

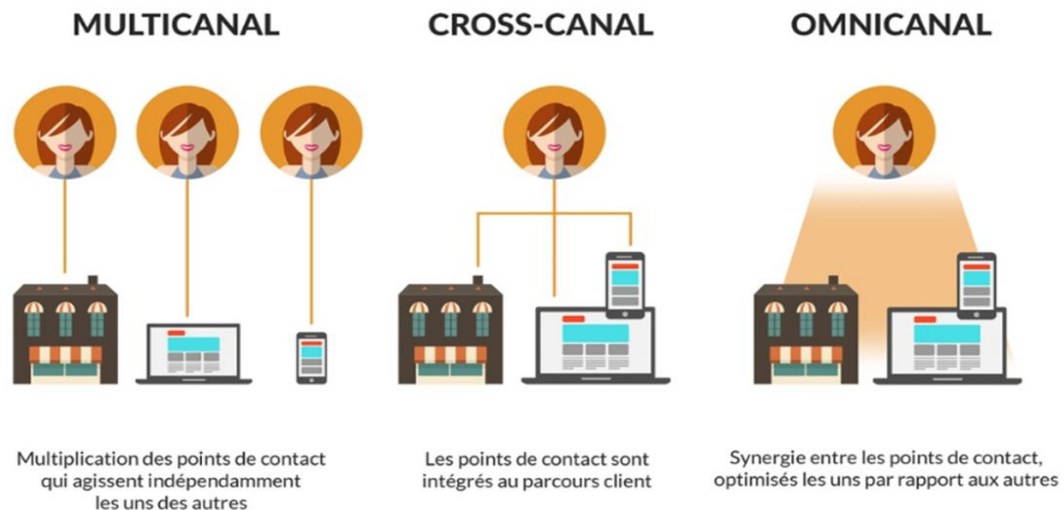
AXE 1 : ANALYSE DE L'IMPACT DE LA TRANSFORMATION DIGITALE SUR LES EMPLOIS ET LES COMPETENCES DANS LES BRANCHES DU COMMERCE ET DE LA DISTRIBUTION

<p>CONTEXTE</p>	<p>Les enjeux du secteur du commerce et de la distribution</p> <p>De plus en plus connecté et équipé d'ordinateurs, de smartphones, de tablettes... usant de l'internet et du e-commerce, accédant en ligne aux services publics, le consommateur a vu les technologies numériques se diffuser dans la société et entraîner ainsi de nouveaux comportements créant chez lui de nouvelles attentes.</p> <p>Pour y répondre, les entreprises du Commerce et de la Distribution sont en mouvement vers le numérique. Cette mutation ne se résume pas à l'adoption intensive d'outils et de technologies, à la dématérialisation de processus internes ou externes, mais remet en question les organisations et leur fonctionnement, les métiers, les modes de travail et de collaboration des femmes et des hommes, la vie quotidienne des salariés dans un environnement fortement concurrentiel.</p> <p>C'est un profond changement de paradigme, qui impacte toutes les fonctions de l'entreprise (<i>ressources humaines, marketing, communication, ventes, finances, production...</i>), mais aussi tous ses niveaux hiérarchiques.</p> <p>Dans cet univers en constante mutation, les entreprises se doivent de réagir, d'être agiles, au risque de voir leur activité diminuer ou de disparaître au profit d'acteurs plus prompts à s'adapter et à s'étendre. La digitalisation des entreprises du Commerce et de la Distribution est aussi une opportunité pour elles, de former leurs salariés au numérique et de leur transmettre les capacités à appréhender le monde du travail dans lequel ils évoluent et, plus largement, à être acteurs du monde numérique de demain.</p> <p>Le commerce connecté bouleverse les organisations</p> <p>Les équipes en magasin sont accompagnées pour répondre aux changements que sont les nouveaux types de clients, nouveaux outils en magasin, etc... La digitalisation des points de vente engendre de nouvelles tâches, mais aussi de nouveaux métiers et donc nécessite de nouvelles compétences et de nouveaux profils. Il est nécessaire de procéder à une redéfinition des fonctions, des processus métiers de l'e-commerce et réussir la mutation du multi-canal, du cross-canal, vers l'omnicanal.</p> <p>La formation professionnelle orientée vers les formations au numérique dépasse la simple prise en main d'outils, pour assurer l'appropriation d'une compréhension plus large du numérique (<i>usages, organisation, logique business, compétences...</i>).</p> <p>Le multicanal n'est pas nouveau !</p> <p>En 1681 lorsque la librairie parisienne Lutetiae Parisiorum, décide de publier 6 catalogues de vente en plus de son magasin elle fait d'ores et déjà du marketing multicanal (<i>La vente par correspondance et à distance, 1992 – B.Souiffi & C.Desaezher</i>). Elle utilise plusieurs canaux de distribution indépendants pour commercialiser un produit.</p> <p>Pour la stratégie du cross-canal, le Click'n Collect est un très bon exemple !</p> <p>La marque utilise les synergies d'un canal pour en renforcer un second. Le Click'n Collect de Carrefour permet aux clients du site "carrefour online" de venir retirer leurs achats en magasin, 48 heures après la commande.</p>
------------------------	--

