : baccalauréat professionnel, 2 ans après le BEP en lycée professionnel ou en centre de formation d'apprentis. Niveau IV

MC : mention complémentaire
BTS : brevet de technicien supérieur, 2 ans après le bac en lycée général et technologique ou en centre de formation d'apprentis. Niveau III
DUT : diplôme universitaire de technologie
IUP : institut universitaire professionnalisé

Les formations du secteur de la vente et de la distribution alimentaire

Du CAP à bac + 5, le secteur de la vente et de la grande distribution propose des métiers diversifiés.

DU CAP AU BAC

■ CAP AGENT D'ENTREPOSAGE ET DE MESSAGERIE

Ce diplôme permet d'exercer les fonctions d'agent de magasinage.

▶ **Accès.** Après une classe de 3^e.

▶ **Au programme.** L'enseignement professionnel porte sur les travaux de réception, d'entreposage, de préparation de commandes, d'expédition... ; il est complété en lycée professionnel par un stage de 12 à 16 semaines en entreprise.

À cela s'ajoutent des enseignements généraux : français, maths, connaissance de l'environnement économique, juridique et social de l'entreprise...

STATUT SCOLAIRE OU APPRENTISSAGE ?

Tous les diplômes cités peuvent être préparés sous statut scolaire ou en apprentissage (excepté les BP qui ne sont préparés qu'en apprentissage).

> Les diplômes liés aux métiers de bouche (boucher, boulanger, poissonnier...) se préparent majoritairement en apprentissage au niveau CAP. En revanche, les BEP et BEPA se préparent le plus souvent en lycée.

> Dans le secteur de la vente et de la logistique, la distinction est moins tranchée ; CAP et BEP sont préparés également sous statut scolaire ou en apprentissage.

■ CAP BOUCHER

Ce diplôme permet d'exercer le métier de boucher et d'ouvrier professionnel en rayon boucherie.

▶ **Accès.** Après une classe de 3^e.

▶ **Au programme.** Quatre spécialités sont possibles : boucher (viandes de bœuf, veau, mouton, porc), boucher hippophagique (viande de cheval), tripier (transformation des abats) volailler (volailles, lapins, gibiers).

En plus des enseignements généraux (français, mathématiques, histoire-géographique, langue vivante...), le programme présente des enseignements professionnels.

Apprentissage des techniques utilisées dans chaque spécialité : l'anatomie des animaux, leur classification, la destination culinaire des produits (quel morceau utiliser pour telle recette de cuisine).

Règles d'hygiène alimentaire et conseil clientèle.

▶ **À noter :** en lycée professionnel, une période de formation de 12 à 16 semaines en entreprise.

■ CAP BOULANGER

Ce diplôme permet d'exercer le métier de boulanger.

▶ **Accès.** Après une classe de 3^e.

▶ **Au programme.** Connaissance des matières premières, des différents produits et matériels. Étude des différentes étapes de panification et des méthodes de fermentation. Une partie de l'emploi du temps est consacrée aux sciences appliquées à l'alimentation, hygiène et connaissance de l'entreprise.

La formation est complétée par des

CAP ou BEP ?

Les CAP permettent une insertion professionnelle immédiate même s'il est possible de poursuivre ses études en préparant un BEP, un BP, voire un bac pro.

Le BEP peut déboucher aussi sur l'insertion, mais il est de plus en plus conçu comme la 1^{re} étape avant la poursuite d'études vers un bac pro.

enseignements généraux (français, mathématiques, histoire-géographie, langue vivante...).

■ CAP EMPLOYÉ DE COMMERCE MULTI-SPÉCIALITÉS (ECMS)

Ce diplôme permet d'exercer les fonctions de vendeur tous commerces, employé commercial, hôte(sse) de caisse...

▶ **Accès.** Après une classe de 3^e.

▶ **Au programme.** Réception des produits et tenue des réserves (réception, manutention des produits, mise en stock, inventaire, démarque). Approvisionnement du rayon (le rayon, la signalétique, le réapprovisionnement). L'information du client. La tenue du poste «caisse» (matériel, documents de caisse, modes de paiement, facturation et contrôles). Une partie de la formation est aussi consacrée à l'environnement économique, juridique et social des activités professionnelles. La préparation du CAP comporte une période de formation en entreprise de 16 semaines.

