



GUIDE PRATIQUE

**Accord classifications du 20 juin 2016
Branche de l'habillement succursaliste**

Version du 23 mars 2017

Ce guide, évolutif, est réalisé par la commission de suivi de l'accord sur les classifications, instance composée de représentants patronaux et salariés de la branche.

Il est destiné aux employeurs et aux salariés de la branche.

Il a un double objectif :

- Aider les entreprises à mettre en œuvre la nouvelle grille**
- Permettre aux salariés de comprendre les changements induits par cette dernière**

Sommaire

- 1. Présentation générale de l'accord**
- 2. Questions / réponses sur la mise en œuvre de la grille**
- 3. Outils clés en main**

1. Présentation générale de l'accord

- **L'origine de l'accord**

Jusqu'en 2016, les entreprises succursalistes de l'habillement devaient appliquer une grille de classification datant de 1972.

Adaptée aux formats de magasins et aux métiers de l'époque, elle était devenue totalement obsolète.

Les représentants des entreprises et des salariés de la branche ont donc négocié un nouveau dispositif, adapté aux évolutions du secteur, et offrant une sécurité juridique aux collaborateurs actuels et à ceux qui rejoindront les enseignes d'habillement dans les prochaines années.

- **Le principe de la nouvelle grille de classification**

Pour lui assurer une certaine souplesse, tant dans le temps qu'au niveau des différentes filières métiers qu'elle couvre, **la nouvelle grille n'est plus basée sur des emplois mais sur des critères classant.**

Ces deux systèmes étant totalement différents, il n'existe pas d'équivalence entre les deux grilles ; le positionnement des emplois doit donc se faire au niveau de chaque entreprise en fonction des qualités attendues pour chacun des métiers de l'enseigne. **Les partenaires sociaux ont toutefois prévu certaines garanties pour que les salariés en poste ne perdent pas d'avantages sociaux lors du passage à la nouvelle classification.**

2. Mise en œuvre de la grille de classification

■ Quand l'accord doit-il s'appliquer dans les entreprises ?

- Si l'entreprise adhère à la FEH : L'accord est **applicable immédiatement**. Il n'aura toutefois un caractère impératif qu'après un délai de 12 mois suivant la publication de l'arrêté d'extension¹
- Si l'entreprise n'adhère pas à la FEH : Il est **nécessaire d'attendre la publication de l'arrêté d'extension** avant de pouvoir appliquer l'accord. Là encore, la grille ne sera **impérative qu'après un délai de 12 mois suivant la publication de l'arrêté d'extension**.

■ Quelle méthodologie doit suivre l'entreprise pour passer de l'ancienne à la nouvelle grille ?

Une entreprise peut passer de l'ancienne à la nouvelle grille via un accord collectif ou de manière unilatérale. Dans les deux cas, chacun des postes doit être positionné dans la grille en fonction des critères classant de l'accord de branche.

Les partenaires sociaux préconisent une mise en œuvre de la nouvelle grille via un accord collectif.

A l'aide de fiches de postes, sont identifiés les différents critères, avant d'être positionnés dans la grille en fonction des critères mentionnés ci-dessous.

Peuvent également être utilisés les outils mentionnés en annexes de l'accord (également disponibles dans ce guide), à savoir :

- Les emplois repères
- Les fiches de postes types
- La grille de pesée

↳ *Attention, ces outils sont fournis à titre indicatif. Ils ne dispensent pas l'entreprise de vérifier le respect des critères classant.*

■ Quels sont les critères à analyser dans chaque niveau ?

Les critères à analyser pour chaque métier et pour chaque niveau sont les suivants :

- **Niveau de connaissances** : Il s'agit du niveau de formation (ou d'expérience acquise) requis pour tenir l'emploi
- **Niveau de technicité** : Ce critère caractérise la complexité et la diversité des activités, qui vont de l'exécution de travaux simples et répétitifs à la prise en charge de missions complexes concernant plusieurs domaines

¹ A la date où nous diffusons ce guide, l'arrêté d'extension n'est pas encore publié.

- **Niveau de responsabilité dans l'emploi** : Le niveau de responsabilité dans l'emploi va du simple respect de procédures jusqu'à la charge d'objectifs nombreux et complexes
- **Niveau d'autonomie dans l'emploi** : Ce critère s'apprécie au niveau des initiatives qui peuvent être prises
- **Niveau d'échange, de relations et de communication** : Ce critère s'apprécie en fonction du niveau d'échange requis avec l'environnement professionnel (clients, collègues, hiérarchie...).

▪ **L'entreprise doit-elle obligatoirement s'appuyer sur les emplois repères, les fiches de postes ou sur la grille de pesée de postes annexés à l'accord ?**

Non. Il s'agit d'outils d'aide à la mise en place de la nouvelle grille de classifications fournis à titre indicatif.

L'accord oblige en revanche l'employeur à respecter les critères classant.

▪ **Un salarié déjà présent dans l'entreprise perd-il les droits acquis avec l'ancienne classification ?**

Non. Le salarié conservera a minima les droits acquis.

Les droits antérieurs s'apprécient à la date à laquelle la nouvelle classification entre en vigueur.

Le collaborateur conservera a minima :

- son statut (c'est-à-dire « Employé », « Agent de maîtrise », « Cadre »)
- son éventuelle assimilation au statut cadre
- son salaire conventionnel
- le montant de la prime d'ancienneté dont il bénéficiait avant le passage à la nouvelle grille.

Les salariés nouvellement embauchés, en revanche, ne bénéficient que des droits liés à la nouvelle classification.

▪ **Pourquoi n'y-a-t-il pas de passerelle entre l'ancienne et la nouvelle grille ?**

Le système de la nouvelle grille de classification est différent de celui qui régissait l'ancienne grille.

De ce fait, aucune passerelle d'équivalence ne peut s'appliquer entre l'une et l'autre.

L'actuelle est basée sur des critères classant, l'ancienne sur un positionnement des salariés en fonction de leur emploi.

- **Est-il possible que des salariés de différentes entreprises ayant le même intitulé de poste ne soient pas positionnés au même niveau ?**

Oui. Contrairement à l'ancienne grille qui imposait une position en fonction du poste, la nouvelle positionne le salarié en fonction des missions qu'il exerce.

Or, un même intitulé de poste ne recouvre pas nécessairement les mêmes missions. Ces dernières varient notamment en fonction de la nature des produits vendus, de la taille des magasins ou encore de la localisation de ces derniers.

Un vendeur dans une enseigne X pourra donc avoir un autre positionnement que ceux de l'entreprise Y.

- **Dans une entreprise, un même intitulé de poste peut-il se trouver dans plusieurs niveaux ?**

Oui. Le positionnement dépendra des critères classant liés à la nature des tâches confiées au salarié.

En effet, les vendeurs d'une même entreprise pourront se voir confier des tâches différentes suivant les magasins dans lesquels ils travaillent.

- **Une entreprise peut-elle disposer de son propre accord sur les classifications ?**

Oui, mais à condition que l'accord soit aussi favorable ou plus favorable que celui de la branche.

Elle devra par ailleurs effectuer un lien (une passerelle) entre sa grille et celle de la branche et mentionner, sur la fiche de paie du salarié, à quel niveau ce dernier est positionné dans la branche, et ce afin notamment de s'assurer du respect des minima conventionnels.

3. Les outils clés en main

Pour vous aider dans la mise en œuvre de la nouvelle grille de classification, vous sont proposés, à titre indicatif, des **emplois repères**, des **fiches métiers** et un exemple de **pesée de postes**.



EMPLOIS REPERES

Les différents emplois existant dans les entreprises de la branche sont classés par application des définitions de niveaux indiquées dans la grille de classification.

Pour faciliter ce classement, certains emplois – que l'on peut qualifier d'emplois repères - sont répertoriés et classés ci-dessous sous des termes génériques qui, selon les entreprises, peuvent porter des dénominations différentes.