L'omnicanal renvoie à une notion d'ubiquité !

Le client peut être partout à la fois : sur un canal et sur un autre, physiquement en magasin et sur le Web via son mobile, un canal servant l'autre...

C'est l'ère du client phygital, qui allie l'expérience physique et l'expérience digitale : optimisation du parcours d'achat en fonction de la liste de courses par une géolocalisation 'indoor', diminution du temps d'attente en caisse grâce au self-scanning et aux technologies de paiement sans contact... Le client est le canal et la marque s'adapte à ses envies et impératifs d'achat. Il n'y a plus aucune coupure entre les canaux et le meilleur atout est la « data ». Mettre en place une stratégie omnicanales nécessite de mettre en place de nouvelles techniques de digitalisation.



C'est l'avenir, c'est demain, mais déjà aujourd'hui....

La transformation digitale est un mouvement auquel ne peuvent échapper les entreprises. Elle repose sur une transformation humaine : changer d'état d'esprit individuellement pour changer de culture collectivement.

Cette transformation emmène avec elle chaque salarié, quelle que soit sa fonction dans l'entreprise, et nécessite un accompagnement des managers et collaborateurs pour les aider à travailler ensemble de manière collaborative. Ceci interroge, bouscule la gouvernance de l'entreprise quant à sa stratégie, qui se doit d'être repensée, porteuse de sens, pour autoriser et faciliter des nouveaux comportements.

Cette transformation engrange une multitude de données clients que les entreprises analysent, utilisent, en vue de répondre à (voire de devancer) l'attente clients. Ces données (la data) nourrissent la recherche sur la 'cognition digitale' qui en a besoin pour se développer. Imperceptiblement, elle est déjà intégrée à notre quotidien au travers d'assistants personnels (sur iPhone SIRI, sur sites marchands : chatbots...). Cette transformation est en constante évolution...

Accompagner les branches du commerce et de la distribution

L'analyse de l'impact du digital sur les métiers et les organisations est indispensable pour faciliter cette mutation. Des études doivent être menées pour appréhender le phénomène, et des outils élaborés et individualisés pour accompagner les démarches de transformation de chaque entreprise et de leurs salariés, et éclairer la réflexion de l'impact du numérique sur l'emploi du secteur Commerce & Distribution.