(Voir témoignage ci-contre)

TÉMOIGNAGE

Aurélié,
apprentie en
1^{re} année de
CAP ECMS

« Dans la supérette où je travaille, je suis polyvalente et tourne sur tous les rayons. Je tiens la caisse, je mets en rayon en faisant attention aux dates (c'est la rotation) et quand il reste peu de produits, je les place sur le devant (c'est le facing). Il faut aussi trier les fruits et les légumes ».

TÉMOIGNAGE

Jacques, parent d'élève
 « Mathieu allait bientôt avoir 16 ans et nous pensions que les études longues n'étaient pas faites pour lui. Attiré par les métiers du commerce, il s'est alors décidé à préparer un CAP poissonnier. Mathieu aime beaucoup les contacts et a besoin de se dépenser. Il apprend un métier qui lui plaît et il obtient d'assez bons résultats ».

CAP EMPLOYÉ DE VENTE SPÉCIALISÉ (EVS)

Ce diplôme permet d'exercer les métiers d'employé commercial, vendeur, vendeur alimentaire.

▶ **Accès.** Après une classe de 3^e.

▶ **Au programme.** Selon l'option :

- **option A produits alimentaires :** nutrition, hygiène et prévention, qualité alimentaire, réception, mise en stock, expédition et suivi des familles de produits alimentaires... ;

- **option B produits d'équipement courant :** mise en stock et suivi, point de vente, assortiment, étiquetage et signalisation... ;

- **option C services à la clientèle :** gestion de la relation client, vente, accompagnement de la vente...

CAP POISSONNIER

Ce diplôme permet d'exercer les métiers de poissonnier.

▶ **Accès.** Après une classe de 3^e.

▶ **Au programme.** Enseignement professionnel : connaissances des différentes espèces de poissons de mer et de rivière, crustacés, mollusques, préparation et transformation des produits. Gestes techniques : vidage, étayage, écaillage, ouverture des coquillages. Apprentissage des différentes méthodes de conservation. Une partie de la formation concerne la vente : prise et préparation de commande. Triage, pesage et conditionnement du poisson. Réalisation de préparations culinaires avec les produits de la pêche. Une autre partie du programme aborde les sciences appliquées de l'alimentation (valeur nutritionnelle des produits issus de la mer), hygiène et équipements. Le français, les mathématiques, l'histoire, la géographie et une langue vivante sont des matières incluses dans le programme.

(Voir témoignage en haut à gauche)

BEP ALIMENTATION

Ce diplôme prépare à 5 spécialités : boulanger, boucher, charcutier-traiteur, pâtissier-glacier-chocolatier-confiseur, poissonnier.

▶ **Accès.** Après une classe de 3^e.

▶ **Au programme.** L'enseignement technologique et professionnel porte essentiellement sur l'alimentation générale, la fabrication des produits de base (pains, poissons, viandes...) dans chacune des 5 spécialités ainsi que la préparation-traiteur.

Apprentissage également de la mise en valeur du produit et du conseil à la clientèle. Étude du respect des règles d'hygiène en matière d'alimentation. S'ajoutent au programme, des cours d'éducation esthétique : couleur, décoration, présentation des étaalages. Des enseignements généraux (français, langue vivante...) viennent compléter ces matières professionnelles

▶ **Et après.** Bac pro ou MC du secteur de l'alimentation.

BEP LOGISTIQUE ET COMMERCIALISATION

Ce diplôme prépare aux métiers de préparateur de commandes, réceptionnaire de produits...

▶ **Accès.** Après la classe de 3^e.

▶ **Au programme.** L'enseignement professionnel porte sur les activités logistiques (réception, stockage, préparation de commandes, expédition...), l'utilisation des différents engins de manutention et les règles de sécurité. Et l'organisation de l'entreprise et la commercialisation (pratique des outils informatiques); il est complété par une formation de 6 semaines en entreprise. S'y ajoutent les cours d'enseignement général : économie, droit, français, maths, langue vivante...

▶ **Et après.** Bac pro logistique.

BEP VENTE ACTION MARCHANDE (VAM)

Le titulaire de ce diplôme pourra exercer les fonctions de vendeur, employé commercial, hôte(sse) de caisse.

▶ **Accès.** Après une classe de 3^e.

▶ **Au programme.** Enseignement technologique et professionnel : maîtrise de la communication orale pour la vente, connaissance des tâches administratives (informatisées ou non) et principes généraux du commerce.