Il est à noter que la totalité de ces emplois repères n'existent pas nécessairement dans toutes les entreprises.

Cette liste est établie sous réserve de l'évolution des activités et des modes d'organisation, qui peut amener à sa révision.

STATUT EMPLOI	EMPLOYES				AM		CADRES		
	1	2	3	4	1	2	1	2	3
RESEAU/MAGASIN									
Directeur(trice) commercial									x
Directeur(trice) régional								x	
Responsable de secteur							x	x	
Directeur(trice) de magasin							x		
Responsable de magasin					x	x	x		
Responsable de rayon					x	x	x		
Responsable adjoint de magasin				x	x	x			
Responsable adjoint de rayon				x	x				
Vendeur(euse) principal			x	x	x				
Vendeur(euse)	x	x	x	x					
Caissier(ère)	x	x	x						
Employé(e) de magasin	x	x	x	x					
LOGISTIQUE									
Directeur(trice) d'entrepôt								x	x
Responsable d'exploitation/de service							x	x	
Responsable d'équipe logistique					x	x	x		

STATUT EMPLOI	EMPLOYES				AM		CADRES		
	1	2	3	4	1	2	1	2	3
Responsable import/export						X	X		
Responsable transport						X	X		
Responsable qualité						X	X		
Contrôleur qualité				X	X	X			
Technicien de sécurité/maintenance			X	X	X	X			
Agent logistique		X	X	X					
Employé(e) logistique	X	X	X	X					
Manutentionnaire	X	X	X	X					
OFFRE									
Directeur(trice) de collection								X	X
Coordinateur(trice) style/collection					X	X	X	X	
Styliste					X	X	X		
Assistant(e) style/collection			X	X	X	X			
Modéliste				X					
Chef de produit						X	X		
Directeur(trice) des achats								X	X
Gestionnaire achats					X	X	X		
Acheteur(euse)						X	X		
Approvisionneur			X	X	X				
Gestionnaire de stocks					X	X	X		
Responsable qualité					X	X			
Chargé de communication					X	X			
Responsable Marketing					X	X	X		
Chargé(e) d'études marketing				X	X	X			
Responsable Merchandising					X	X	X		
Merchandiser				X	X	X			
Responsable de vitrines					X	X	X		

	EMPLOYES				AM		CADRES		
	1	2	3	4	1	2	1	2	3
ADMINISTRATIF/SUPPORT									
Directeur de la communication								x	
Responsable communication					x	x	x		
Chargé de mission communication				x	x	x			
Directeur des ressources humaines									x
Responsable des ressources humaines						x	x	x	
Assistant RH				x	x	x	x		
Responsable paie					x	x	x		
Gestionnaire de paie				x	x	x			
Directeur juridique									x
Responsable juridique						x	x	x	
Juriste						x	x	x	
Directeur immobilier/développement/expansion									x
Responsable immobilier/développement/expansion						x	x	x	
Chargé(e) de mission immobilier/développement/expansion					x	x	x		
Directeur informatique/multimédia									x
Responsable informatique/multimédia						x	x	x	
Chef de projet informatique/multimédia						x	x		
Technicien informatique				x	x				
Responsable développement durable/hygiène/environnement					x	x	x		
Chef de projet développement durable/hygiène/environnement					x	x	x		

Chargé de mission développement durable/hygiène/environnement					x	x			
Directeur de travaux/maintenance/ sécurité									x
Responsable de travaux/maintenance/ sécurité						x	x		
Agent de sécurité	x	x	x	x					
Directeur administratif/financier									x
Auditeur					x	x	x		
Responsable de la comptabilité					x	x	x	x	
Comptable			x	x	x				
Trésorier					x	x	x		
Assistante de direction					x	x	x		
Agent administratif	x	x	x	x					
Assistant administratif		x	x	x					

Libellé : Modéliste

Autres libellés : modéliste-toiliste

Description synthétique

Le modéliste « donne vie » aux vêtements dessinés par le styliste. A partir d'un cahier des charges, d'annotations, de croquis, il réalise un patron ou un prototype en tissu avec tous les repères techniques de couture pour pouvoir lancer la production en série, selon les normes de fabrication (taille, carrure, ...) et les impératifs de production (coût, qualité, délais, ...). Il peut travailler « à plat », sur mannequin artificiel ou avec l'aide de l'outil informatique.

Activités principales

- ✓ **Concevoir un patronage (avec logiciel, par moulage ou à la main)**
 - Analyser le modèle à partir d'un cahier des charges, d'annotations, d'un croquis
 - Concevoir un prototype
- ✓ **Participer à l'amélioration des modèles de la collection**
 - Exploiter les tests qualité (physiques et chimiques) réalisés par le fournisseur
 - Participer au contrôle qualité sur site
 - Analyser les modèles selon les retours clients

Activités spécifiques

- ✓ Décliner le prototype en différentes tailles, pointures, carrures ...
- ✓ Réaliser un dossier technique pour chaque modèle de la collection
 - Proposer des matières, des coloris, des tissus, des couleurs, des accessoires ...
 - Proposer des procédés techniques de fabrication
 - Rédiger des fiches techniques pour la fabrication
 - Lancer la fabrication des pré-séries, des prototypes et suivre leur réalisation
 - Contrôler la fabrication des pré-séries, des prototypes

Compétences principales

- ✓ Connaître les caractéristiques techniques et commerciales des vêtements
- ✓ Connaître les propriétés et spécificités de la matière utilisée
- ✓ Avoir une bonne représentation dans l'espace
- ✓ Savoir travailler en équipe
- ✓ Maîtriser les techniques de découpe
- ✓ Etre force de proposition
- ✓ Etre méthodique et minutieux

Relations fonctionnelles internes/externes

En interne, il est en collaboration avec le(s) styliste(s), la direction commerciale et les ateliers de production.

En externe, il est en relation avec les fournisseurs.

Libellé : Styliste

Description synthétique

Le styliste crée des vêtements et accessoires qui composeront les prochaines collections. Il met à profit ses compétences artistiques et techniques pour dessiner des modèles en mariant les formes, les tissus et les coloris. Présent tout au long des étapes de la fabrication, il intervient pour modifier et ajuster les modèles.

Activités principales

- ✓ **Etre à l'affût des nouvelles tendances et en veille concurrentielle**
- ✓ **Créer des collections**
 - Dessiner des croquis Dessin Assisté par Ordinateur (DAO) et prévoir la gamme de coloris, impressions, tissus, accessoires ainsi que les différentes techniques de réalisation
 - Présenter et expliquer les croquis, les modèles, les créations
- ✓ **Assurer le suivi de fabrication**
 - Participer à la réalisation du patron
 - Participer à la réalisation du prototype
 - Réajuster et corriger le prototype
 - Sélectionner les matières, les fournitures, les accessoires
 - Présenter la collection en interne aux équipes

Activités spécifiques

- ✓ Animer une équipe en fonction de la taille de l'organisation et du positionnement

Compétences principales

- ✓ Appliquer la stratégie de l'entreprise
- ✓ Maîtriser les logiciels de Conception et de DAO
- ✓ Connaître les tendances actuelles en termes de mode
- ✓ Maîtriser les techniques de stylisme
- ✓ Maîtriser l'anglais technique
- ✓ Etre créatif et anticiper les tendances de mode
- ✓ Savoir mettre en avant les caractéristiques des modèles et des créations
- ✓ Savoir travailler en équipe
- ✓ Etre force de proposition

Relations fonctionnelles internes/externes

En interne, il est en collaboration avec le modéliste, le coloriste/infographiste, la direction commerciale.

En externe, il est en relation avec les fournisseurs et les différents acteurs de la mode.

Libellé : Assistant style collection

Autres libellés : Assistant gestionnaire de collection, assistant de collection

Description synthétique

L'assistant style collection constitue le principal soutien administratif du directeur de collection et des coordinateurs. Il participe à la création, au suivi ainsi qu'aux tâches administratives de la conception des collections. Selon son expérience et les choix d'organisation, il pourra intervenir dans la validation des prototypes.