SOUS AXE 1 – L'IMPACT DU DIGITAL ET DU CROSS CANAL

<p>Fiche Action 1</p>	<p>ETUDE 2017 : IMPACT DU DIGITAL SUR LES METIERS DU COMMERCE ET DE LA DISTRIBUTION <i>COFINANCEMENT DE L'ETUDE PILOTEE PAR L'OBSERVATOIRE PROSPECTIF DU COMMERCE</i></p>
<p>OBJECTIFS</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Définir et mesurer l'impact du digital sur les métiers et l'organisation des magasins et des centres logistiques, à court et moyen terme ; - Identifier et analyser les actions d'ores et déjà mises en œuvre ou en cours d'expérimentation pour s'adapter à ce nouveau paradigme afin de capitaliser sur les bonnes pratiques.
<p>CIBLE</p>	<p>Les branches professionnelles signataires de l'EDEC et plus précisément les 10 branches suivantes :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Bricolage - Commerce de détail de l'horlogerie bijouterie - 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 <p>Les entreprises des branches professionnelles signataires se positionnant sur la Fiche Action 1 de l'EDEC, soit près de 29.000 entreprises (28.954).</p>
<p>DECLINAISON</p>	<p><u>Méthodologie générale :</u></p> <p>L'objet de l'étude est de livrer aux branches commanditaires des éléments concrets pour le secteur du commerce et des exemples pratiques d'actions, organisations que les entreprises pourront mettre en place afin de réagir au mieux aux impacts des évolutions digitales en cours.</p> <p>1. Mesure de l'impact du digital</p> <p>Un premier travail, qui s'appuiera notamment sur les nombreux travaux déjà réalisés sur le sujet, devra permettre d'identifier les impacts du digital sur :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Les besoins des entreprises du commerce dans ce contexte mouvant (<i>captation et suivi des clients, accélération des collections, gestion des stocks...</i>) - L'organisation des magasins, des centres logistiques, voire des sièges sociaux - Les métiers et les compétences associées : évolution des métiers existants, émergence de nouveaux métiers. <p>2. Modélisation</p> <p>Le prestataire devra modéliser l'impact du digital sur les métiers et l'organisation des entreprises, tant sur les métiers actuels qui sont impactés et doivent évoluer que sur</p>

	<p>les métiers émergents :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Quels profils, quels domaines d'activité, quels impacts ? - Quelles sont les compétences clés et stratégiques requises ? - Quelle offre de formation pour répondre à ces besoins ? <p>3. Capitalisation sur les bonnes pratiques</p> <p>Cette étude devra également permettre de capitaliser sur les bonnes pratiques déjà mises en œuvre par certaines entreprises.</p> <p>Le prestataire devra identifier les expériences, innovations, nouvelles organisations, en test ou déjà déployées dans des entreprises du commerce. Mesurer leur faisabilité, le degré d'investissement financier et humain nécessaire à l'entreprise et les résultats obtenus (<i>positifs et/ou négatifs</i>).</p> <p>Suite à cette analyse, un guide des bonnes pratiques et des écueils à éviter devra être réalisé. Il sera à destination des entreprises.</p>
PARTENAIRES	<ul style="list-style-type: none"> - DGEFP - Branches professionnelles - Entreprises - Cabinet menant l'étude
RESSOURCES	<ul style="list-style-type: none"> - Les branches professionnelles - Les entreprises relevant de ces branches
FINANCEMENT	<ul style="list-style-type: none"> - DGEFP - Observatoire Prospectif du Commerce
INDICATEURS DE RESULTATS	<ul style="list-style-type: none"> - Mise en place de groupes de travail avec les partenaires (<i>DGEFP/Forco/Branches/Prestataire...</i>) ; - Sélection du prestataire de l'étude par AAP pour mise en concurrence. <p><u>Production :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Rapport d'analyse détaillé sur l'impact du digital dans les entreprises du commerce à court et moyen terme, sur leurs services, leur organisation, les métiers et les compétences. Le rapport présentera également de façon détaillée l'ensemble des pratiques/expériences mises en place par les entreprises dans ce contexte et analysées dans le cadre de cette étude, qu'elles soient réussies ou non. Enfin, il s'attachera aussi à présenter les spécificités de chacune des branches au regard de l'analyse globale « commerce ». - Kit de communication comprenant : <ul style="list-style-type: none"> ▪ Une synthèse du rapport de type « 4 pages » ▪ Un guide des bonnes pratiques - Une modélisation.

