

LE COMMERCE EN HAUTS-DE-FRANCE



Portrait de Région

LE COMMERCE SUR LE TERRITOIRE

- Les Hauts-de-France se caractérisent par une population **jeune** avec une proportion de moins de 25 ans élevée et une attractivité étudiante.
- La présence du seul **pôle de compétitivité lié au commerce** en France, le **PICOM** (Industries du commerce).
- Un **espace littoral impliquant** :
 - des **exportations** représentant **10,7 %** des exportations françaises.
 - une **activité touristique** sur la façade ouest et des activités industrielles et portuaires sur la façade nord.
- Le **regroupement de décisions et centrales d'achats** d'un grand nombre d'enseignes historiques (Commerce à prédominance alimentaire, Bricolage, Commerces de Détail Non Alimentaires, Commerce succursaliste de l'habillement, vente à distance), de dimension internationale pour certaines.
- Une activité marquée et rythmée par de grandes enseignes (Auchan, Happychic, Leroy Merlin, Décathlon, Kiabi,...).

LES PRINCIPALES DYNAMIQUES EMPLOI FORMATION

Un accompagnement et soutien des entreprises de la Vente à distance par la formation, le développement des compétences et les transitions professionnelles des salariés.

PARTENAIRES DU FORCO

Conseil Régional, UPECAD (Union Professionnelle des Entreprises du Commerce à Distance), DIRECCTE (Direction régionale des entreprises, de la concurrence, de la consommation, du travail et de l'emploi), les partenaires sociaux.

PÉRIMÈTRE

Vente à distance.

OBJECTIFS

- Un PACTE de continuité professionnelle pour cofinancer la formation des salariés sur les thématiques : web, e-commerce, relation client,
- un ADEC (Action de Développement de l'Emploi & des Compétences) régional accompagnant les entreprises sur le thème Qualité de Vie Au Travail.

LES CHIFFRES CLÉS



81 % des établissements ont **moins de 10 salariés**.

22 % relèvent de la branche du **commerce à prédominance alimentaire** en Hauts-de-France.



12,5 %

Taux de chômage, pour **10 %** en France métropolitaine
Insee, 2015 trimestre 4

L'ALTERNANCE

3 649

contrats de professionnalisation

1 812

contrats d'apprentissage

Données FORCO, et DGEFP - base Ari@ne 2015

Un accompagnement des entreprises aux mutations économiques et technologiques.

PARTENAIRE DU FORCO

FPSP (Fonds Paritaire de Sécurisation des Parcours Professionnels).

PÉRIMÈTRE

Commerce à prédominance alimentaire, Vente à distance, Commerce succursaliste de l'habillement, Commerce succursaliste de la chaussure, Grands Magasins et Magasins Populaires, Commerces de Détail Non Alimentaires, Bricolage.

OBJECTIF

Adapter l'organisation des entreprises, leurs méthodes et leurs pratiques sur la relation client, les outils numériques, et la stratégie « cross canal ».

DONNÉES INTER-BRANCHES COMMERCE ET DISTRIBUTION

LES BRANCHES COMMERCE ET DISTRIBUTION

- Bricolage
- Commerce à prédominance alimentaire (détail et gros)
- Commerce de détail de l'horlogerie-bijouterie
- Commerce des articles de sport et équipements de loisirs
- Commerce succursaliste de la chaussure
- Commerce succursaliste de l'habillement
- Commerces de Détail Non Alimentaires
- Grands magasins et Magasins populaires
- Horlogerie commerce de gros
- Import-Export
- Optique-lunetterie de détail
- Professions de la photographie
- Vente à distance.

LES ATOUTS DU SECTEUR COMMERCE

Un secteur **jeune et intégrateur** sur le marché du travail. Le Commerce est un secteur d'insertion et de réinsertion, porte d'entrée vers l'emploi, puisque **1 jeune sur 4 commence à travailler dans le Commerce**, et **1/4** des salariés du commerce n'a aucun diplôme.

Près de **100 métiers différents, de tous niveaux de formation.**

DÉLÉGATION HAUTS-DE-FRANCE

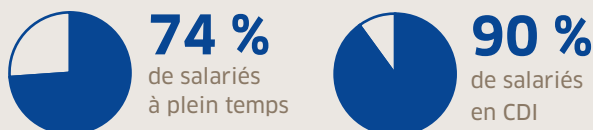
Les Rives de la Marque
157 bis avenue de la Marne - CS86020
59706 Marcq-en-Baroeul cedex
Tél. : 03 28 32 86 10
hautsdefrance@forco.org

LES SALARIÉS DU COMMERCE



Près de 8 salariés sur 10 sont employés-ouvriers.

Un secteur jeune et dynamique avec **45 % de salariés de moins de 35 ans.**



Les employés-commerciaux, les vendeurs, les hôtes de caisse représentent plus de la moitié des effectifs.

LES TENDANCES D'ÉVOLUTION

- **La montée en puissance du numérique** avec le développement des smartphones et des objets connectés. Le commerce connecté bouleverse les organisations : la digitalisation des points de vente engendre de nouvelles tâches, mais aussi de nouveaux métiers, et donc de nouvelles compétences
- **Le multicanal**, qui conduit les acteurs du commerce de détail et de la distribution à adapter les magasins aux nouveaux comportements des clients, passant d'un format à l'autre, de l'achat en ligne à l'achat traditionnel, où chaque objet connecté joue un rôle
- **Le shopping collaboratif** : le contexte économique incite à consommer différemment et favorise l'économie circulaire. Crowdfunding, co-voiturage, dépôt-vente, etc....