Activités principales

- ✓ **Participer à la création des collections**
 - Contribuer à la réalisation des planches de tendances (shopping, internet, presse...)
 - Participer à la veille concurrentielle
 - Participer à la recherche et au suivi des commandes de pièces-types et d'échantillons
 - Participer à l'élaboration du book de production (création des fiches production, demande des fiches techniques,...)
- ✓ **Gérer la partie administrative des collections**
 - Assurer le lien avec les fournisseurs en organisant notamment la prise de rendez-vous
 - Effectuer le suivi de la facturation
 - Rédiger et suivre les bons de commande (quantité par taille, date de livraison, prix de vente, potentiel...).
- ✓ **Contribuer à la gestion de l'avancement des collections, matières et produits finis**
 - Analyser les tableaux de bord d'avancement
 - Suivre le respect des plannings de transmission des dessins et des modèles
 - Intervenir dans le contrôle du processus de réalisation des collections

Activités spécifiques

- Gérer l'agenda du directeur de collection (déplacements, rendez-vous)
- Intervenir dans la validation des prototypes d'une famille de produits

Compétences principales

- ✓ Connaître la stratégie de l'entreprise
- ✓ Connaître les tendances de style et les attentes des consommateurs
- ✓ Connaître les matières premières du textile et les techniques de fabrication
- ✓ Maîtriser les logiciels de Conception et de Dessin Assistés par Ordinateur (CAO/DAO)
- ✓ Maîtriser les outils bureautiques
- ✓ Maîtriser l'anglais technique
- ✓ Organiser son travail en respectant les délais
- ✓ S'adapter à des profils d'interlocuteurs variés

Relations fonctionnelles internes/externes

En interne, il est en étroite collaboration avec le directeur de collection et l'ensemble des équipes intervenant sur les collections. Il travaille avec la production (stylistes, modélistes) mais également avec d'autres directions de l'enseigne (achats, marketing, etc.).

En externe, il est en relation étroite avec les fournisseurs.

Libellé : Directeur de collection

Autres libellés : responsable de style, directeur de style

Description synthétique

Le directeur de collection pilote l'ensemble des étapes d'élaboration d'une nouvelle collection de la création à la présentation et encadre ses équipes. Il oriente le travail des différents services ayant en charge la nouvelle collection.

Activités principales

- ✓ **Appréhender les tendances et créer une (des) collection(s)**
 - Traduire les tendances (veille, shopping, cahiers de tendance...)
 - Elaborer le(s) plan(s) de collections (thèmes, modèles, matières, coloris...)
 - Valider les prototypes : choix de tissus, modèles, essayages
- ✓ **Manager les équipes de style**
 - Recruter et développer les compétences de ses équipes
 - Coordonner le travail de l'équipe de style
 - Fixer des objectifs de réalisation par rapport au budget attribué
- ✓ **Superviser l'achat des matières de la collection**
 - Conduire le planning des achats de collection
- ✓ **Gérer l'avancement des collections, matières et produits finis**
 - Analyser les tableaux de bord sur le suivi des ventes
 - Assurer le respect des plannings de transmission des dessins et modèles
 - Contrôler le processus de réalisation des collections

Activités spécifiques

- ✓ Coordonner la politique des prix, des matières premières et des produits finis

Compétences principales

- ✓ Maîtriser l'image et la stratégie de l'entreprise
- ✓ Connaître les tendances de style et les attentes des consommateurs
- ✓ Connaître les matières premières du textile et les techniques de fabrication
- ✓ Maîtriser les logiciels de Conception et de Dessin Assistés par Ordinateur (CAO/DAO)
- ✓ Etre capable de manager une équipe pluridisciplinaire
- ✓ Maîtriser l'anglais technique

Relations fonctionnelles internes/externes

En interne, il est en étroite collaboration avec la direction de l'entreprise. Au quotidien, il travaille avec une équipe (stylistes, modélistes) et d'autres directions de l'enseigne (achats, marketing, commerciale etc.). En externe, il est en relation étroite avec les fournisseurs pour analyser les tendances et l'offre.

Libellé : Gestionnaire achats

Autres libellés : *assistant administration des achats, assistant achats, gestionnaire stock*

Description synthétique

En étroite collaboration avec un acheteur, le gestionnaire achats assure la partie administrative du processus d'achat. En fonction des choix d'organisation et de son niveau de responsabilité, il peut venir en soutien ou prendre en charge les achats d'une ou de plusieurs familles de produits.

Activités principales

- ✓ **Participer au processus administratif d'achat**
 - Etablir les devis et transmettre les données sur les modalités techniques et commerciales (planning, prix, paiement, ...) aux clients, commerciaux terrain, ...
 - Passer les commandes aux fournisseurs
 - Suivre les commandes et leur facturation
 - Informer sur les caractéristiques produits, processus d'achat (délais, tarifs, promotions, nouveaux produits)
 - Suivre la performance produit en magasin
 - Effectuer le suivi des fournisseurs et proposer des solutions en cas de dysfonctionnements (livraison, garantie, règlement, ...)
 - Suivre les budgets
- ✓ **Préparer et suivre le processus logistique associé aux achats**
 - Transmettre les documents afin d'organiser le transport et la livraison de la marchandise
 - Réaliser la coordination, le suivi logistique des achats et de l'approvisionnement de la marchandise
 - Renseigner les équipes de vente sur l'état des stocks, des commandes

Activités spécifiques

- ✓ Participer à la recherche de nouveaux fournisseurs
- ✓ Prendre en charge des achats sur une ou quelques familles de produits
- ✓ Négocier les modalités du contrat avec les fournisseurs
- ✓ Participer à des réunions avec les équipes merchandising, les stylistes pour la mise en avant des thèmes,...
- ✓ Contribuer aux bilans de fin saisons
- ✓ Collaborer avec le service juridique pour la gestion des litiges fournisseurs

Compétences principales

- ✓ Connaître les caractéristiques techniques et commerciales des produits
- ✓ Connaître l'organisation de la chaîne logistique

- ✓ Connaître le droit commercial
- ✓ Maîtriser l'anglais technique
- ✓ Maîtriser les outils bureautiques et le progiciel de gestion
- ✓ Respecter des procédures de manière rigoureuse
- ✓ Savoir être réactif en cas d'aléas

Relations fonctionnelles internes/externes

En interne, il est en étroite collaboration avec l'acheteur. Il travaille également en relation avec les directions marketing, commerciale, logistique,...

En externe, il échange avec les fournisseurs le plus souvent à distance (téléphone ou mail).

Libellé : Chef de produit

Autre libellé : responsable produit

Description synthétique

Le chef de produit analyse les besoins d'un marché et contribue au développement des ventes pour une famille ou plusieurs familles de produits. Pour ce faire, il est chargé de la sélection, du suivi des collections, des opérations marketing et du merchandising pour les produits dont il assure la gestion.

Activités principales

- ✓ **Définir et développer ses gammes de produits en magasin physique ou en ligne**
 - Analyser les besoins des magasins
 - Définir le positionnement du produit en intégrant la stratégie marketing de l'enseigne : produit, prix, promotion, place (4P)
 - Elaborer le plan de collection (nombre, matière, coloris, modèles, largeur et profondeur de gamme...)
 - Evaluer le marché potentiel
 - Assurer le suivi opérationnel des opérations de merchandising, de promotion et de valorisation des produits gérés
 - Suivre l'évolution des ventes et proposer des actions pour les développer
 - Réaliser une veille concurrentielle sur les produits gérés
- ✓ **Gérer la ou les familles de produits**
 - Suivre les fournisseurs sur la ou les familles de produits gérée(s)
 - Créer les référencements produits et les codes prix
 - Assurer le suivi des commandes et des résultats commerciaux sur les produits gérés
 - Suivre les stocks et assurer la mise à disposition des produits en magasins
 - Assurer le reporting sur les données concernant les produits gérés

Activités spécifiques

- ✓ Animer une équipe
- ✓ Etre à l'écoute des remontées des équipes commerciales

Compétences principales

- ✓ Maîtriser les techniques de marketing
- ✓ Maîtriser les outils bureautiques et de gestion
- ✓ Maîtriser l'anglais technique
- ✓ Savoir organiser un projet de marketing
- ✓ Savoir valoriser des produits et réussir à développer les ventes des produits sous sa responsabilité

- ✓ Savoir analyser l'évolution du marché, les nouveaux produits
- ✓ Avoir un esprit analytique

Relations fonctionnelles internes/externes

En interne, il a des relations avec les directions commerciale, marketing, achats...

