

Appel à proposition

Observatoire prospectif du commerce

L'accompagnement de la transition numérique Fiche action n°7

1. PRESENTATION DE L'OBSERVATOIRE PROSPECTIF DU COMMERCE

Créé en mars 1996 au sein du FORCO, l'Observatoire prospectif du Commerce a pour mission :

- De procéder régulièrement à un état des lieux de l'évolution quantitative des métiers, des emplois, des qualifications et de la formation au sein des branches du commerce.
- De fournir aux branches des indicateurs pertinents permettant la prospective sur l'évolution de l'emploi, des métiers et des qualifications.

Dans ce cadre, l'Observatoire Prospectif est mandaté par les Observatoires des 13 branches adhérentes au Forco :

- 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
- Commerce à distance

2. OBJECTIFS DE L'ETUDE

2.1. Contexte

Le 3 octobre 2017, les treize branches professionnelles du Commerce et de la Distribution ont signé un Engagement de Développement des Emplois et des Compétences (EDEC) avec le ministère du Travail et le Forco en tant qu'organisme relais.

Porté par l'essor des technologies numériques, le secteur du Commerce et de la Distribution a connu, au cours des dix dernières années, de profonds changements qui ne cessent de s'accélérer. À tel point que la digitalisation tient désormais une place centrale, tant dans les comportements des consommateurs que dans les processus de production de services.

Constantes et durables, ces mutations ne se résument pas à l'acquisition de nouveaux outils et de nouvelles technologies. Elles remettent en question les organisations du travail, les contenus des métiers, les pratiques managériales, les compétences.

Les objectifs :

- Soutenir les branches dans leur démarche prospective.
- Accompagner les entreprises dans leur transformation digitale, en prenant en compte les dimensions technologiques, organisationnelles et managériales.

- Permettre aux salariés d'intégrer ces évolutions dans une logique de sécurisation des parcours professionnels.

Signé pour une durée de trois ans (2017-2019), cet accord-cadre s'articule autour de trois axes prioritaires :

1. *Analyse de l'impact de la transformation digitale sur les emplois, les métiers et les compétences dans les branches du Commerce et de la Distribution.*
2. *Accompagnement des entreprises dans leurs transformations et leurs stratégies en ressources humaines*
3. *Outiller les entreprises en matière de cybersécurité et faire évoluer leurs compétences*

Ces trois axes se déclinent eux-mêmes en 10 actions spécifiques qui peuvent prendre la forme d'études prospectives, de démarches d'ingénierie de formation ou de diagnostics au service des branches professionnelles du Commerce et de la Distribution, de leurs entreprises et salariés.

2.2. Périmètre de l'étude

Une de ces 10 actions est l'étude intitulée « **L'accompagnement de la transition numérique** », visée par cet appel d'offre.

L'objectif de cette étude est de permettre à chacune des branches impliquées de disposer d'un diagnostic numérique de leur branche, de l'outil à leur utilisation ; afin que chacune des branches soit en mesure de construire un plan d'actions adapté, pour accompagner la transition numérique et prévenir le risque de fracture dans les entreprises.

Plus précisément, il s'agira de :

- **Mesurer l'état de « maturité numérique » de chacune des branches impliquées, disposer d'une photographie, au regard de différents indicateurs quantitatifs à déterminer, notamment :**
 - L'accès au numérique **d'un point de vue technique** (connexions internet et équipement des entreprises) : mesurer l'impact sur les entreprises de réseaux numériques spatialement différenciés (les opérateurs investissant fort logiquement d'abord là où une plus grande densité humaine est présente),
 - **Les outils numériques internes existants dans les entreprises** (réseaux sociaux, intranet, logiciels de gestion, dispositifs de formation e-learning...) : mesurer la place du numérique dans les entreprises,
 - **Les outils et services numériques externes** (destinés au client) mis en place dans les entreprises : mesurer la place du numérique dans les entreprises « côté client »
 - Les **compétences clés numériques techniques des individus** telles que savoir démarrer un ordinateur, activer un programme, etc.
 - **L'usage et l'utilisation du numérique** par les salariés, l'appétence des salariés (tant du point de vue des managers et des ressources humaines des entreprises, que des utilisateurs) pour les outils numériques. Par exemple :
 - > Quel sens perçu des outils numériques dans l'entreprise et en dehors ?
 - > Quelle définition du numérique pour chacun ?
 - Autres indicateurs éventuels,...