SOUS AXE 2 – PROFESSIONNALISER SUR DE NOUVELLES COMPETENCES

**Fiche
Action 2**

ETUDE SUR LES METIERS DU WEB ET DU NUMERIQUE (2017)

COFINANCEMENT DE L'ETUDE PILOTEE PAR L'OBSERVATOIRE PROSPECTIF DU COMMERCE

<p>OBJECTIFS</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Identifier les métiers du web en 2017 (<i>dresser un état des lieux</i>) et réaliser une cartographie des métiers et les fiches métiers associées - Identifier les volumes/flux de salariés concernés - Identifier les attentes, les besoins en compétences des entreprises, et l'adéquation ou non avec le marché de l'emploi actuel - Analyser l'impact des transformations (<i>technologiques, comportements d'achats des clients ...</i>) en cours sur les métiers du web et les conséquences sur les compétences nécessaires à court et moyen termes - Identifier les conséquences organisationnelles de ces mutations au sein des entreprises.
<p>CIBLE</p>	<p>Les branches professionnelles signataires de l'EDEC et plus précisément les 7 branches suivantes :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Bricolage - Commerce de détail de l'horlogerie-bijouterie - Commerce succursaliste de l'habillement - Commerces de Détail Non Alimentaires - Grands magasins et Magasins populaires - Professions de la photographie - Vente A Distance <p>Les entreprises des branches professionnelles signataires se positionnant sur la Fiche Action 2 de l'EDEC, soit plus de 22.000 entreprises (22.266).</p>
<p>DECLINAISON</p>	<p>L'étude, les fiches métiers et le rapport prospectif seront élaborés, à partir :</p> <ul style="list-style-type: none"> - des différents travaux existants et d'une veille documentaire - d'entretiens qualitatifs et/ou groupes de travail menés auprès des professionnels des branches concernées et de leurs salariés.
<p>PARTENAIRES</p>	<ul style="list-style-type: none"> - DGEFP - Branches professionnelles - Entreprises - Cabinet menant l'étude
<p>RESSOURCES</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Les branches professionnelles - Les entreprises relevant de ces branches - Ministère de l'Education Nationale, de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche
<p>FINANCEMENT</p>	<ul style="list-style-type: none"> - DGEFP - Observatoire Prospectif du Commerce

INDICATEURS DE RESULTATS	<ul style="list-style-type: none">- Mise en place de groupes de travail avec les partenaires (<i>DGEFP/ Forco/ Branches/ Observatoire/ Prestataires...</i>).- Sélection du prestataire de l'étude par Appel d'Offres pour mise en œuvre en concurrence. <p><u>Production :</u></p> <ul style="list-style-type: none">- Rapport d'analyse détaillé sur l'évolution des compétences des métiers du web à court et moyen terme, les besoins en compétences des entreprises, le niveau d'adéquation du marché du travail, les conséquences organisationnelles de l'évolution des métiers du web- Préconisations sur les stratégies de recrutement et les besoins en formation- Fiches synthétiques sur les spécificités de chaque branche- Cartographie transversale et des fiches métiers avec pour structure : activités, compétences clés, savoir-être, voies d'accès au métier.
-------------------------------------	--

<p>Fiche Action 3</p>	<p>INGENIERIE DE FORMATION ET PEDAGOGIQUE SUR LES METIERS DE DEMAIN OU SUR LES SECTEURS EN TENSION <i>COFINANCEMENT DE L'INGENIERIE REALISEE PAR UN PRESTATAIRE EXTERNE</i></p>
<p>OBJECTIFS</p>	<p>Cette ingénierie est la résultante des fiches actions 1 et 2.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Accompagnement des salariés des branches du commerce et de la distribution dans la montée en compétences sur les évolutions technologiques, la mutation des comportements de consommation et impacts sur les métiers actuels et émergents. - Création de blocs transversaux certifiants : permettre la construction et la sécurisation de parcours professionnels mieux adaptés aux métiers et aux réalités des marchés. - Mise en place une ingénierie de formation sur mesure et digitalisée, permettant d'offrir aux salariés les qualifications professionnelles requises et l'évolution de carrière professionnelle souhaitée.
<p>CIBLE</p>	<p>Les branches professionnelles signataires de l'EDEC et plus précisément les 9 branches suivantes :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Bricolage - Commerce à prédominance alimentaire (<i>détail et gros</i>) - Commerce de détail de l'horlogerie-bijouterie - Commerces des articles de sport et équipements de loisirs - Commerces succursalistes de l'habillement - Commerces de Détail Non Alimentaires - Grands Magasins et Magasins Populaires - Horlogerie commerce de gros - Vente A Distance <p>Les entreprises des branches professionnelles signataires se positionnant sur la Fiche Action 3 de l'EDEC, soit plus de 32.000 entreprises (32.601).</p>
<p>DECLINAISON</p>	<p>Identification des enjeux des entreprises en matière de formation (Cf. Etudes 1 & 2)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Repérage de l'offre de formation certifiante existante sur le secteur ou les secteurs approchants, - Repérage des besoins en matière d'évolution métiers et compétences (<i>outils d'observation de la démographie des entreprises, d'analyse des emplois et de suivi des compétences</i>), - Formalisation des besoins par filière et par métier, - Participation aux travaux d'adaptation de l'offre de formation existante, création de certifications complémentaires pour répondre aux besoins en compétences nouvelles non couverts : <ul style="list-style-type: none"> - Ingénierie de référentiels d'activités et de compétences transverses, - Construction et/ou adaptation des référentiels de certification.
<p>PARTENAIRES</p>	<ul style="list-style-type: none"> - DGEFP - CNCP - CARIF-OREF