En externe, il est en relation avec les fournisseurs sur les familles de produits dont il a la responsabilité.

Libellé : Acheteur

Autres libellés : chef de marché, négociateur achat, responsable des achats

Description synthétique

L'acheteur négocie les matières et les produits au meilleur prix, en fonction du cahier des charges. Il négocie avec les fournisseurs en fonction des cahiers des charges financiers et techniques de l'enseigne.

Activités principales

- ✓ **Référencer des fournisseurs**
 - Réaliser les « sourcing » matières, styles, coloris, fournitures
 - Collaborer à l'élaboration du plan de collection
 - Se déplacer chez les fournisseurs, négocier les conditions d'achat et les référencer
 - Garantir la qualité des fournisseurs retenus
 - Acheter les matières, produits ou accessoires auprès des fournisseurs
 - Contractualiser avec les fournisseurs
 - Assurer le suivi des critères de performances des fournisseurs
- ✓ **Superviser la gestion administrative et assurer la gestion des achats, le suivi des commandes**
 - Gérer les budgets (outils de suivi des plans de gestion, analyse des chiffres,..)
 - Passer les commandes
 - Assurer les réassorts
 - Améliorer le processus d'achat

Activités spécifiques

- ✓ Travailler en collaboration avec les équipes merchandising, les stylistes pour la mise en avant des thèmes,...
- ✓ Collaborer avec le service juridique pour la gestion des litiges fournisseurs
- ✓ Animer une équipe

Compétences principales

- ✓ Connaître les caractéristiques techniques et commerciales des produits
- ✓ Connaître l'organisation de la chaîne logistique
- ✓ Maîtriser l'anglais technique
- ✓ Etre capable de négocier auprès des fournisseurs
- ✓ Etre force de proposition
- ✓ Faire preuve de rigueur

Relations fonctionnelles internes/externes

En interne, il travaille en étroite collaboration avec les directions commerciale, logistique et qualité. En fonction de l'organisation, il peut travailler avec la direction de la collection.

En externe, il échange avec les fournisseurs et le Chef de produit soit de façon indirecte soit au cours de déplacements *in situ*.

Libellé : Merchandiser

Autres libellés : marchandiseur visuel, marchandiseur, visual merchandiser

Description synthétique

Le merchandiser décline les concepts d'identité visuelle de l'enseigne au sein d'un ou de rayon(s), d'un ou de plusieurs magasin(s). Il est garant de l'homogénéisation de l'identité visuelle sur ce périmètre. Il contribue au développement du chiffre d'affaires par la mise en valeur des articles lors de l'implantation des vitrines ou du ou des rayon(s).

Activités principales

- ✓ **Homogénéiser l'identité visuelle de l'enseigne**
 - Prendre connaissance des lignes directrices de l'enseigne en matière de merchandising
 - Décliner les concepts d'identité visuelle sur les différents points de vente de son périmètre d'intervention
 - Assurer la présentation des articles dans chacun de ces magasins et dans les vitrines conformément aux concepts de l'enseigne
 - Contrôler le respect de l'identité visuelle sur ces points de vente
 - Réaliser l'actualisation des informations et supports en matière de visual merchandising dans ces magasins
 - Assurer une veille dans son domaine

Activités spécifiques

- ✓ Analyser les ventes, évaluer les axes de progression et proposer des adaptations dans son domaine
- ✓ Conseiller le personnel de vente sur le merchandising
- ✓ Participer à l'implantation des nouveaux magasins
- ✓ Animer une équipe

Compétences principales

- ✓ Maîtriser les techniques de merchandising
- ✓ Maîtriser l'outil informatique (tableur et logiciel de traitement d'image)
- ✓ Réussir à développer le chiffre d'affaires sur son périmètre par sa mise en valeur des articles
- ✓ Savoir organiser son travail
- ✓ Assurer une veille sur la mode, les besoins de la clientèle et le visual merchandising de la concurrence
- ✓ Former de personnel des magasins de manière pédagogique

Relations fonctionnelles internes/externes

En interne, le merchandiser est en relation les directions du siège, l'encadrement du ou des magasins de son périmètre de responsabilité mais également avec l'ensemble du personnel de ce(s) magasin(s).

En externe, il peut être amené à être en relation avec la clientèle lors de ces visites en magasin.

Libellé : Responsable merchandiser

Autres libellés : responsable de l'identité visuelle, directeur merchandiser, coordinateur merchandiser, responsable du merchandising

Description synthétique

Le responsable merchandiser met en valeur l'enseigne et les produits distribués à travers la conception et la mise en œuvre de principes de merchandising correspondants à la stratégie marketing et commerciale de l'entreprise.

Activités principales

- ✓ **Contribuer à la stratégie et à la politique de merchandising de l'enseigne**
 - Connaître les orientations et les objectifs stratégiques et de développement de l'entreprise
 - Concevoir un projet de charte visuelle globale
 - Définir les grands principes d'identité visuelle des différentes gammes de produits et la politique d'agencement générale des points de vente
- ✓ **Assurer le pilotage de la mise en œuvre de la politique de merchandising**
 - Réaliser des cahiers des charges et sélectionner les prestataires externes
 - Participer aux choix ou valider les ILV (Information sur les lieux de vente), les PLV (Publicité sur les lieux de vente), des supports et matériel (accessoires d'agencement, concept-magasin, éclairage...)
 - Diffuser la politique de merchandising auprès du réseau
- ✓ **Réaliser le suivi des indicateurs d'activité de merchandising**
 - Réaliser le tableau de bord des indicateurs de réalisation de la politique de merchandising et analyser les indicateurs
 - Mettre en place des plans d'actions
 - Réaliser des veilles concurrentielles

Activités spécifiques

- ✓ Animer une équipe

Compétences principales

- ✓ Connaître la stratégie commerciale de l'enseigne
- ✓ Savoir détecter les attentes du consommateur

- ✓ Connaître les méthodologies de projet
- ✓ Connaître les caractéristiques des produits à mettre en valeur
- ✓ Avoir des connaissances en marketing
- ✓ Maîtriser les techniques de merchandising
- ✓ Etre un bon communicant
- ✓ Faire preuve de curiosité et de créativité
- ✓ Savoir manager une équipe
- ✓ Maîtriser l'outil informatique
- ✓ Maîtriser l'anglais technique

Relations fonctionnelles internes/externes

En interne, il est en collaboration avec les différentes équipes des magasins et les directions commerciale, marketing, achats et collection...

En externe, il peut également travailler avec des sous-traitants (photographes, architectes, créatifs,...) afin de transformer les espaces de vente et/ou effectuer une action de promotion.

Libellé : Responsable marketing

Autres libellés : chef de projet marketing, responsable des études marketing, directeur marketing

Description synthétique

Le responsable marketing contribue à la conception de la stratégie marketing de l'enseigne. Il réalise et coordonne des études marketing afin de définir les cibles, les produits et les actions prioritaires.