- **Etablir, pour chaque branche impliquée, un rapport de diagnostic avec des préconisations pour permettre à chacune de construire un plan d'action pour l'accompagnement des entreprises et des salariés dans la transition numérique. 4 branches sont impliquées dans cette étude :**
 - Commerce de détail et de gros à prédominance alimentaire
 - Commerce à distance
 - Commerce de détail de l'horlogerie-bijouterie
 - Commerces succursalistes de l'habillement

3. METHODOLOGIE

3.1. Modalités

- Dans un premier temps, le prestataire analysera la documentation existante sur le sujet, pour en dégager des grilles de lecture utiles au secteur du commerce, et dépasser les généralités (exemple : différenciations de maturité numérique liées à l'âge, au niveau de formation, à la localisation,...). L'objectif est également de mesurer les éventuels écarts entre les perceptions et les usages.
- Dans un second temps, **une phase d'enquête sera réalisée auprès des entreprises et des salariés :**
 - Le prestataire devra proposer une méthodologie détaillée (modalités d'enquête, thématiques abordées dans les questionnaires ou lors des entretiens,..)
 - Le prestataire établira un plan d'échantillonnage par branche impliquée et par cibles, en tenant compte du nombre d'entreprises et de salariés de chaque branche et de leur répartition régionale (cf. annexe).
 - Etant donné que la cible des salariés est difficile à atteindre (il est peu probable que nous disposions de fichiers salariés issus des entreprises), le prestataire devra proposer une méthodologie innovante d'enquête auprès de cette cible.

Exemple de ciblage :

Thèmes	Cibles	Type d'enquêtes
L'accès au numérique d'un point de vue technique - Equipement	2 niveaux d'interlocuteurs : <ul style="list-style-type: none"> - Responsables DSI pour la vision macro entreprise - Responsables de magasin pour la vision micro 	A proposer

Les outils numériques internes existants dans les entreprises – Réseaux sociaux,...	- Responsables communication - Responsables RH	A proposer
Les outils numériques externes existants dans les entreprises - Client	- Responsables communication externe - Responsables marketing	A proposer
Les compétences clés numériques techniques des individus, l'usage et l'utilisation	- Tous salariés	A proposer

- Les résultats de l'enquête auront pour but d'identifier les **leviers et préconisations par branche**.

3.2. Livrables attendus

Pour chacune des branches impliquées :

- Un rapport de diagnostic détaillé
- Des préconisations et leviers d'action par typologie d'entreprises et de salariés
- Une synthèse sous forme d'infographie.

3.3. Gestion et suivi du projet

1. Le prestataire devra être vigilant à la diversité des branches professionnelles et des entreprises qui les composent. Il devra mettre en lumière si elles existent les spécificités liées à certains secteurs d'activité, tailles et/ou organisations d'entreprises.
2. Un comité de pilotage nommé COTECH, associant l'Observatoire prospectif du commerce, la DGEFP, les représentants des branches concernées suivra l'ensemble des travaux et validera l'ensemble des travaux et leur communication.
3. Le cabinet retenu interviendra lors des réunions du COTECH et rédigera les comptes rendus de ces dernières.
4. Le cabinet retenu assurera les restitutions de l'étude auprès de l'ensemble des CPNE des branches participantes qui le souhaiteront ainsi qu'une pour le Forco (soit potentiellement 5).
5. En termes de suivi :
 - l'Observatoire, relais du COTECH, est associé aux entretiens et groupes de travail et sera présent en fonction des disponibilités,

- un suivi est à prévoir avec une régularité à déterminer, sur la base d'une fiche de suivi, rappelant le planning, les étapes réalisées, en cours, à venir, et les éventuelles difficultés rencontrées.

4. PLANNING PREVISIONNEL

Lancement de la consultation	5 février 2018
Date limite de réception des offres	1 ^{er} mars 2018
Audition des candidats présélectionnés	30 mars 2018
Finalisation des travaux	Juillet 2018

5. MISSIONS ASSIGNEES AU PRESTATAIRE

5.1. Contenu des offres

L'offre du prestataire devra comporter :

- des précisions sur les méthodologies proposées au regard des travaux prévus,
- une proposition d'organisation dans le temps des travaux
- un budget comportant a minima, par phase, les périodes d'interventions associées, le nombre de consultants et le taux journalier, le nombre de jours et le montant total en € HT. Le budget précisera également les autres frais éventuellement liés à la mission (déplacements, administratif ...). Le budget sera présenté frais de déplacements inclus.
- une présentation de l'équipe d'intervention, de ses compétences et de son expérience sur ce type de travaux, et des éventuels sous-traitants,
- des références générales sur la connaissance / compréhension du secteur ou sur des travaux prospectifs.

5.2. Sélection du prestataire

Le choix définitif du prestataire sera fondé sur :

- Le respect du cahier des charges
- la qualité de la compréhension de la demande
- la pertinence et la qualité de la méthodologie proposée
- la réalité des moyens mis en œuvre
- l'expérience avérée d'une opération similaire
- le coût de l'opération

6. CONDITIONS DE REALISATION

Obligations du prestataire

Propriété. Toutes les études menées dans le cadre du présent projet sont la propriété conjointe de l'Etat, du Forco et des organisations professionnelles concernées.

