

# Le secteur du commerce

Dans les Hauts-de-France



**➤ ÉCLAIRAGE**

# CONTEXTE

**29 000**

**ÉTABLISSEMENTS**

soit  $\frac{1}{4}$  de l'ensemble  
des établissements  
de la Région



**248 000**

**SALARIÉS**

représentant **17%**  
du salariat régional



**BERCEAU  
D'ACTEURS  
MAJEURS**

**LEADER EUROPÉEN**

de la Vente à Distance et du E-commerce



**160**

**E-ENTREPRISES**

leaders du  
E-commerce



**200**

**ENTREPRISES**

de la vente à distance

**2<sup>e</sup>**

**RÉGION**

en termes  
d'effectifs salariés

# CONTEXTE

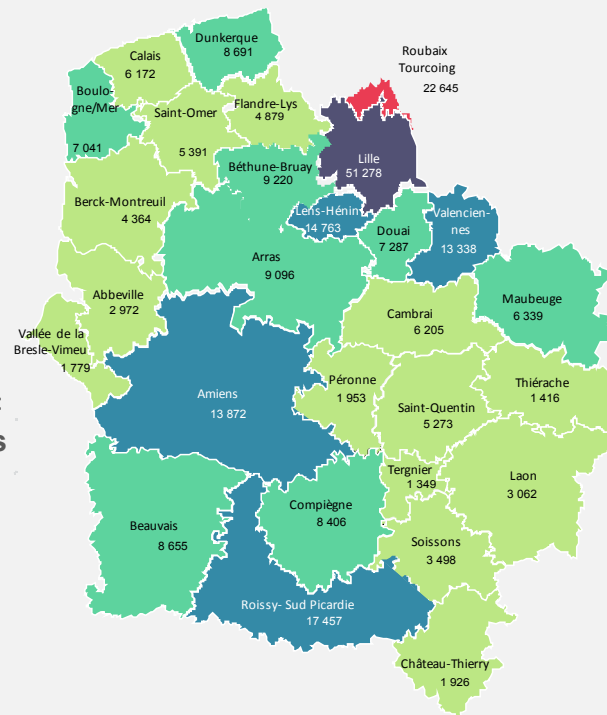
## PART DES EFFECTIFS SALARIÉ DANS LE SECTEUR DU COMMERCE

Vente auprès des particuliers représente à lui seul près de **2/3 des salariés et des établissements**.

**Le secteur du commerce est représenté sur chaque territoire. La zone de Lille Roubaix Tourcoing, concentre des sièges sociaux, des centrales d'achats d'enseignes historiques et des acteurs majeurs de la Grande Distribution, de la Vente à Distance et du E-commerce. Cette zone regroupe 30% de l'emploi salarié et ¼ des établissements.**

HAUTS-DE-FRANCE :  
**248 327 salariés**

- 10% ou plus
- 7,5% à 10%
- 5% à 7,5%
- 2,5% à 5%
- 0% à 2,5%



Répartition des effectifs salariés au 31 décembre 2018 pour les codes NAF du secteur du commerce

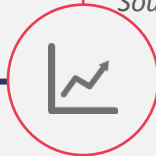
# CONTEXTE

- **25% des salariés** travaillent à temps partiel (plus fréquemment pour les femmes 39%).
- 9 salariés sur 10 **travaillent en CDI**
- Autant des hommes que des femmes
- Plutôt **jeunes** (28% ont moins de 30 ans)



**PORTRAIT TYPE  
DES SALARIÉS**

- Évolution du secteur commerce de gros et intermédiaires du commerce: **+ 4,4 % du Chiffre d'Affaires** en 2017 (source Insee)
- **Secteur dynamique : 206 000 déclarations** préalables à l'embauche, hors missions intérimaires, déposées en 2018 (soit +1% en un an)
- Les entreprises de ce secteur proposent de plus en plus de Contrats à Durée Indéterminée (38 900 embauches, soit + 4% en un an)
- **Un secteur qui offre des opportunités d'emploi:** plus de 16 400 projets de recrutement sont envisagés par les entreprises en 2019. *Source : Enquête Besoins en Main-d'Œuvre 2019, Pôle emploi*