Les matières principales sont :

- approvisionnement du point de vente (suivi de marchandises en rayon et présentation selon les règles du magasin, surveillance des stocks...);

- étude du produit (classification, composition d'un assortiment, marques, signalétique et techniques publicitaires...);

- la vente (dialogue avec le consommateur, les différentes phases de

la vente les techniques de suivi des ventes et de fidélisation du client...);

- l'exploitation commerciale du point de vente : principes généraux de la distribution, la notion de marché, le circuit d'achat et de vente, les prix, les coûts et les marges bénéficiaires...

Les enseignements généraux (français, histoire/géographie, langue vivante...) occupent l'autre moitié de l'emploi du temps.

▶ **Et après.** Bac technologique Sciences et technologies de la gestion (STG), ou bac pro commerce.

(Voir témoignage en bas à gauche)

BEPA SERVICES OPTION : VENTE DE PRODUITS FRAIS

Ce diplôme permet d'exercer en tant que vendeur, vendeur alimentaire, employé commercial.

▶ **Accès.** Après une classe de 3^e.

▶ **Au programme.** L'enseignement commun au secteur porte sur la connaissance et la pratique des moyens de communication : matériel bureautique, utilisation de réseau, outils audiovisuels. À cela s'ajoute un module centré sur la connaissance de l'environnement professionnel : l'entreprise avec ses caractéristiques, ses partenaires.

L'enseignement de spécialité lié à la vente de produits frais en magasins de proximité, hyper et supermarchés porte sur l'analyse des circuits de distribution, les opérations techniques et administratives de vente (présentation des produits, différentes formes de vente), la connaissance des produits (caractéristiques, techniques de conditionnement, entretien, hygiène).

▶ **Et après.** Bac pro ou MC du secteur de la vente.

BP BOUCHER

(Brevet Professionnel préparé en apprentissage ou en formation continue)

Le titulaire du BP pourra organiser ou gérer un rayon spécialisé.

▶ **Accès.** Après un CAP boucher, un BEP alimentation option boucher ou option charcutier préparation traiteur.

▶ **Au programme.** L'enseignement professionnel porte sur l'apprentissage des technologies des sciences appliquées à l'alimentation : conservation des viandes, transformation de l'animal en boucherie, appréciation

TÉMOIGNAGE

Jessica, terminale
 « Dans le BEP, il y a beaucoup de théorie à assimiler. On a deux professeurs de vente : l'un qui enseigne la communication, l'autre les calculs commerciaux. Par exemple, pour faire une étiquette, il y a une foule de calculs à apprendre. Et puis, il y a tout ce qui est gestion et valorisation des stocks ».

et qualités des viandes... Techniques commerciales: modules de gestion et de vente.

■ BP BOULANGER

(Brevet Professionnel préparé en apprentissage ou en formation continue)

Le titulaire du BP pourra accéder au métier de chef boulanger.

► **Accès.** CAP / BEP boulanger.

► **Au programme.** Approvisionnement des stocks, apprentissage de l'utilisation du matériel et contrôle de l'hygiène sont des modules importants du programme. Une autre partie de l'emploi du temps est consacrée à l'étude de tous les produits à base de pâte: fabrication des pains, viennoiseries... La formation aborde les principales techniques de gestion de l'entreprise et du personnel.

■ MC VENDEUR SPÉCIALISÉ EN ALIMENTATION

► **Accès.** Après un CAP EVS, BEP VAM, bac pro commerce.

► **Au programme.** La formation s'organise autour de 3 axes: réaliser et mettre en place des présentations alimentaires, maintenir l'état sanitaire des points de vente et conseiller et vendre les produits alimentaires.

■ BAC PRO COMMERCE

► **Accès.** BEP VAM / CAP EVS.

► **Au programme.** La formation professionnelle met l'accent sur la vente (cours de techniques de vente et de marchandisage), la gestion commerciale (gestion des produits, de l'espace vente, montage de projets, gestion et animation d'équipe en grande distribution). À cela s'ajoutent des cours de gestion de trésorerie et de personnel et l'utilisation des technologies de l'information et

de la communication (maîtrise de logiciels, internet...). Des enseignements généraux (droit, économie, langue vivante, arts appliqués...) et 18 semaines de stage complètent l'emploi du temps.

► **Et après.** Exercice du métier de vendeur, employé commercial avec évolution vers les responsabilités de second de rayon, de manager de rayon, voire de responsable de magasin. Possibilité de poursuivre ses études dans un BTS du secteur. *(Voir témoignage ci-contre)*

■ BAC PRO LOGISTIQUE

► **Accès.** BEP logistique et commercialisation (VAM...).

