

Les **métiers** en **tension** dans la branche des **Grands Magasins** et **Magasins Populaires**



**Evaluation, solutions
& actions d'accompagnement**



Adopter un positionnement luxe dans les grands magasins parisiens et monter en gamme dans les magasins de province, répondre à l'évolution rapide des comportements des consommateurs, prendre en compte les exigences environnementales, etc. : depuis quelques années, les entreprises du secteur des Grands Magasins et Magasins Populaires sont confrontées à ces défis majeurs. Avec une priorité : adapter les compétences de leurs salariés à ces évolutions.

Connaître les métiers en tension pour optimiser les recrutements

Dans ce contexte, les partenaires sociaux de la branche des Grands Magasins et Magasins Populaires ont lancé une étude sur les métiers en tension du secteur avec **un double objectif** :

- **connaître** les métiers en tension et les difficultés de recrutement des entreprises du secteur,
- **transmettre** les solutions déjà mises en place par les entreprises interrogées lors de l'étude.

Cette étude⁽¹⁾ 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 pour leur permettre d'optimiser leurs recrutements.

(1) Etude réalisée entre juin 2017 et mars 2018 par l'Observatoire prospectif du commerce à partir des DADS 2014 et 2015 de l'INSEE, de l'enquête Emploi formation 2016, de l'enquête BMO 2017 de Pôle Emploi, de l'outil Astre de KuyLab sur données Emploi Store (Pôle Emploi et Partenaires) et du questionnaire sur les recrutements adressé en octobre-novembre 2017 aux entreprises de la branche.

Grands Magasins et Magasins Populaires Les **métiers** en tension



Les 5 principaux métiers de la branche

La branche des Grands Magasins et Magasins Populaires se caractérise par une grande variété de métiers. Cependant, les métiers de la vente représentent environ 50 % des postes, et les emplois de responsables de magasins, un peu plus de 10 %.

Les 5 principaux métiers de la branche en termes d'effectifs

| Catégorie professionnelle (PCS) (>= 400 salariés dans la branche) | % des postes dans la branche |
|--|------------------------------|
| Vendeurs polyvalents des grands magasins | 18 % |
| Autres vendeurs non spécialisés | 17 % |
| Employés de libre-service du commerce et magasiniers | 16 % |
| Caissiers de magasin | 6 % |
| Cadres de l'exploitation des magasins de vente du commerce de détail | 6 % |

Les cinq catégories de métiers les plus recherchées

Les cinq catégories de métiers les plus recherchées par les entreprises des Grands Magasins et Magasins Populaires ont été recensées. Pour chacune, l'indicateur de tension a été calculé.

| Métiers | Tension | QU'EST-CE QUE L'INDICATEUR DE TENSION ? |
|--|---------|--|
| Vente en décoration et équipement du foyer | 0,14 | Cet indicateur rapporte le nombre d'offres d'emploi par rapport aux demandes d'emploi pour un métier ou une région donnés. Plus l'indicateur est élevé, plus le métier est considéré en tension. |
| Management des magasins de détail | 0,11 | |
| Vente en alimentation | 0,09 | |
| Mise en rayon, libre-service | 0,07 | |
| Vente en habillement et accessoires de la personne | 0,03 | |

Si les entreprises des Grands Magasins et Magasins Populaires n'ont pas de métiers en tension, elles rencontrent en revanche des difficultés à attirer ou à recruter pour certains métiers.

Les **difficultés** de **recrutement** rencontrées

Même s'il n'y a pas de tension spécifique dans le secteur, les entreprises déclarent avoir des difficultés à recruter des personnes correspondant à leurs attentes pour certains métiers au travers de l'enquête Besoins de main d'œuvre de Pôle emploi.

Les principales causes

Les problèmes de recrutement des entreprises sont principalement dus aux aspects suivants :

- > **La pénurie de candidats qualifiés** ayant les compétences attendues.
- > **La faible attractivité du métier**, de l'entreprise et/ou du secteur d'activité.
- > **Une offre salariale et/ou des conditions de travail** en deçà des attentes des postulants.
- > **Des recrutements en masse** liés à une soudaine hausse des besoins qui induisent une forte concurrence entre les entreprises.
- > **Une localisation géographique spécifique** (accès difficile ou proximité avec un pays qui offre de meilleures conditions de travail).



