

LE COMMERCE EN BRETAGNE



Portrait de Région

LE COMMERCE SUR LE TERRITOIRE

- **La région Bretagne se caractérise par :**
 - **l'agricole et l'agroalimentaire** : la région est au 1^{er} plan sur le territoire national. Cela influe l'installation de commerces à prédominance alimentaire,
 - **le maritime** : les côtes bretonnes couvrent **42 %** du littoral français; elles engendrent une forte activité touristique (4^e place des régions françaises pour l'accueil de touristes français) et impacte les commerces et leur activité saisonnière en bord de mer,
 - **le taux de chômage** le moins élevé de toutes les régions (**8,9 %**), après l'Île-de-France (France métropolitaine : **10 %**), et l'emploi qui progresse plus qu'en moyenne nationale. Il est porté par le tertiaire marchand (augmentation de 300 emplois dans le commerce).
- **Les enseignes phares :**
 - **LECLERC** : la Bretagne est le berceau historique de l'enseigne LECLERC. Edouard Leclerc ouvre son premier magasin en 1949, dans le Finistère (29). Il devient célèbre sur le territoire national, et reste reconnu pour avoir introduit le « discount » dans l'alimentaire en France.
 - **Beaumanoir** : Commerce succursaliste de l'habillement (enseignes Cache-Cache, Bonobo, Morgan...), dont le siège est basé à St Malo (35), Beaumanoir emploie 15 000 collaborateurs dans ses 2 800 magasins dans le monde (1 500 en France).

LES PRINCIPALES DYNAMIQUES EMPLOI FORMATION

Un accompagnement des entreprises aux mutations économiques et technologiques.

PARTENAIRE DU FORCO

FPSP (Fonds Paritaire de Sécurisation des Parcours Professionnels).

PÉRIMÈTRE

Commerce à prédominance alimentaire.

OBJECTIF

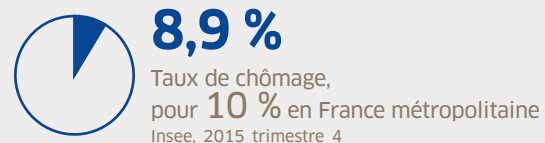
Accompagner les mutations de l'entreprise dans sa digitalisation, l'extension des gammes, l'agrandissement du magasin avec déploiement de la zone frais et formation aux métiers de bouche en rayon boucherie.

LES CHIFFRES CLÉS



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

23 % relèvent de la branche des **Commerces de Détail Non Alimentaires** en Bretagne.



L'ALTERNANCE



Données FORCO, et DGEFP - base Ari@ne 2015

Un appui, dans le cadre de la gestion prévisionnelle des emplois et compétences proposée par le FORCO, d'un jeune dirigeant dans la reprise de 4 magasins couvrant 20 salariés.

PARTENAIRES DU FORCO

Entreprise concernée.

PÉRIMÈTRE

Optique-lunetterie de détail.

OBJECTIFS

Accompagner l'entreprise pour :

- la réorganisation de la direction des 4 magasins et l'harmonisation des pratiques de Ressources Humaines,
- la création de fiches de postes,
- le développement de l'axe « Qualité de Vie au Travail ».

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 BRETAGNE

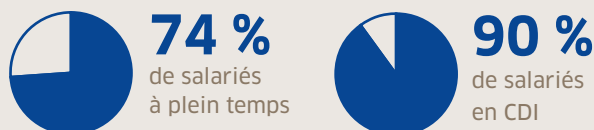
Immeuble Antipolis - ZAC Saint-Sulpice
2A rue du Patis Tatelin - 35700 Rennes
Tél. : 02 99 83 87 78
bretagne@forco.org

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....