Activités principales

- ✓ **Effectuer des études marketing**
 - Analyser le marché et les tendances dans le domaine
 - Réaliser et coordonner des études marketing
 - Planifier et organiser des opérations marketing
 - Contribuer à la définition de la stratégie marketing et communication, promotion, distribution, publicité, web et réseau
 - Rédiger des rapports et des bilans
 - Préparer et réaliser des réunions de présentation
 - Consulter des prestataires et suivre les opérations réalisées
- ✓ **Assurer des activités de gestion**
 - Suivre les budgets des différents projets ou études de son périmètre
 - Proposer un budget prévisionnel
 - Assurer le reporting des indicateurs de gestion et activité
- ✓ **Piloter la politique de relation client**

Activités spécifiques

- ✓ Animer une équipe

Compétences principales

- ✓ Maîtriser les outils, techniques et méthodes d'analyse marketing
- ✓ Connaître les techniques de communication
- ✓ Savoir manager une équipe
- ✓ Savoir analyser les résultats des études afin de proposer un plan d'actions
- ✓ Disposer d'une capacité d'analyse et de synthèse
- ✓ Piloter un projet en priorisant les opérations à mener
- ✓ Maîtriser l'anglais technique
- ✓ Savoir mobiliser des réseaux relationnels

Relations fonctionnelles internes/externes

En interne, le responsable marketing travaille en collaboration avec les directions marketing, achats, commerciale et support.

En externe, il est en lien avec les sous-traitants, des prestataires et les clients.

Libellé : Manutentionnaire

Autre libellé : agent de manutention

Description synthétique

Le manutentionnaire assure la manutention, la circulation ou l'entreposage de la marchandise dans un entrepôt. Le niveau de polyvalence peut être variable en fonction de son expérience et des choix organisationnels.

Activités principales

- ✓ **Réaliser la manutention**
 - Prendre connaissance des différents documents nécessaires à l'activité (planning, plan de palettisation, ...)
 - Assurer la manutention des marchandises (cintrage et pliage)
- ✓ **Signaler à sa hiérarchie les anomalies constatées**
 - Repérer et signaler les anomalies de manutention
- ✓ **Assurer un contrôle et une activité d'entretien du matériel**
 - Réaliser les contrôles liés à son activité
 - Assurer une maintenance de premier niveau de son équipement
 - Nettoyer et ranger son matériel

Activités spécifiques

- ✓ Renseigner les documents et/ou le système informatique de gestion
- ✓ Utiliser des engins de manutention motorisés

Compétences principales

- ✓ Connaître et appliquer les règles d'hygiène et de sécurité
- ✓ Connaître les procédures et techniques utilisées par l'entrepôt et les appliquer
- ✓ Connaître les spécifications techniques des marchandises
- ✓ Connaître le fonctionnement des appareils de manutention utilisés
- ✓ Connaître les emplacements dédiés aux marchandises
- ✓ Avoir une bonne représentation visuelle dans l'espace
- ✓ Respecter les consignes de manière rigoureuse
- ✓ Être rigoureux dans le respect des consignes, des procédures et dans la signalétique des produits

Relations fonctionnelles internes/externes

En interne, il travaille en collaboration avec le personnel de l'entrepôt ou du magasin.

En externe, il peut être en lien avec les transporteurs.

Libellé : Agent logistique

Autres libellés : opérateur logistique, préparateur de commandes, réceptionnaire, cariste

Description synthétique

En entrepôt, l'agent logistique est chargé de réceptionner, préparer, stocker, mettre à disposition et/ou d'expédier la marchandise. En fonction de l'organisation, il a en charge un ou plusieurs de ces domaines d'activités. Il peut également être amené à consulter ou à renseigner le système informatique dédié.

Activités principales

- ✓ **Réceptionner la marchandise en provenance des fournisseurs**
- ✓ **Stocker la marchandise**
 - Ranger les articles dans les zones de stockage
 - Enregistrer informatiquement les entrées et les sorties des articles
- ✓ **Préparer et expédier les commandes**
 - Prélever les articles depuis les zones de stockage
 - Regrouper les articles correspondant aux commandes des points de vente
 - Conditionner les articles selon les spécifications (cintrage, pliage, ...)
 - Etiqueter la commande et la placer dans la zone de chargement
- ✓ **Signaler à sa hiérarchie les anomalies constatées**
- ✓ **Assurer un contrôle et une activité d'entretien du matériel, des outils et des machines nécessaires à son activité**
 - Réaliser les contrôles liés à son activité
 - Assurer une maintenance de premier niveau de son équipement
 - Nettoyer et ranger son matériel

Activités spécifiques

- ✓ Vérifier quantitativement et qualitativement la réception de la marchandise

Compétences principales

- ✓ Connaître et appliquer les règles d'hygiène et de sécurité
- ✓ Connaître les procédures et techniques utilisées par l'entrepôt et les appliquer
- ✓ Connaître les spécifications techniques des marchandises
- ✓ Connaître le fonctionnement des appareils de manutention utilisés
- ✓ Connaître les emplacements dédiés aux marchandises
- ✓ Avoir une bonne représentation visuelle dans l'espace
- ✓ Respecter l'organisation retenue et l'ordre des priorités

- ✓ Etre rigoureux dans le respect des consignes, des procédures et dans la signalétique des produits

Relations fonctionnelles internes/externes

En interne, il travaille avec les équipes logistiques et transport.

En externe, il peut être en lien avec les transporteurs.

Libellé : Approvisionneur

Autres libellés : gestionnaire approvisionnement, gestionnaire de stock, gestionnaire de flux

Description synthétique

L'approvisionneur gère le niveau de stock nécessaire pour assurer la disponibilité des articles à la vente à l'ensemble des points de vente. A l'interface entre les magasins et l'entrepôt, il garantit le bon flux des articles en fonction des plannings.

Activités principales

- ✓ **Gérer l'approvisionnement de l'ensemble des magasins**
 - Prévoir les stocks à l'aide de l'outil informatique de gestion, en fonction des ventes des points de vente
 - Gérer les flux de livraison avec les fournisseurs
 - Prévoir l'approvisionnement des points de vente dont il a la charge
- ✓ **Préparer et piloter des actions pour optimiser les stocks dans le respect du calendrier commercial**
 - Gérer le flux de commandes avec l'entrepôt
 - Elaborer des analyses de stocks aux différents points logistiques
 - Organiser les retours de marchandises « fin de saison »

Activités spécifiques

- ✓ Animer une équipe
- ✓ Participer à l'analyse des performances des fournisseurs à travers la tenue d'indicateurs
- ✓ Participer à la résolution des litiges avec les fournisseurs
- ✓ Optimiser la rotation des stocks

Compétences principales

- ✓ Connaître les spécificités d'approvisionnement des produits
- ✓ Connaître le fonctionnement et les problématiques du domaine de la logistique
- ✓ Maîtriser l'anglais technique
- ✓ Savoir utiliser les outils informatiques spécifiques (logiciel d'approvisionnement et de logistique ; Progiciel de Gestion Intégrée)
- ✓ Faire preuve de rigueur dans le suivi du process de gestion des stocks

Relations fonctionnelles internes/externes

En interne, il est en collaboration étroite avec les directions commerciale et logistique.

En externe, il échange régulièrement avec les fournisseurs (délais et capacités de livraison).

Libellé : Responsable d'équipe logistique

Autres libellés : chef d'équipe logistique, coordinateur logistique

Description synthétique

Le responsable d'équipe logistique exerce son activité sur une plateforme logistique/entrepôt. Il gère les flux de marchandises depuis la réception jusqu'à la livraison au sein des magasins de l'enseigne et des clients: réception, traitement, emballage, transport. Dans une démarche d'amélioration continue, il recherche de nouvelles solutions pour réduire les coûts, améliorer la sécurité, le transport et le stockage. Les missions et leur mise en œuvre peuvent varier en fonction de l'organisation (flux tendus, système global de gestion des flux...), de la taille de l'entrepôt et du niveau d'informatisation de celui-ci.

