

Appel à propositions

18/12/2018

EDEC

Branche du commerce de détail et de gros à prédominance alimentaire

AXE 1 : LES EMPLOIS ET LES COMPETENCES D'AUJOURD'HUI ET DE DEMAIN
AXE 2 : MOBILITES ET PASSERELLES INTRA ET INTER BRANCHES

1. PRESENTATION ET ENJEUX DE LA BRANCHE DU COMMERCE DE DETAIL ET DE GROS A PREDOMINANCE ALIMENTAIRE

- **Présentation :**

Cf. pièce jointe : synthèse des données emploi formation de la branche.

- **Enjeux :**

Le commerce connaît une profonde évolution des modes de vente : entre 2010 et 2017, alors que le commerce de détail augmentait de 18 %, le e-commerce progressait quant à lui de 160 %. La France se situe au 3ème rang européen des ventes en ligne, avec plus de 37 millions de cyberacheteurs qui ont dépensé chacun en moyenne près de 2 200 € en 2017. Le « m-commerce » (smartphone et tablette) a progressé de 38 %. La part du e-commerce dans le total du commerce de détail atteint 9 %. En 2017, 1,2 milliard de transactions en ligne ont été réalisées (+20,5 %), l'équivalent d'une quarantaine par seconde.

D'après Médiamétrie, 37,4 millions d'internautes français ont effectué des achats en ligne au 1er trimestre 2018, soit plus de 8 internautes sur 10 (85,5 %). Cela représente 893 000 cyberacheteurs de plus en un an. Aujourd'hui près de la moitié des internautes ont déjà effectué un achat alimentaire en ligne. Le e-commerce représente 5 % du commerce alimentaire ; la Corée du Sud est déjà à près de 17 %.

- **Les attentes des consommateurs évoluent fortement** : tout est disponible sur internet à toute heure, et les délais de livraison se raccourcissent de plus en plus. L'attente vis-à-vis des magasins est dès lors qu'ils soient également ouverts. La moitié des consommateurs veulent ainsi désormais pouvoir faire leurs achats à n'importe quelle heure et n'importe quel jour, en particulier au sein de commerces de proximité, qui peuvent éviter que les centres ville ne se résument, avec la généralisation de casiers de livraison, à une succession de show-rooms et de magasins de dépôt-retrait. Le nombre de commerces de proximité sous enseigne a progressé de plus de 20 % entre 2008 et 2015, tandis que la part des ventes réalisées via les drives est désormais supérieure à 5 %.

La transformation digitale est d'autant plus puissante qu'elle combine, en pratique, trois révolutions : la numérisation massive des données (data), l'Uberisation d'activités autrefois rassemblées et la robotisation (intelligence artificielle).

- **Le développement de l'utilisation des data** : Le nombre de data explose du fait de l'utilisation massive d'instruments connectés et de moyens de paiement électroniques. 90% du total des data dans le monde ont ainsi été créés depuis 2 ans. L'augmentation des capacités de stockage des données (cloud) comme des puissances de calcul (algorithmes) permet en outre aujourd'hui de mettre en relation une masse considérable de data. Dans le monde du commerce, les données ne se limitent ainsi plus à la vente, et s'étendent notamment aux intentions de vente, permettant un marketing ciblé. Les data sont une des clés de l'avenir du commerce. Ces données sont toutefois convoitées par d'autres acteurs : les banques, les opérateurs téléphoniques, les GAFAs... sans compter

les tenants d'un open data généralisé. Le sujet du contrôle des data, comme celui de l'évolution des moyens de paiement est dès lors stratégique pour les distributeurs.

-L'uberisation croissante des activités : Le digital facilite aujourd'hui la création de nombreuses entreprises sur des segments de marché. L'exemple de l'hôtellerie, de la restauration ou des taxis est aujourd'hui suivi par d'autres activités commerciales, comme la logistique et la livraison. Cette tendance remet en question l'ensemble des process et des secteurs, mais ouvre de nombreuses opportunités commerciales nouvelles, de création de services attractifs pour les consommateurs : nouveaux modes de livraison, fabrications à la demande, sur mesure, réparations / locations,...

- Un développement de la robotisation. Les progrès techniques, notamment ceux de l'intelligence artificielle, changent aujourd'hui la donne. De nombreux métiers du commerce deviennent automatisables : les caisses (puces RFID), les entrepôts (robots), la livraison (véhicules autonomes). Mais de nouveaux services se créent dans les magasins. L'enjeu du modèle omnicanal sera de combiner une présence humaine indispensable et les nouveaux services permis par l'intelligence artificielle.

Le recours à l'automatisation reste aujourd'hui limité dans le commerce : 3,5% des caisses sont automatiques, et il n'y a pas eu véritablement d'impact sur l'emploi, de par la faible substitution aux caisses physiques : les caisses automatiques remplacent essentiellement des caisses « panier », et dans un rapport de deux à trois caisses automatiques pour une caisse panier. Le client n'ayant pas la rapidité des hôtes et hôtesse de caisse, le ratio ne peut être d'un pour un, sauf à accroître le temps d'attente, alors qu'il s'agit au contraire de tenter de le réduire, l'attente constituant la première source d'insatisfaction du client ; la technologie de ces caisses n'est pas adaptée à de volumineux chariots. L'encaissement automatique reste à ce stade dans les hypermarchés et supermarchés un encaissement d'appoint.