Les principaux métiers concernés

Au cours des 12 derniers mois précédant l'étude, la majeure partie des entreprises ont rencontré des difficultés de recrutement sur certains postes, principalement sur :

Les métiers de bouche,
pour les Magasins Populaires.

Les métiers du siège
répondant à des expertises spécifiques.



1

Les problématiques liées aux métiers de bouche

Les entreprises répondantes déplorent la pénurie de candidatures sur l'ensemble du territoire pour les métiers de bouche, et plus particulièrement sur les postes de :

- > Bouchers et Chefs bouchers
- > Chefs de secteur alimentaire
- > Chefs de département alimentaire.

Causes des difficultés de recrutement :

- > des postulants n'ayant pas les qualifications requises,
- > un manque de candidats,
- > moins d'attractivité des enseignes sur ces métiers.

Concernant les postes de managers sur les secteurs alimentaires, les entreprises déclarent ne pas être confrontées à une pénurie de main d'œuvre mais pâtir de conditions de travail difficiles.



2

Les métiers du siège demandant des expertises spécifiques

Les entreprises déclarent avoir eu des difficultés de recrutement sur les métiers suivants :

- > Expert vente en province.
- > Administrateur de SIRH (Système d'information des Ressources Humaines) à Paris.

Ces deux métiers correspondent à des expertises et profils spécifiques qui peuvent être plus rares sur le marché.

D'une manière générale, sur des métiers spécifiques requérant des compétences parfois rares, la concurrence est intense entre les enseignes.

Ainsi, concernant les nouveaux métiers liés au digital, l'entreprise pourra avoir du mal à identifier puis attirer des talents.

Alors qu'historiquement les services marketing ou informatique étaient souvent pourvus grâce à des mobilités internes, aujourd'hui les enseignes doivent procéder autrement et adopter les modes de fonctionnement des pure-players et des starts-up :

- > attirer les jeunes sortant des écoles,
- > déplaçonner les grilles des salaires sur les compétences rares.

Les **solutions** mises en œuvre par les entreprises

Face à ces difficultés de recrutement, des solutions ont été déployées par les entreprises ayant participé à l'étude, susceptibles d'être dupliquées :

Solliciter un cabinet de recrutement

- > Le recours aux cabinets de recrutement est souvent jugé efficace mais coûteux.

Développer l'alternance

- > Quel que soit le niveau de formation préparé, le recours à l'alternance permet à la fois de former les salariés spécifiquement aux métiers de l'enseigne mais également de fidéliser les futurs salariés.

Faire un benchmark sur les rémunérations

- > Dans certaines zones géographiques ou sur certains métiers, une rémunération intéressante est nécessaire pour attirer de futurs salariés. Effectuer un benchmark en amont pour identifier les variations et ajuster les salaires d'embauche selon les postes et les zones géographiques peut éviter certaines tensions lors du recrutement.

Lancer une campagne de cooptation

- > Le recrutement par cooptation favorise l'embauche des jeunes talents rares (ex. : nouveaux métiers liés au digital).



Les **actions** d'accompagnement des entreprises dans leurs recrutements

Afin d'accompagner les entreprises dans leurs recrutements, des actions peuvent être envisagées :

1

Développer l'apprentissage et les partenariats avec des CFA sur les métiers en tension

Identifier et nouer des partenariats avec des CFA pour la formation d'apprentis bouchers et/ou d'employés de vente en produits alimentaires permettrait de :

- > **veiller** à l'adaptation des formations aux spécificités de leur application dans les entreprises de la branche,
- > **sensibiliser** les alternants et promouvoir les spécificités de ces métiers dans la branche via, par exemple, l'intervention de collaborateurs des enseignes auprès des jeunes en formation.

Afin de structurer et développer sa politique d'alternance, l'entreprise peut se faire accompagner pour la définition de ses besoins, l'identification des formations et des organismes de formation et CFA et la mise en œuvre du contrat d'apprentissage ou de professionnalisation.

2

Renforcer l'attractivité des métiers notamment auprès des jeunes

Pour renforcer l'attractivité des métiers de la branche auprès des jeunes, la branche pourrait travailler les points suivants :

- > **montrer** la diversité des métiers disponibles dans les entreprises de la branche,
- > **déployer** des messages valorisant un positionnement haut de gamme, voire luxe (épicerie fine), le savoir-faire français, la qualité des produits et du service,
- > **valoriser** les avantages à travailler dans une grande entreprise (35 h, CE...).





 **bservatoire**
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 - www.lopcommerce.com