Activités principales

- ✓ **Contrôler les activités logistiques**
 - Organiser les arrivages et la réception des marchandises
 - Veiller à la bonne préparation des commandes
 - Gérer les zones de préparation et s'assurer des expéditions dans les délais impartis
- ✓ **Gérer les stocks**
 - S'assurer du respect des règles d'entreposage
 - Veiller au bon état des stocks
 - Rechercher de nouvelles solutions d'entreposage et de gestion des stocks
- ✓ **Animer les équipes**
 - Organiser et animer le travail de son équipe par la mise en place d'un management de proximité
 - Veiller au respect des procédures, des règles d'hygiène et de sécurité
 - Veiller à la propreté des zones de préparation, d'expédition et de stockage

Activités spécifiques

- ✓ Participer à l'organisation des inventaires
- ✓ Superviser l'entretien et la maintenance des matériels de manutention

Compétences principales

- ✓ Connaître les process et les règles à appliquer dans le domaine de la logistique
- ✓ Savoir utiliser les outils informatiques spécifiques (logiciel d'approvisionnement et de logistique ; Progiciel de Gestion Intégrée)
- ✓ Maîtriser l'anglais technique
- ✓ Faire preuve de rigueur et d'organisation
- ✓ Savoir gérer les conflits

- ✓ Etre pédagogue

Relations fonctionnelles internes/externes

En interne, il travaille avec la direction logistique et l'ensemble du personnel de la plateforme.

En externe, il échange régulièrement avec les fournisseurs (délais de livraison, service approvisionnement, contrôle) et les transporteurs.

Libellé : Contrôleur qualité

Autre libellé : *contrôleur qualité conformité*

Description synthétique

Le contrôleur qualité contribue à vérifier et/ou

améliorer la qualité des articles textiles et des produits. Il effectue des contrôles à tous les stades de la fabrication : de l'élaboration du produit textile jusqu'au produit fini commercialisable, en fonction des réglementations et de la politique qualité de l'enseigne. En fonction de la taille de la structure et de son niveau de responsabilité, il peut être chargé de tout ou partie des activités suivantes : élaboration du produit textile, suivi sur la chaîne de production, contrôle du produit fini. Il contrôle potentiellement tous les stades de l'élaboration du produit.

Activités principales

- ✓ **Suivre l'évolution des normes réglementaires**
- ✓ **Effectuer des contrôles qualité, en amont**
 - Participer aux tests des tissus et des matières chez les fournisseurs et en laboratoire
 - Participer à la rédaction de documents relatifs à la qualité
 - Participer à la définition des procédures et indicateurs qualité
- ✓ **Réaliser les contrôles qualité sur les produits finis**
 - Tester les produits finis en laboratoire
 - Tester les produits finis sur une chaîne
 - Suivre les indicateurs qualité (analyses, corrections, améliorations)
 - Suivre la mise en œuvre des plans d'action qualité
- ✓ **Réaliser des contrôles qualité finaux avant expédition commandes (import et export)**
 - Contrôler physiquement les produits avec le relevé de production et le tableau des mesures

Activités spécifiques

- ✓ Réaliser des audits qualité en interne ou suivre la réalisation des audits qualité externes
- ✓ Participer à des groupes de travail
- ✓ Sensibiliser le personnel sur les procédures qualité et les dimensions hygiène et sécurité

Compétences principales

- ✓ Maîtriser les normes réglementaires en vigueur dans son domaine d'activité
- ✓ Maîtriser les techniques de contrôle et de test des produits
- ✓ Maîtriser les spécificités des produits et de leur production
- ✓ Maîtriser l'outil informatique

- ✓ Savoir rédiger des procédures et des rapports qualité
- ✓ Etre rigoureux dans ces contrôles
- ✓ Expliquer ces résultats de manière pédagogique
- ✓ S'adapter à la diversité des interlocuteurs
- ✓ Maitriser l'anglais technique

Relations fonctionnelles internes/externes

En interne, il est en étroite collaboration avec l'ensemble de la ligne de production et distribution: production, études, méthodes, services clients. Il travaille également en relation avec les auditeurs internes.

En externe, il échange régulièrement avec les fournisseurs et les sous-traitants éventuels.

Libellé : Directeur de site logistique

Autre libellé : responsable d'exploitation logistique

Description synthétique

Le responsable d'exploitation organise et met en œuvre les moyens techniques et humains afin de gérer les flux de marchandises entre leur transport, leur réception dans l'entrepôt/la plateforme logistique et leur livraison dans les points de vente.

Activités principales

- ✓ **Garantir la gestion des flux**
 - Analyser les tableaux de bord de gestion des flux selon les périodes d'activités annuelles
 - Anticiper les besoins en stockage et optimiser l'utilisation des zones de stockage
 - Optimiser les flux de marchandises à l'aide d'outils informatiques
- ✓ **Optimiser la supply chain**
 - Mettre en place des indicateurs de productivité
 - Optimiser les coûts de transport
- ✓ **Manager les équipes logistiques**
 - Gérer les besoins en ressources humaines et en matériels selon les périodes et les flux prévisionnels
 - Optimiser l'organisation du travail du site
 - Gérer le recrutement de nouveaux collaborateurs
 - S'assurer du développement des compétences des collaborateurs
 - Animer les activités des responsables d'équipe
- ✓ **Garantir l'application et au respect des règles d'hygiène et de sécurité**

Compétences principales

- ✓ Maîtriser les règles d'hygiène et de sécurité
- ✓ Maîtriser les réglementations à appliquer en logistique et transport
- ✓ Maîtriser les processus de la chaîne logistique
- ✓ Savoir manager des équipes
- ✓ Maîtriser les logiciels de logistique (gestion de stock, commandes...) et participer à leur évolution
- ✓ Savoir analyser et anticiper dans la planification des activités et dans les choix d'organisation
- ✓ Savoir adapter l'organisation aux aléas et aux variations d'activité

Relations fonctionnelles

En interne, il est en relation avec l'ensemble des acteurs de la chaîne logistique.

En externe, il est en relation avec les fournisseurs, les transporteurs et les points de vente.

Libellé : Vendeur

Autre libellé : *vendeur conseil*

Description synthétique

Le vendeur est chargé de vendre les produits commercialisés par son enseigne. Selon le positionnement de l'enseigne, le concept commercial et son expérience, les activités du vendeur pourront varier ainsi que le niveau d'exigence des compétences attendues.

Activités principales

- ✓ **Accueillir les clients dans le point de vente**
- ✓ **Réaliser un acte de vente**
 - Identifier le besoin
 - Accompagner l'acte d'achat
 - Présenter les services aux clients
 - Fidéliser la clientèle
 - Informer sa hiérarchie en cas de problème sur un article, avec un client
- ✓ **Participer à la présentation des produits et à la mise en valeur**
 - Réceptionner les marchandises
 - Effectuer la mise en rayon selon les règles du merchandising.
 - Participer à la mise en place des opérations commerciales
 - Maintenir une présentation attrayante des articles dans les rayons
- ✓ **Participer à la bonne tenue et à la sécurisation des produits**
 - Appliquer les règles de sécurisation des produits et de la démarque inconnue

Activités spécifiques

- ✓ Conseiller le client selon son besoin
- ✓ Participer au réassort de la marchandise
- ✓ Participer à la réception physique et informatique des marchandises
- ✓ Vérifier la quantité et la qualité des marchandises réceptionnées
- ✓ Participer au rangement du stock
- ✓ Organiser le rangement des réserves
- ✓ Participer à la mise en place des vitrines selon les consignes
- ✓ Réaliser l'encaissement

Compétences principales

- ✓ Savoir accueillir les clients et les orienter selon leur besoin Connaître et respecter les procédures
- ✓ Connaître les techniques de vente et les appliquer dans la réalisation d'actes de vente
- ✓ Connaître les principales caractéristiques des produits et pouvoir s'en servir dans un argumentaire de vente
- ✓ S'adapter à la diversité des situations et aux différents profils des clients
- ✓ Connaître les règles de sécurité à appliquer

Relations fonctionnelles internes/externes

En interne, le vendeur est plus particulièrement en relation avec le personnel du point de vente et plus ponctuellement avec certaines fonctions du siège.

