

LE COMMERCE EN GRAND-EST



Portrait de Région

LE COMMERCE SUR LE TERRITOIRE

- Une région qui bénéficie de la **proximité de la dorsale européenne** - 70 millions d'habitants de Londres à Milan - où se trouve le cœur économique de l'Europe, son centre politique et l'un de ses foyers historiques et culturels.
- Le **luxe** contribue à l'image économique de la région et son attractivité :
 - la cristallerie en Lorraine, qui s'appuie notamment sur le Pôle d'Excellence des métiers du bijou,
 - le verre et cristal en Alsace : la maison Lalique à Wingen-sur-Moder est un centre de création de bijoux, arts de la table, objets décoratifs,
 - le champagne en Champagne-Ardenne (1^{er} poste d'exportations de la région),
 - le cuir avec les Tanneries Haas à Eichhoffen reconnues par les donneurs d'ordre du luxe de la maroquinerie (Hermès, Vuitton, Gucci, Longchamp...).
- Une région **historiquement industrielle** impliquant une moindre création d'emplois marchands. On enregistre une baisse d'emplois dans le commerce en 2015.
- **3 territoires contrastés** en termes de dynamique économique dans le secteur du commerce :
 - l'Alsace, grâce à sa position frontalière, conserve une dynamique économique.
 - la Lorraine et la Champagne-Ardenne concentrent leur activité dans les grandes villes (Metz, Nancy et Reims).

LES PRINCIPALES DYNAMIQUES EMPLOI FORMATION

Un **ADEC 2012-2016 (Action de développement de l'emploi et des compétences) Terres de Lorraine.**

PARTENAIRES DU FORCO

DIRECCTE (Direction régionale des entreprises, de la concurrence, de la consommation, du travail et de l'emploi), Conseil Régional, FSE (Fonds social européen), Maison de l'Entreprise, de l'Emploi et de la Formation (MEEF), Terres de Lorraine.

PÉRIMÈTRE

Toutes branches adhérant au FORCO.

OBJECTIF

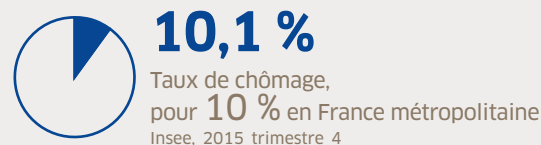
Concourir au développement économique du territoire en renforçant les compétences de ses actifs.

LES CHIFFRES CLÉS



80 % des établissements ont **moins de 10 salariés.**

22 % relèvent de la branche du **commerce à prédominance alimentaire** en Grand-Est.



L'ALTERNANCE



Données FORCO, et DGEFP - base Ari@ne 2015

Une expérimentation territoriale pour l'insertion professionnelle de jeunes au travers du couplage SMV (Service Militaire Volontaire) et formation (Cléa, POE, Alternance).

PARTENAIRES DU FORCO

FPSP (Fonds Paritaire de Sécurisation des Parcours Professionnels), COPAREF (Comité Paritaire Interprofessionnel Régional pour l'Emploi et la Formation).

PÉRIMÈTRE

Commerce à prédominance alimentaire.

OBJECTIF

L'expérimentation consiste à joindre le statut de militaire volontaire à celui de stagiaire de la formation professionnelle pour contribuer à l'insertion professionnelle de jeunes peu ou pas qualifiés au sein des entreprises du territoire.

DONNÉES INTER-BRANCHES COMMERCE ET DISTRIBUTION

LES BRANCHES COMMERCE ET DISTRIBUTION

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

LES ATOUTS DU SECTEUR COMMERCE

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

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

DÉLÉGATION GRAND-EST

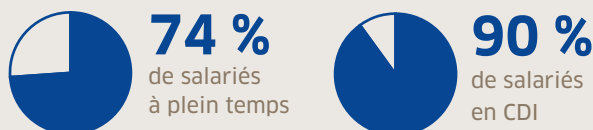
3 allée des Tilleuls
54180 Heillecourt
Tél. : 03 83 97 15 97
grandest@forco.org

LES SALARIÉS DU COMMERCE



Près de 8 salariés sur 10 sont employés-ouvriers.

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



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

LES TENDANCES D'ÉVOLUTION

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