

Evolution du modèle des  
**Grands Magasins**  
et **Magasins Populaires**  
à 5 ans



Enjeux, impacts & accompagnements



Démultiplication des innovations technologiques, révolution marketing de l'expérience client, nouveaux comportements de consommation, internationalisation de la clientèle, changements démographiques et écologiques... Confrontés à ces évolutions majeures qui vont s'accélérer dans les prochaines années, les Grands Magasins et Magasins Populaires se doivent d'adapter leurs métiers et les compétences de leurs collaborateurs pour pérenniser leur modèle.

Etre bien préparé

## aux évolutions majeures des 5 années à venir

Dans ce contexte de profondes mutations, les partenaires sociaux de la branche ont lancé une étude<sup>(1)</sup> sur l'évolution du modèle des Grands Magasins et Magasins Populaires avec un double objectif :

- étudier les grandes tendances dans les 5 ans au sein de la branche et qualifier les impacts sur les métiers et les compétences de ces évolutions sur cette période,
- identifier des propositions d'accompagnement des collaborateurs pour mieux appréhender ces évolutions.

Cette étude a été pilotée par l'Observatoire Prospectif du commerce.

La branche des Grands Magasins et Magasins Populaires a souhaité mettre à disposition de ses entreprises adhérentes les enseignements de cette étude sous la forme de deux supports complémentaires :

- **ce guide** présentant de façon synthétique les impacts des principales évolutions au sein de la branche dans les 5 ans et les principes d'accompagnement,
- **une page web dédiée, accessible sur : [alliancecommerce.org/nos-publications/](https://www.alliancecommerce.org/nos-publications/)**, abordant pour la branche, de façon plus exhaustive, ces évolutions, les impacts sur les métiers et les compétences et les propositions d'accompagnements des collaborateurs par famille de métiers pour s'adapter à ces mutations.

(1) Etude réalisée par le cabinet Eurogroup Consulting d'août à décembre 2019 auprès des enseignes de la branche et d'acteurs comparables de la distribution en France et à l'International et reposant sur : une analyse documentaire, la participation à des événements relatifs à la prospective dans le Retail, la réalisation de 30 entretiens auprès de représentants du secteur en France et à l'International et l'organisation de 2 ateliers de travail RH.

Grands Magasins et Magasins Populaires

# Les principaux facteurs d'évolution à 5 ans

Les enseignes de la branche sont confrontées à 4 facteurs d'évolution qui vont s'accélérer dans les 5 années à venir et qui représentent autant de défis majeurs à relever pour poursuivre leurs activités dans les meilleures conditions.

Défi n° 1

Les évolutions digitales



- > **Développement** du big data et de l'IA.
- > **Développement** de la robotisation / automatisation.
- > **Renforcement** de l'omnicanalité.
- > **Poursuite** de la digitalisation des magasins physiques.

Défi n° 2

Les évolutions des modes de vie et de consommation



- > **Evolution** du rapport au vendeur.
- > **Recherche** d'une expérience « lifestyle ».
- > **Recherche** de praticité et de services.

Défi n° 3

Les évolutions liées aux enjeux écologiques



- > **Recherche** de sens et de transparence.
- > **Développement** de nouvelles formes de commerce.
- > **Accroissement** des enjeux liés à la mobilité.

Défi n° 4

Les évolutions socio-économiques



- > **Premiumisation** de l'offre.
- > **Croissance** de la clientèle internationale.

Toutes ces évolutions peuvent également représenter des leviers de développement pour les Grands Magasins et Magasins Populaires à condition d'adapter leur modèle autour de l'humain et de l'émotion.



### FOCUS SUR LES PRINCIPAUX FACTEURS D'ÉVOLUTION À 5 ANS

Retrouvez un focus sur les grands enjeux pour les entreprises et les grands impacts métiers pour chacun des principaux facteurs d'évolution sur <https://www.alliancecommerce.org/nos-publications/>

# 4 leviers d'action envisageables

Pour adapter leurs modèles à ces évolutions, les enseignes de la branche doivent s'appuyer sur un juste équilibre entre tradition (produits premium, service client, théâtralisation du point de vente) et modernité (solutions digitales, exploitation de la data et de l'IA) et mettre en œuvre 4 leviers :

1

## Avoir une politique d'investissement accompagnant l'innovation

- > **Rénover et adapter les lieux de vente** pour en faire des lieux de vie.
- > **Développer de nouvelles technologies** notamment autour du big data et de l'automatisation des tâches à plus faible valeur ajoutée.
- > **Offrir de nouveaux services.**
- > **Transformer la chaîne de valeurs vers un business plus durable** (véhicules écologiques, recyclage...).