En externe, le vendeur est en relation avec les clients, les livreurs et parfois certains fournisseurs.

Libellé : Vendeur Principal

Description synthétique

Le vendeur principal assure les activités d'un vendeur mais de par son expérience, il va constituer un référent technique pour l'équipe et il est en capacité de former les nouveaux vendeurs. Selon son niveau de responsabilité et l'organisation du point de vente, il pourra être amené à remplacer son responsable et à avoir un rôle hiérarchique vis-à-vis d'une petite équipe de vendeurs.

Activités principales

- ✓ **Accueillir les clients dans le point de vente**
- ✓ **Réaliser un acte de vente**
 - Identifier le besoin
 - Accompagner l'acte d'achat
 - Présenter les services aux clients
 - Fidéliser la clientèle
 - Réaliser l'encaissement
 - Gérer les réclamations ou les problèmes liés à un article ou avec un client
- ✓ **Participer à la présentation et à la mise en valeur des produits**
 - Réceptionner les marchandises
 - Effectuer la mise en rayon selon les règles du merchandising.
 - Participer à l'organisation et à la mise en place des opérations commerciales
 - Maintenir une présentation attrayante des articles dans les rayons
 - Contrôler le réassort de la marchandise
- ✓ **Participer à la bonne tenue et à la sécurisation des produits**
 - Appliquer les règles de sécurisation des produits et de la démarque inconnue
 - Participer à l'ouverture et à la fermeture du magasin
- ✓ **Animer une équipe**
 - Transférer les compétences techniques de vente dans l'équipe
 - Contribuer à l'intégration des nouveaux vendeurs
 - Participer à la répartition des activités et à la planification dans son périmètre

Activités spécifiques

- ✓ Remplacer sa hiérarchie en cas d'absence ponctuelle
- ✓ Participer à la réception physique et informatique des marchandises
- ✓ Vérifier la quantité et la qualité des marchandises réceptionnées
- ✓ Organiser le rangement des réserves
- ✓ Participer à la mise en place des vitrines selon les consignes

Compétences principales

- ✓ Maîtriser les techniques de vente, les appliquer dans la réalisation d'actes de vente et réussir à les transmettre
- ✓ Connaître les principales caractéristiques des produits et pouvoir s'en servir dans un argumentaire de vente et les communiquer aux autres vendeurs
- ✓ Adapter son activité et intervenir dans la répartition des activités de l'équipe en fonction de l'affluence sur son périmètre et selon les priorités

- ✓ S'adapter à la diversité des profils des clients, y compris dans certaines situations difficiles
- ✓ Expliquer de manière pédagogique sa pratique professionnelle
- ✓ Maîtriser les procédures et les règles de sécurité, les respecter et les faire appliquer

Relations fonctionnelles internes/externes

En interne, le vendeur principal est plus particulièrement en relation avec le personnel du point de vente et plus ponctuellement avec certaines fonctions du siège.

En externe, le vendeur principal est en relation avec les clients, les livreurs et parfois certains fournisseurs.

Libellé : Responsable de rayon

Autres libellés : chef de rayon, manager de rayon, chef de secteur

Description synthétique

Le responsable de rayon a en charge l'animation commerciale sur un espace donné du point de vente. Il est garant de la bonne tenue de son secteur et participe à la force de vente. Il contribue au développement du chiffre d'affaires et de la marge de son rayon. Le périmètre d'activités en charge et le niveau de responsabilité varient selon les choix d'organisation et la taille du point de vente.

Activités principales

- ✓ **Assurer l'animation commerciale de son rayon**
 - Communiquer avec l'équipe sur les résultats commerciaux du rayon
 - Mettre en place et animer les opérations commerciales
 - Contrôler la bonne tenue du rayon
 - Analyser les indicateurs de gestion
 - Proposer des actions pour développer le chiffre d'affaires et la marge de son rayon
 - Gérer la marchandise et le niveau de stock sur son périmètre
 - Mener des actions pour la lutte contre la démarque inconnue
 - Prendre en charge les litiges ou les réclamations de la clientèle
- ✓ **Animer l'équipe**
 - Sensibiliser et former son équipe sur les techniques de vente et le respect des règles de merchandising
 - Intégrer les nouveaux vendeurs au niveau de son rayon
 - Planifier les horaires de son équipe et veiller à leur respect
 - Superviser, coordonner et organiser les activités de l'équipe
 - Evaluer et développer les compétences de l'équipe
 - Respecter et faire respecter le règlement intérieur, les procédures mises en place et les règles d'hygiène et de sécurité
- ✓ **Contribuer à la gestion commerciale du rayon**
 - Suivre les indicateurs de gestion commerciale pour le rayon
 - Assurer le reporting des indicateurs
 - Suivre et respecter les budgets du rayon
- ✓ **Contribuer aux ventes et à la réalisation des encaissements**
- ✓ **Prendre en charge l'ouverture ou la fermeture du magasin**

Activités spécifiques

- ✓ Participer au recrutement du personnel
- ✓ Assurer le remplacement de sa hiérarchie

Compétences principales

- ✓ Savoir animer une équipe

- ✓ Maîtriser les techniques de vente, réussir à les transmettre et à servir d'exemple pour l'équipe
- ✓ Savoir fixer des objectifs à l'équipe et communiquer autour des résultats pour la motiver
- ✓ Analyser les indicateurs du rayon et savoir les argumenter
- ✓ Organiser son rayon selon la stratégie commerciale de l'enseigne et de sa déclinaison au niveau du point de vente
- ✓ Savoir planifier et anticiper la préparation d'opérations commerciales
- ✓ Etre réactif dans la gestion des aléas et des problèmes
- ✓ Etre force de proposition dans le développement commercial du rayon
- ✓ Maîtriser les procédures et les règles de sécurité, les respecter et les faire appliquer

Relations fonctionnelles internes/externes

En interne, le responsable de rayon est en relation continue avec le personnel de son secteur, ses homologues et le siège.

En externe, il est en relation avec la clientèle et ponctuellement avec des livreurs, des fournisseurs et des sous-traitants.

Libellé : Responsable de magasin

Autre libellé : responsable de point de vente, directeur de magasin

Description synthétique

Le responsable de magasin gère le développement de l'activité du magasin en coordonnant l'ensemble des activités : commerciales, managériales et financières. Il manage une équipe (responsable adjoint, vendeurs...) dans le cadre des politiques commerciales de l'enseigne. Selon la taille du magasin et les choix d'organisation, le niveau de responsabilité et le périmètre de ses activités peuvent varier.

Activités principales

- ✓ **Gérer l'organisation et l'animation de la surface de vente**
 - Garantir la qualité des services aux clients
 - Garantir l'implantation des articles conformément à la politique de l'enseigne
 - Appliquer la politique commerciale de l'enseigne
 - Organiser la journée de vente
- ✓ **Gérer la gestion du point de vente**
 - Analyser, animer les indicateurs commerciaux et développer le chiffre d'affaires
 - Assurer le reporting de l'activité
 - Gérer la gestion des stocks et superviser les commandes
 - Assurer la gestion administrative et financière du point de vente
 - Organiser et participer à l'organisation des inventaires
- ✓ **Manager les équipes**
 - Participer au recrutement de nouveaux collaborateurs et organiser leur intégration
 - Contrôler la qualité du travail des équipes
 - Assurer le suivi administratif du personnel en lien avec les ressources humaines dans le respect de la législation du droit du travail
 - Développer les compétences du personnel du point de vente
 - Animer ses équipes commerciales
 - Appliquer les règles d'hygiène et de sécurité

Activités spécifiques

- ✓ Participer à la vente
- ✓ Participer à des projets au niveau du réseau de l'enseigne
- ✓ Gérer les stocks
- ✓ Assurer les relations avec les prestataires extérieurs

Compétences principales

- ✓ Savoir animer une équipe
- ✓ Maîtriser les techniques d'animation commerciale et savoir les impulser.
- ✓ Connaître la réglementation commerciale
- ✓ Avoir des bases en droit du travail
- ✓ Savoir suivre et analyser des données commerciales afin de mettre en place des actions
- ✓ Maîtriser les techniques et procédures liées à la gestion des ressources humaines
- ✓ Disposer d'un sens commercial développé

- ✓ Etre force de proposition
- ✓ Etre réactif en cas d'aléas afin d'adapter l'organisation
- ✓

Relations fonctionnelles internes/externes

En interne, il travaille en étroite collaboration avec le personnel du point de vente et les fonctions support.