**UN SECTEUR JEUNE ET INTÉGRATEUR  
150 MÉTIERS DIFFÉRENTS  
DE TOUS NIVEAUX DE FORMATION**

# CONTEXTE

## VENTE À DISTANCE LES IMPACTS DU NUMÉRIQUE



● **Modification** des attentes et **comportements** des consommateurs

● **Complexification** des parcours d'achat

● **Relation client** plus globale



● **Réorganisation** des modèles économiques, des organisations, des méthodes et des pratiques (perte de vitesse du format « hypermarché » au profit des commerces de proximité et/ou achat en ligne)

● **Commerce de proximité**

# CONSTATS

**Des enseignes investissent ou réinvestissent les commerces de proximité** La Redoute ouvre à nouveau des magasins, Amazon ouvre son 1<sup>er</sup> magasin physique aux États-Unis.

**Montée en puissance du commerce en ligne :** Élargissement de l'offre, développement des places de marché, importation d'opérations marketing type Black Friday.

(CA : 72 Milliards d'euros en 2016, 81,7 Md en 2017, > 90 Milliards prévus en 2018).

## Point de vente physique :

Nouvelle posture du vendeur avec l'arrivée de certaines technologies :

- casque de réalité virtuelle pour agrandir le rayon physique et créer des expériences utilisateurs pour découvrir les produits,
- reconnaissance d'image pour les caisses,
- robots d'inventaires pour le réassort en magasin.

Des enseignes de distribution mutualisent leur offre en magasin avec leurs filiales ou partenaires: Auchan prévoit, dans ses hypermarchés des « corners » avec Décathlon et Boulanger

## E-Commerce :

Des clients plus avisés via le développement de l'Intelligence Artificielle, coachs virtuels, robots conversationnels assistants vocaux dialoguent directement sur le net avec le consommateur, répondent à ses questions afin de l'aider dans ses choix.



### Le règne du multicanal


(stratégie de distribution qui associe canaux physiques et virtuels)




### Le digital : un nouveau modèle de vente

# DES MÉTIERS QUI RECRUTENT

## TÉLÉVENDEUR (EUSE)

 **2 732 intentions d'embauche exprimés par les entreprises régionales pour les postes de télévendeur (euse),** métier pour lequel elles redoutent de difficultés de recrutement. (source BMO)