RESSOURCES	<ul style="list-style-type: none"> - Les branches professionnelles - Les entreprises relevant de ces branches - Ministère de l'Éducation Nationale, de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche
FINANCEMENT	<ul style="list-style-type: none"> - DGEFP - Observatoire Prospectif du Commerce
INDICATEURS DE RESULTATS	<ul style="list-style-type: none"> - Mise en place de groupes de travail avec les partenaires (<i>DGEFP/ Forco /Branches /Observatoire /Prestataire...</i>) - Sélection du prestataire de l'étude par Appel d'Offres pour mise en concurrence <p><u>Production :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Création de blocs transversaux certifiants, de certifications interbranches, - Ingénierie de Référentiel d'activités et de compétences.

**Fiche
Action 4**

**ETUDE 2019 :
DU DIGITAL AU DIGITAL COGNITIF : INTRODUCTION A L'INTELLIGENCE ARTIFICIELLE.
IMPACT DE SON DEPLOIEMENT DANS LE COMMERCE ET LA DISTRIBUTION**

COFINANCEMENT DE L'ETUDE PILOTEE PAR L'OBSERVATOIRE PROSPECTIF DU COMMERCE

OBJECTIFS	<ul style="list-style-type: none"> - Accompagnement des salariés des branches du commerce et de la distribution dans leur montée en compétences sur les évolutions technologiques, la mutation des comportements de consommation. - Les recherches sur l'IA et leurs avancées laissent à prévoir une évolution rapide d'outils au service de l'Humain. Trop tôt en 2017 pour envisager les pratiques futures, qui auront, il est certain, dépassé le digital pour s'ouvrir au digital cognitif. En 2019, une nouvelle étude est sollicitée pour anticiper l'avenir du commerce, tant en terme d'organisation, qu'en terme de comportement du porteur de prestation au service du client.
CIBLE	<p>Les branches professionnelles signataires de l'EDEC et plus précisément les 4 branches suivantes :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Commerce à prédominance alimentaire (<i>détail et gros</i>) - Commerce de détail de l'horlogerie-bijouterie - Commerces de Détail Non Alimentaires - Vente à distance <p>Les entreprises des branches professionnelles signataires se positionnant sur la Fiche Action 4 de l'EDEC, soit 27.800 entreprises.</p>
DECLINAISON	<ul style="list-style-type: none"> - Méthodologie du cabinet en charge de l'étude
PARTENAIRES	<ul style="list-style-type: none"> - DGEFP - Observatoire Prospectif du Commerce - Forco - Consultant en charge de ce type d'accompagnement
RESSOURCES	<ul style="list-style-type: none"> - Les branches professionnelles - Les entreprises relevant de ces branches
FINANCEMENT	<ul style="list-style-type: none"> - DGEFP - Observatoire Prospectif du Commerce
INDICATEURS DE RESULTATS	<ul style="list-style-type: none"> - Production d'une étude prospective