En externe, il est en relation avec la clientèle, les fournisseurs, les sous-traitants, les livreurs et les associations ou collectivités du quartier ou de la ville et force de l'ordre.

Libellé : Responsable régional

Autres libellés : responsable de secteur, directeur régional, directeur des ventes

Description synthétique

Le responsable régional met en œuvre et coordonne la politique commerciale de l'enseigne et contribue à son développement économique. Il intervient sur un ensemble de magasins réunis sur un secteur et a en charge l'expansion de ce réseau.

Activités principales

- ✓ **Evaluer et mettre en œuvre la politique commerciale de l'enseigne sur son réseau**
 - Réaliser la visite des points de vente pour vérifier le respect des règles commerciales et juridiques, le professionnalisme de ses équipes
 - Fixer des objectifs commerciaux aux équipes de direction des magasins
- ✓ **Piloter l'activité financière et administrative sur son périmètre en lien avec la stratégie de l'enseigne**
 - Analyser les performances des magasins de sa région
 - Etablir des plans d'actions au niveau du secteur et des magasins
 - Effectuer un reporting de son secteur auprès de la direction commerciale
- ✓ **Diriger et animer les équipes**
 - Sensibiliser et former son équipe sur les techniques de vente et le respect des règles de merchandising
 - Intégrer les nouveaux vendeurs au niveau de son rayon
 - Planifier les horaires de son équipe et veiller à leur respect
 - Superviser, coordonner et organiser les activités de l'équipe
 - Evaluer et développer les compétences de l'équipe
 - Respecter et faire respecter le règlement intérieur, les procédures mises en place et les règles d'hygiène et de sécurité

Activités spécifiques

- ✓ Assurer le développement et à la mise en place de projets d'entreprise (événementiel, démarche école, développement de partenariats,...)
- ✓ S'assurer du bon niveau d'approvisionnement des magasins
- ✓ Accompagner le directeur ou le responsable de magasin dans ses missions
- ✓ Coordonner ses activités avec les autres fonctions du siège :
 - Collaborer avec les services « travaux » pour l'ouverture et/ou la rénovation du parc de magasins
 - Participer au recrutement de la direction des magasins en collaboration avec le service RH
 - Travailler avec le service merchandising pour appliquer les règles et former les équipes (notes de services, visual merchandising)

Compétences principales

- ✓ Connaître le domaine commercial de l'enseigne
- ✓ Connaître le contexte économique et sociodémographique de son secteur
- ✓ Connaître et faire appliquer les techniques de dynamisation des ventes
- ✓ Savoir s'adapter à ces interlocuteurs
- ✓ Savoir animer et motiver des équipes
- ✓ Savoir faire-faire (savoir déléguer)
- ✓ Etre un bon communicant
- ✓ Connaître le management commercial
- ✓ Savoir appliquer les règles d'hygiène et de sécurité

Relations fonctionnelles internes/externes

En interne, il anime les différentes fonctions des magasins de son réseau. Il est en relation directe avec l'ensemble des fonctions du siège.

En externe, il est en relation avec les fournisseurs et les clients.

EXEMPLE DE SYSTEME DE PESEE DE L'EMPLOI

Le second système proposé pour la mise en œuvre de l'accord sur les classifications est une grille de pesée de l'emploi.

Cette dernière fonctionne sur la base de points obtenus à partir de différents critères.

La somme des points obtenus permet de déterminer le statut du salarié.

GRILLE DE CLASSEMENT

CRITERES ITEM	CRITERE 1 Niveau de connaissances	CRITERE 2 Niveau de technicité	CRITERE 3 Niveau de responsabilité dans l'emploi	CRITERE 4 Niveau d'autonomie dans l'emploi	CRITERE 5 Niveau d'échange, de relations et de communication
Degré 1	1	1	1	1	1
D 2	2	2	2	2	2
D 3	3	3	3	3	3
D 4	4	4	4	4	4
D 5	5	5	5	5	5
D 6	6	6	6	6	6
D 7	7	7	7	7	7
D 8	8	8	8	8	8
D 9	9	9	9	9	9

STATUT DU SALARIE EN FONCTION DU RESULTAT OBTENU

POINTS	POSITIONNEMENT	STATUT
1 à 8	D 1	E 1
9 à 12	D 2	E 2
13 à 16	D 3	E 3
17 à 21	D 4	E 4
22 à 26	D 5	AM 1
27 à 30	D 6	AM 2
31 à 36	D 7	C 1
37 à 40	D 8	C 2
41 à 45	D 9	C 3

ILLUSTRATION D'UNE PESEE D'EMPLOI

CRITERES	CRITERE 1	CRITERE 2	CRITERE 3	CRITERE 4	CRITERE 5
	<i>Niveau de connaissances</i>	<i>Niveau de technicité</i>	<i>Niveau de responsabilité dans l'emploi</i>	<i>Niveau d'autonomie dans l'emploi</i>	<i>Niveau d'échange, de relations et de communication</i>
ITEM					
D 1	1	1	1	1	1
D 2	2	2	2	2	2
D 3	3	3	3	3	3
D 4	4	4	4	4	4
D 5	5	5	5	5	5
D 6	6	6	6	6	6
D 7	7	7	7	7	7
D 8	8	8	8	8	8
D 9	9	9	9	9	9

PESEE DE L'EMPLOI DANS LA GRILLE DE PONDERATION

CRITERES	DEGRES	POINTS
<i>Connaissances professionnelles</i>	<i>D 1</i>	<i>1</i>
<i>Connaissances des procédures</i>	<i>D 2</i>	<i>2</i>
<i>Responsabilités</i>	<i>D 1</i>	<i>1</i>
<i>Autonomie</i>	<i>D 2</i>	<i>2</i>
<i>Animation/coordination</i>	<i>D 2</i>	<i>2</i>
TOTAL		8

*Le total est égal à 8 et correspond donc à un classement en D1,
c'est-à-dire « Employé niveau 1 »*

SALAIRES MENSUELS MINIMA GARANTIS
--

Le barème des salaires mensuels minima garantis, applicable en France métropolitaine, pour les salariés à temps plein est fixé comme suit :

STATUT	NIVEAU	SALAIRE MENSUEL MINIMA GARANTI POUR UN TEMPS PLEIN
Employés	1	1470
	2	1485
	3	1510
	4	1570
Agents de Maîtrise	1	1660
	2	1730
Cadres	1	2000
	2	2200
	3	2600

- Les primes d'ancienneté calculées pour un temps complet par catégorie d'emploi et tranche d'ancienneté sont revalorisées en vertu de l'article 31 du texte de base de la convention collective.
- Pour les cadres, conformément à l'article 11 de l'avenant "Cadres" du 30 juin 1972, la prime d'ancienneté est incluse forfaitairement dans la rémunération perçue dès lors que cette rémunération est au moins égale au minima garanti augmenté de la prime d'ancienneté.
- Pour les salariés (Employés, Agents de Maîtrise et Cadres) qui ne travaillent pas à temps complet, la prime d'ancienneté est calculée au prorata de la durée contractuelle du travail du salarié.