Confidentialité. A travers les données issues des acteurs du domaine qu'ils pourront rencontrer pour les besoins de ses propres travaux, le prestataire pourra éventuellement avoir accès à des informations sensibles. Il s'engage à respecter les contraintes de diffusion imposées par ceux qui les auront fournies.

Neutralité. Le prestataire devra consulter un panel représentatif de parties prenantes. Il s'efforcera de rapporter objectivement les points de vue et d'en faire la synthèse pour aboutir à un résultat partagé.

Délai. Dans tous les cas de figure, le prestataire retenu fera état auprès du Comité de pilotage des difficultés qu'il pourra rencontrer pour honorer les échéances. Il appartiendra alors à ce dernier de prendre les décisions adéquates sans que cela implique un travail supplémentaire pour le prestataire retenu.

A titre informatif, le prestataire s'engage à avertir le FORCO en cas de partenariat pour toute ou partie de la réalisation de l'étude.

Pilotage et suivi des travaux

La maîtrise d'ouvrage du projet sera assurée par le COTECH qui rendra compte régulièrement de l'avancée des travaux aux membres des CPNE concernées.

L'observatoire prospectif du commerce assurera la maîtrise d'œuvre et sera le relais entre le prestataire et les membres du COTECH.

7. CONDITIONS D'ENVOI DES OFFRES ET D'ATTRIBUTION

La réponse à l'appel à projets sera adressée jusqu'au 1^{er} mars inclus par mail :

A l'attention de Laurent Martine, chef de projets, lmartine@forco.org

Et Fanny Coste, Responsable de l'Observatoire prospectif du commerce, fcoste@forco.org

ANNEXE : STRUCTURE DES BRANCHES EN 2016

- Commerce de détail et de gros à prédominance alimentaire

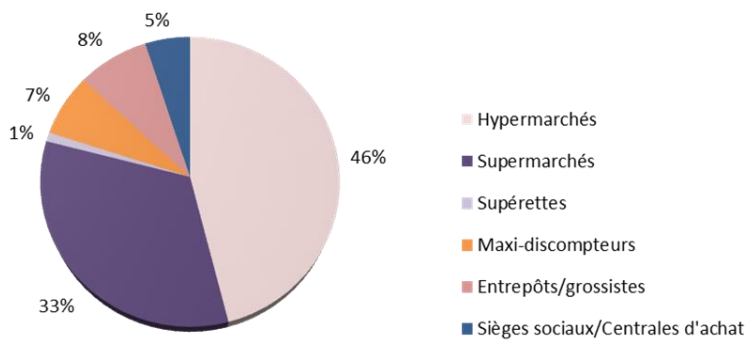
20 301 établissements (magasins intégrés ou indépendants)

- 2 094 hypermarchés en 2015
- 5 769 supermarchés en 2015

Plus de 608 000 salariés

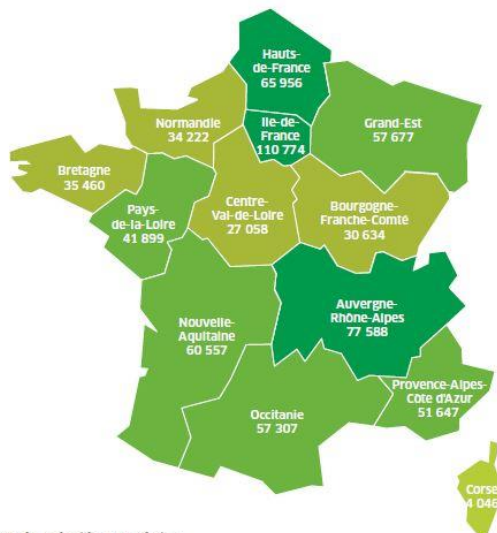
Répartition des effectifs salariés par format de magasin

Source : Collecte Forco 2016 (masse salariale 2015)



LES SALARIÉS

35 % des salariés dans 3 régions, dont 17 % en Ile-de-France.