► **Au programme.** L'enseignement professionnel porte sur les activités logistiques (suivi des opérations de mise en stock, gestion et suivi des stocks...), la manutention mécanisée, la gestion de l'entreprise (personnel, comptable et financière, administrative...); en lycée professionnel, 16 semaines de stage en entreprise. À ceci s'ajoutent des enseignements généraux: français, maths, langue vivante, connaissance de l'environnement économique et juridique de l'entreprise...

► **Et après.** Insertion immédiate sur des postes de gestionnaire de stocks, chef d'équipe en entrepôt...

Poursuite d'études possible vers un BTS du même secteur.

■ BAC PRO MÉTIERS DE L'ALIMENTATION

► **Accès.** BEP/CAP du secteur vente.

► **Au programme.** Ce diplôme comporte 5 spécialités. La formation technologique et professionnelle porte sur l'étude de préparations culinaires: choix des matières premières, organisation des étapes de

fabrication, préparation des bases (fonds de sauces, farces...), cuisson et refroidissement. Apprentissage de la transformation à la préparation du produit fini, de la mise en valeur du produit (présentation, conditionnement, étiquetage), du calcul des coûts, et du respect des contraintes d'hygiène. Et aussi sensibilisation aux techniques de base de gestion et à l'évaluation de la qualité des productions.

► **Et après.** Insertion professionnelle immédiate en tant que traiteur, préparateur en laboratoire de préparation, ou en production alimentaire dans la grande distribution, ou vendeur en commerce alimentaire spécialisé. Il est éventuellement possible de poursuivre ses études dans un BTS du même secteur.

■ BAC PRO TECHNICIEN VENTE ET CONSEIL-QUALITÉ EN PRODUITS ALIMENTAIRES

► **Accès.** BEP/CAP du secteur vente.

► **Au programme.** La maintenance de la qualité se base sur des connaissances technologiques. Des capacités d'animateur sont demandées pour mettre en œuvre des propositions de promotion. Le programme présente des cours sur les réglementations en vigueur concernant le produit, le point de vente, le consommateur et l'environnement. Apprentissage des méthodes de production et les divers types de qualification des produits pour pouvoir informer le client.

► **Et après.** Responsabilités de vendeur-alimentaire, adjoint de rayon. Avec de l'expérience, accès aux postes de responsable de rayon ou gérant de magasin. Poursuite d'études possible vers un BTS du secteur.

TÉMOIGNAGE

Adrien, terminale bac pro

«Ce qui me motive, c'est de vendre des produits que je connais bien personnellement: je fais du skate-board et je travaille dans un rayon sport. Cela me permet de mieux conseiller les clients. Et puis j'aime bien le contact avec les gens.»

APRÈS LE BAC

Tous les diplômes d'enseignement supérieur cités ci-après sont majoritairement préparés sous statut étudiant. Cependant, la plupart sont de plus en plus fréquemment préparés par la voie de l'apprentissage.

■ BTS MANAGEMENT DES UNITÉS COMMERCIALES

► **Accès.** Accessible aux bacheliers principalement STG (Sciences et technologies de la gestion).

► **Au programme.** Le programme aborde l'étude du management de l'unité commerciale, la gestion de la relation avec la clientèle, la gestion et l'animation de l'offre de produits et de services. Des cours de recherche

et d'exploitation de l'information nécessaire à l'activité commerciale sont abordés. Un stage en première année d'une durée de 5 à 7 semaines est à réaliser.

► **Et après.** Responsabilités de second de rayon, évolution vers manager de rayon, de secteur, directeur de magasin. Poursuite d'études possible vers une licence pro, ou une école de commerce.

■ **BTS TRANSPORT**

▶ **Accès.** Bac, principalement bac STG spécialité mercatique.

▶ **Au programme.** Le programme aborde l'étude des différents contrats de transports au niveau national et international de déménagement et de locations de voitures. Des cours sur la réglementation de la profession et le rôle de chacun: courtier, transporteur, commissionnaire ou loueur est aussi enseigné. Le reste de l'emploi du temps est consacré aux techniques de gestions, informatique appliquée à la gestion, à une langue vivante étrangère et à de l'enseignement général.

