

LE COMMERCE EN GRAND-EST



Portrait de Région

LE COMMERCE SUR LE TERRITOIRE

La région se caractérise par :

- **un positionnement au cœur de l'Europe** : c'est la seule région de France à disposer d'une frontière commune avec 4 pays (Belgique, Luxembourg, Allemagne et Suisse) et des coopérations et synergies dans divers domaines (économie, emploi, formation, culture, tourisme, etc.),
- **une région jeune, innovante et entrepreneurante** avec une offre de formation supérieure générale et professionnelle diversifiée,
- **le luxe** contribuant à l'image économique de la région et à 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 cuir avec les Tanneries Haas à Eichhoffen reconnues par les donneurs d'ordre du luxe de la maroquinerie (Hermès, Vuitton, Gucci, Longchamp, etc.),
- trois territoires contrastés en termes de dynamique économique dans le secteur du commerce : l'Alsace, grâce à sa position frontalière, conserve une dynamique économique et la Lorraine/ la Champagne-Ardenne concentrent leur activité dans les grandes villes (Metz, Nancy et Reims).

LES PRINCIPALES DYNAMIQUES EMPLOI FORMATION

**Action de développement de l'emploi
et des compétences-ADEC-Terres de Lorraine 2017-2018.**

PARTENAIRES DU FORCO

DIRECCTE, FSE, Maison de l'Emploi (MDE) Terres de Lorraine.

PÉRIMÈTRE

Toutes les branches adhérant au Forco.

OBJECTIFS

- Concourir au développement économique du territoire en renforçant les compétences de ses actifs.
- Viser la sécurisation des parcours des salariés du territoire face à la transition numérique.
- Proposer des parcours d'accompagnement RH des entreprises locales.

LES CHIFFRES CLÉS



82 % des établissements ont **moins de 10 salariés**.

23 % relèvent de la branche du **commerce à prédominance alimentaire** en Grand-Est.



L'ALTERNANCE

2 307 contrats de professionnalisation → **823** contrats d'apprentissage

Données Forco et DGEFP - base Ari@ne 2016

**Une expérimentation territoriale à destination
des demandeurs d'emploi dans le cadre du plan SMV
(Service Militaire Volontaire) à Châlons-en-Champagne.**

PARTENAIRES DU FORCO

FPSP, COPAREF, Ministère de la Défense.

PÉRIMÈTRE

Commerce à prédominance alimentaire (détail et gros).

OBJECTIF

Projet d'expérimentation territoriale ayant pour objet l'insertion professionnelle des jeunes du centre de Service Militaire Volontaire (SMV) de Châlons-en-Champagne, mise en place d'un parcours qualifiant sur le métier de Vendeur Produits frais.

DONNÉES INTER-BRANCHES COMMERCE ET DISTRIBUTION

LES BRANCHES COMMERCE ET DISTRIBUTION

- Bricolage
- Commerce à distance
- 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.

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 **150 métiers différents, de tous niveaux de formation.**

DÉLÉGATION GRAND-EST

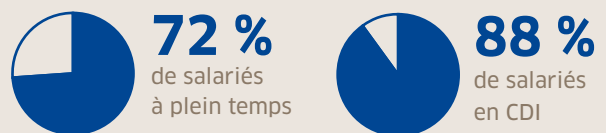
3 allée des Tilleuls
54180 Heillecourt
Tél. : 03 83 97 15 97
grandest@forco.org

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....