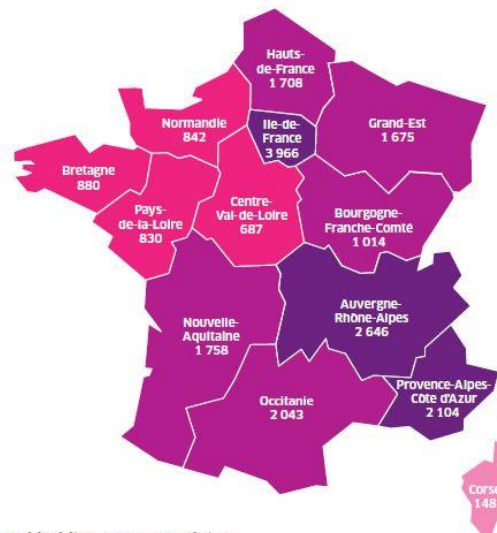
Nombre de salariés par région

- 65 000 salariés et plus
- entre 40 000 et 64 900 salariés
- entre 10 000 et 39 999 salariés
- moins de 10 000 salariés

Source : INSEE DADS 2013

LES ÉTABLISSEMENTS

43 % des établissements dans 3 régions, dont 19 % en Ile-de-France.



Nombre d'établissements par région

- 2 100 établissements et plus
- entre 1 000 et 2 099 établissements
- entre 151 et 999 établissements
- moins de 150 établissements

Source : INSEE DADS 2013

- **Commerce à distance**

2964 entreprises

31 522 salariés

LES SALARIÉS

66 % des salariés en Ile-de-France et dans les Hauts-de-France



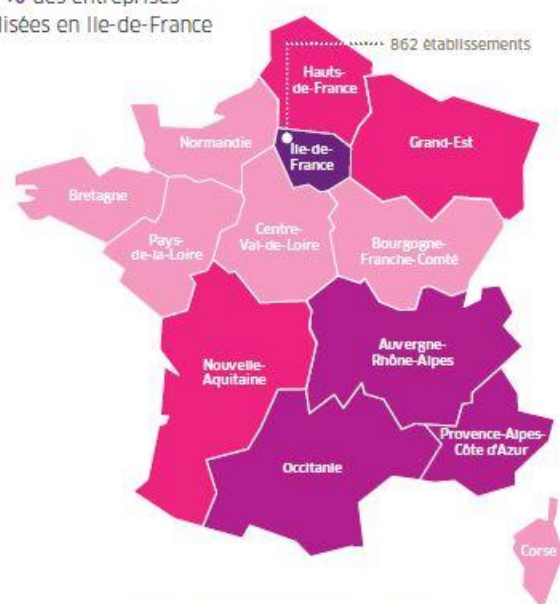
Nombre de salariés par région

- 10 000 salariés et plus
- entre 2 000 et 9 999 salariés
- entre 1 000 et 1 999 salariés
- moins de 999 salariés

Source : FORCO + INSEE Sirene

LES ENTREPRISES

29 % des entreprises localisées en Ile-de-France



Nombre d'établissements par région

- 800 établissements et plus
- entre 300 et 799 établissements
- entre 200 et 299 établissements
- moins de 199 établissements

Source : FORCO + INSEE Sirene

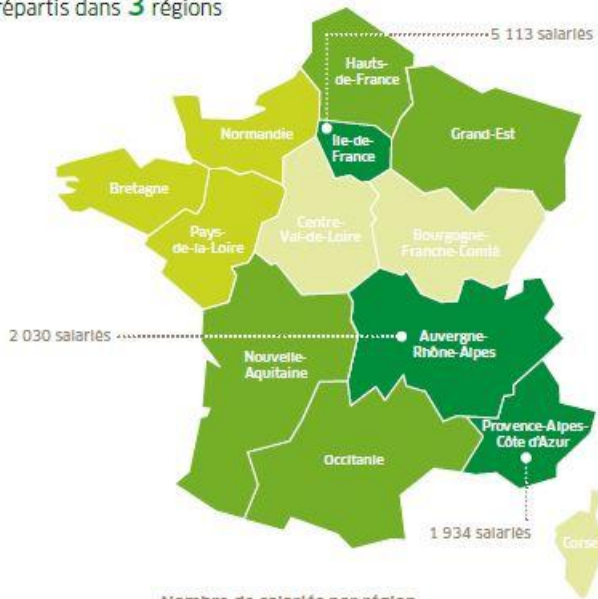
- Commerce de détail de l'horlogerie-bijouterie

2 670 entreprises

17 264 salariés

LES SALARIÉS

50 % des salariés répartis dans 3 régions



Nombre de salariés par région

- 1 900 salariés et plus
- entre 1 000 et 1 900 salariés
- entre 600 et 1 000 salariés
- moins de 600 salariés

Sources : INSEE DADS 2013

LES ÉTABLISSEMENTS

50 % des établissements répartis dans 4 régions



Nombre d'établissements par région

- 480 établissements et plus
- entre 250 et 479 établissements
- entre 100 et 249 établissements
- moins de 100 établissements

Sources : INSEE DADS 2013

- **Commerces succursalistes de l'habillement**

400 entreprises
120 000 salariés