2

## Faire évoluer les organisations et investir sur l'humain

- > **Rapprocher les activités physiques et digitales** au profit de l'omnicanalité.
- > **Adopter de nouvelles méthodes de travail** (Test&Learn, POC...).
- > **Adopter de nouvelles méthodes de management** et responsabiliser les équipes sur les principes du Care (transposition de la relation entre corps médical et patient aux relations entre manager et équipes et auprès du client in fine).
- > **Former les métiers de la Vente sur le savoir-être autour de la relation client.**



3

## Tisser des partenariats avec des leaders innovants

- > **Collaborer avec des marques plus confidentielles** pour créer de l'exclusivité.
- > **Collaborer avec des startups up** (usage de la data).
- > **Etablir des partenariats avec de pure players.**

4

## Optimiser le pilotage de l'activité

- > **Développer l'usage de la donnée.**
- > **Mettre en place de nouveaux indicateurs de performance.**
- > **Réduire la durée des concessions** et travailler avec les marques pour générer du changement.

# Les principaux impacts des évolutions sur les métiers et les compétences

## ○ Apparition de nouveaux métiers/développement de métiers

- Il s'agit potentiellement des métiers :
- de la relation et du service client (conseil, livraison...),
  - du digital et de l'utilisation de la donnée,
  - liés à la RSE.

## ○ Evolution des compétences de certains métiers

- Emergence de spécialisations sur des métiers avec des expertises techniques (conseillers de vente, métiers de bouche...)
- Développement de la polyvalence pour fluidifier le parcours client (ex. : employé commercial).

## ○ Tendance à la décroissance des effectifs de certains métiers

- Une automatisation partielle des tâches pour des métiers :
- du front office : encaissement, mise en rayon, etc,
  - du back office : logistique, fonctions siège.

## Quelles seront les grandes familles de métiers les plus impactées ?

### La vente

Prioritairement : conseiller(ère)/ responsable de vente, relation clientèle, back-office vente et encaissement.



#### Impacts

- Digitalisation des magasins.
- Personnalisation de l'expérience client.

### La logistique

Prioritairement : équipes opérationnelles en entrepôt et magasins et leurs responsables.



#### Impacts

- Automatisation des tâches pénibles/à faible valeur ajoutée.
- Développement d'une logistique servicielle.

### Le marketing

Prioritairement : marketing 360° et événementiel.



#### Impact

- Accompagnement à la transformation du magasin et à l'animation omnicanale des clients.

### Les fonctions support

Prioritairement : RH, Finance, métiers autour de la data, métiers administratifs.



#### Impact

- Automatisation et usage de la donnée.

Les impacts sur l'emploi des transformations en cours sont réels mais les enseignes sont confiantes en leur capacité d'accompagner les changements dans les 5 prochaines années.

# Accompagnement des collaborateurs face à ces transformations

Les collaborateurs des enseignes de la branche doivent être accompagnés pour adapter leurs métiers et leurs compétences aux grandes tendances du secteur dans les 5 prochaines années. Les préconisations suivantes sont proposées aux enseignes pour agir en ce sens :

## ○ Accompagner et faciliter le changement auprès des collaborateurs

- > **Formation des managers** aux transformations des modèles économiques et à la transformation des métiers.
- > **Travailler sur les postures** pour faire évoluer les mentalités et accepter le changement.

## ○ Valoriser les soft skills et former les équipes

- > **Formation des équipes et des managers** sur la relation client et formations comportementales (initiale et continue). En parallèle, l'expertise technique reste nécessaire.
- > **Renforcement de l'évaluation des soft skills** lors du recrutement des collaborateurs.
- > **Formation des managers** au Care pour une relation bienveillante et humaine avec les collaborateurs.

## ○ Faciliter la mobilité en créant des passerelles entre les différents métiers

- > **Formalisation de parcours professionnels** types à destination des collaborateurs exerçant des métiers en forte mutation : cartographie des compétences nécessaires à l'exercice des métiers en développement puis identification des métiers présentant un socle de compétences communes pour favoriser les parcours professionnels.
- > **Proposition de bilans de compétences** aux collaborateurs devant être accompagnés vers des métiers plus porteurs.



## ○ Valoriser certains métiers pour fidéliser les collaborateurs et attirer des talents

### Métiers de la vente, de la data

- > **Travail sur l'attractivité** des métiers en termes d'image.
- > **Proposition de formations** diplômantes.

## ○ Maîtriser les nouveaux outils digitaux

- > **Formation des équipes** aux outils digitaux, notamment par la mise en place du e-learning.
- > **Recrutement d'experts.**



### FOCUS SUR LES ACCOMPAGNEMENTS PAR FAMILLE DE MÉTIERS

Retrouvez un focus sur les préconisations d'accompagnement par famille de métiers (vente, back office vente, alimentaire, encaissement, marketing, achats, logistique, approvisionnement et transport, fonctions support, informatique et digital) sur

<https://www.alliancecommerce.org/nos-publications/>





# Observatoire prospectif du commerce

Observatoire prospectif du commerce  
251, boulevard Pereire - 75852 Paris cedex 17  
Tél. : 01 55 37 41 51  
E-mail : [observatoire@lopcommerce.com](mailto:observatoire@lopcommerce.com) - [www.lopcommerce.com](http://www.lopcommerce.com)