▶ **Et après.** Insertion professionnelle immédiate en tant que responsable logistique/transport, approvisionnements ou directeur d'entrepôt. Possibilité de poursuite d'études 1 an avec une licence pro pour se spécialiser dans un type de transport (international, maritime...), ou en logistique.

■ **DUT TECHNIQUES DE COMMERCIALISATION**

▶ **Accès.** Bac.

▶ **Au programme.** La formation recouvre 3 domaines : la connaissance de l'entreprise et de son environnement (droit, économie, logistique...), la communication commerciale (vente, négociation, mercatique directe, langues vivantes...), la maîtrise des outils de gestion (informatique appliquée, gestion comptable et financière...).

À noter : 12 semaines de stage réparties sur les 2 ans d'études.

▶ **Et après.** Assistant chef de produit, assistant marketing, manager de rayon, de secteur, directeur de magasin... Poursuite d'études possible vers une licence pro, un IUP, une MSG ou une école de commerce.

■ **DUT GESTION LOGISTIQUE ET TRANSPORT**

▶ **Accès.** Bac

▶ **Au programme.** La formation est axée essentiellement sur l'étude des techniques d'exploitation logistique, de la chaîne logistique, modules de communication et de gestion, et des transports. Elle est complétée par deux stages en entreprise industrielle et commerciale.

▶ **Et après.** Insertion professionnelle en tant qu'approvisionneur ou directeur d'entrepôt ou poursuite d'études en licence pro.

■ **LA LICENCE PROFESSIONNELLE (DISTECH)**

Le titulaire de la licence professionnelle pourra exercer en tant que manager de rayon et évoluer rapidement vers des responsabilités en magasin (chef de secteur, directeur) ou fonctionnelles (marketing, achats, contrôle de gestion...).

▶ **Accès.** Bac + 2 ou équivalent, bac avec expérience professionnelle significative de 3 ans dans la distribution.

▶ **Au programme.** La formation se déroule en apprentissage pour garantir une opérationnalité rapide. Elle est axée sur les grandes fonctions du management de rayon: la gestion (comptable et financière, logistique, informatique, droit de la distribution), le commerce (connaissance de la distribution, mercatique, techniques commerciales, merchandising et gestion du rayon), management (relations humaines, droit social, anglais).

LICENCE PRO, MASTER PRO...

À l'université la licence généraliste ou professionnelle se prépare en 3 ans après le bac (L1, L2, L3). (Se reporter p 28.)

L'admission en licence pro se fait après une 2^e année de licence validée ou après un BTS, DUT...

Dans le domaine de la vente et du marketing, on compte de nombreuses formations en licences professionnelles (plus de 50 avec de multiples options); il en est de même dans les secteurs de la logistique, de la qualité.

Après la licence, les masters pro forment en 2 ans de nombreux professionnels de haut niveau (plus de 800 spécialités) dans le domaine de la gestion, ressources humaines et management, et aussi en logistique, achats et échanges internationaux, environnement, qualité...

LES DIPLÔMES DES ÉCOLES

ÉCOLES SPÉCIALISÉES EN COMMERCE

Les écoles spécialisées à bac+2 sont très nombreuses :

- **60 Instituts de force de vente (IFV)** forment des spécialistes de la vente directe;

- **17 Écoles de commerce et de distribution (ECD)** forment des techniciens supérieurs immédiatement opérationnels pour les entreprises de distribution.

À bac+3, une trentaine d'**écoles de gestion et de commerce (EGC)** forment des techniciens supérieurs spécialisés en gestion, marketing, management...

LES ÉCOLES SUPÉRIEURES DE COMMERCE

On en dénombre une centaine. Elles proposent un cursus en 3 ans après 2 ans de **classes préparatoires** (et par des admissions parallèles à bac+2, +3 ou +4). La plupart sont généralistes mais offrent des spécialités en dernière année: marketing, ressources humaines, management, finance...

Les stages et les séjours à l'étranger occupent une place importante dans la formation.

À la sortie : emplois de cadres supérieurs dans la finance, le marketing, les ressources humaines...

LES ÉCOLES D'INGÉNIEURS (AGRI/ AGRO, CHIMIE, QUALITÉ, ENVIRONNEMENT...)

Elles proposent des entrées à tous niveaux (bac, bac+2 après 2 ans de classes préparatoires ou admissions parallèles), et forment, en 5 ans, des ingénieurs. Les différentes spécialités constituent une filière complète ou sont une option en dernière année.