 **Profil-type des 3 959 demandeurs d'emploi** recherchant un poste en **TÉLÉVENTE** :



**Population féminine**  
(72%)



**Âge moyen**  
(75% ont entre 25 et 49 ans)

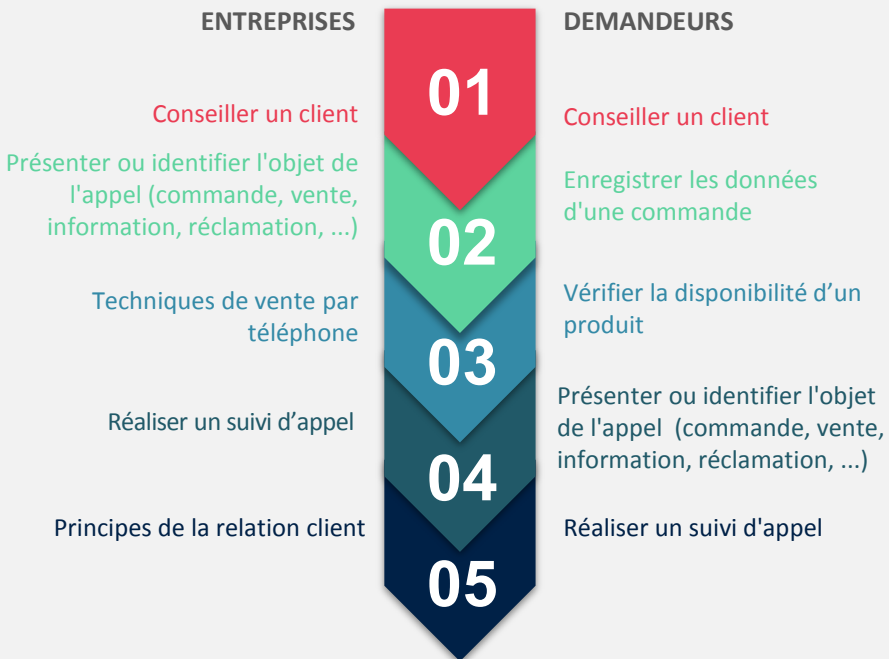


**Plutôt diplômé**  
(75% ont un niveau Bac ou plus)



**46%**  
sont inscrits depuis un an et plus

Top 5 des compétences recherchées par les entreprises et celles détenues par les demandeurs d'emploi



# DES MÉTIERS QUI RECRUTENT

## RELATION COMMERCIALE GRANDS COMPTES ET ENTREPRISES

 **Profil-type des 2 598 demandeurs d'emploi** recherchant un poste en **RELATION COMMERCIALE GRANDS COMPTES ET ENTREPRISES** :



**Population masculine**  
(73%)



**Tout âge**  
(11% ont moins de 25 ans et 30% ont 50 ans et plus)



**Diplômé**  
(85% ont un niveau Bac ou plus)



**1+**  
54% sont inscrits depuis moins d'un an.

Top 5 des compétences recherchées par les entreprises et celles détenues par les demandeurs d'emploi





# DES MÉTIERS QUI RECRUTENT

## TECHNICO-COMMERCIAL(E) EN COMMERCE DE GROS

 **Profil-type des 1 282 demandeurs d'emploi**  
recherchant un poste en **TECHNICO-COMMERCIAL(E)**  
**EN COMMERCE DE GROS :**



**Population  
masculine**  
(83%)



**Âge mûr**  
(32 % ont 50 ans et plus  
et 10% ont moins de 25  
ans)



**Diplômé**  
(69% ont un  
niveau Bac +2  
ou plus)



**1+**  
56%  
sont inscrits  
depuis moins  
d'un an.

Top 5 des compétences recherchées par les entreprises et  
celles détenues par les demandeurs d'emploi

### ENTREPRISES

Définir le plan d'action  
commercial et établir le plan  
de tournée (ciblage, interlocuteurs,  
préparation de dossiers techniques)

Établir un devis

Négocier un contrat

Établir un contrat de vente

Suivre la réalisation d'une  
prestation technique

### DEMANDEURS

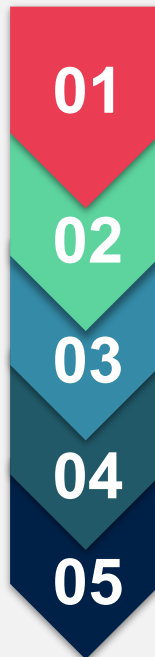
Négocier un contrat

Définir le plan d'action  
commercial et établir le plan de  
tournée (ciblage, interlocuteurs,  
préparation dossiers techniques)

Établir un devis

Établir un contrat de vente

Suivre la réalisation  
d'une prestation technique



# ENJEUX

## • LES ENTREPRISES DOIVENT FAIRE FACE

### AUX ÉVOLUTIONS LIÉES À LA DIGITALISATION :



Montée en puissance du numérique

Développement de stratégies marketing : multicanal, cross-canal, omnicanal

Arrivée du shopping collaboratif

Nouveaux services de livraison

### AUX IMPACTS DE LA TRANSITION NUMÉRIQUE SUR LES MÉTIERS ET COMPÉTENCES DU COMMERCE ET DE LA DISTRIBUTION :



Relationnel client

Nouveaux concepts de vente

Aspects technologiques, SI (web, data) et sécurité numérique (protection des données clients)

Intégration et maîtrise des flux logistique e-commerce

Maintien du commerce de proximité

Moindre attractivité du format Hypermarché



Sources : URSSAF/ACOSS/INSEE/PÔLE EMPLOI