Pour autant, les expériences menées dans différents pays (États-Unis avec Amazon go, Chine,...) montrent que les échéances se rapprochent, et qu'en particulier l'encaissement en magasin et la préparation de commandes au sein des entrepôts logistique peuvent connaître des bouleversements d'ampleur ces prochaines années, alors que la situation concurrentielle née de l'émergence du e-commerce a significativement réduit les parts de marché des hypermarchés pour les produits non-alimentaires, les amenant à retravailler en profondeur leur modèle économique : recentrage sur l'alimentaire, développement de rayons traditionnels, nouveaux services...

Les mutations en cours ne se limitent pas à l'émergence des nouveaux acteurs du e-commerce et aux mutations technologiques : les modes de consommation eux-mêmes ont évolué, avec une attente forte vis-à-vis de la santé (après la Chine et de l'Asie du Sud Est, les consommateurs français sont les plus sensibles aux relations entre l'alimentation et la santé et une large majorité juge probable que les aliments engendrent des risques pour leur santé), une recherche de qualité : certes, les consommateurs restent d'abord attentifs aux prix, et ceci d'autant plus que leur pouvoir d'achat est limité, mais une fraction importante privilégie la qualité, assimilée souvent aux marques de PME, aux produits locaux, aux produits bio, sans gluten,..., et arbitrent au sein d'un choix exceptionnel, unique en Europe, entre produits, entre gammes de prix, entre types de magasins, entre circuits de distribution, entre modes de consommation (achat, location, consommation alternative...). Depuis début 2016, les marques PME de l'agroalimentaire représentent ainsi la quasi-totalité de la progression des ventes de produits de grande consommation. Les marques de distributeur (MDD) jouent de plus en plus la carte de la qualité : leur part au sein des produits de grande consommation est de 28 %, en baisse depuis quelques années, en raison à la fois du rapprochement des prix entre

MDD et Marques Nationales (MN) (sous l'effet des promotions sur ces dernières) et du moindre succès des produits « premier prix ». C'est pourquoi les produits MDD jouent aujourd'hui la carte de la segmentation et de la « premiumisation » avec une forte composante d'innovation.

La transparence devient une exigence pour tous les acteurs : les consommateurs souhaitent connaître la composition nutritionnelle des produits qu'ils achètent, ainsi que leurs principales caractéristiques sanitaires (présence ou non de pesticides...). Les distributeurs sont en pointe dans ce domaine, ainsi que sur la transparence de leurs marges nettes (Observatoire des prix et des marges). Reste que l'avenir du secteur repose en partie sur les modalités de concurrence avec un e-commerce considérablement moins utilisateur d'emplois que le commerce physique, et non soumis aux mêmes impôts et taxes (au regard en particulier du poids du foncier dans la fiscalité), tout en étant accessible 24 heures sur 24 et 7 jours sur 7 aux clients. L'émergence d'un commerce omnicanal équilibré, dans le cadre de règles de concurrence neutres, peut permettre aux entreprises françaises de distribution de continuer à occuper un rôle économique et social majeur tant au plan national qu'international.

Si le moment auquel des mutations fortes de l'emploi interviendront n'est pas connu à ce jour, les spécialistes s'accordent à considérer que l'échéance se rapproche rapidement : il apparaît nécessaire de mettre en place les conditions d'accompagnement des salariés de la branche dans cette transition, afin de créer les conditions de ne laisser personne au bord du chemin.

Cette situation interroge également la place du diplôme et des certifications professionnelles, dans un contexte de forte promotion interne, où le niveau de formation initiale est fréquemment inférieur aux fonctions occupées : cette spécificité peut-elle perdurer, ou bien à l'instar de nombreux autres secteurs, le diplôme va-t-il devenir la référence absolue pour le choix et la construction de l'ensemble de la carrière professionnelle et un incontournable pour l'insertion professionnelle.

2. CONTEXTE ET OBJECTIFS DE L'APPEL A PROPOSITIONS

La branche du commerce de détail et de gros à prédominance alimentaire a répondu en juin dernier à l'appel à projets du ministère du travail porté dans le cadre du plan d'investissement dans les compétences relatif aux « démarches prospectives compétences ».

Son projet a été retenu et a donné lieu à la conclusion d'un EDEC entre l'Etat, la FCD, la FGTA-FO, la Fédération des services CFDT, la Fédération CFTC Commerce, Services et Forces de vente, et la CFE-CGC Agro.

Les travaux à mener visent à construire et structurer une gestion dynamique des évolutions et des besoins de compétences au sein de la branche, et à accompagner les parcours professionnels et les mobilités des salariés à travers un plan d'actions concret et opérationnel, en répondant aux questions suivantes :

- Quelles compétences seront nécessaires demain au sein des entreprises de la branche ? Quelles compétences nouvelles vont apparaître et quelles compétences vont devenir sans objet du fait des évolutions du secteur ?
- Quelles conséquences quantitatives en résulte-t-il en termes d'emploi, affinées notamment par activités exercées et par bassins ? Ceci implique de disposer de l'analyse de la situation actuelle, intégrant les spécificités de la branche, y compris la décorrélation fréquente entre la formation initiale et les fonctions actuellement exercées.

- Au regard de ces réponses, quels sont les besoins de recrutement pour les entreprises (à court et moyen terme, en identifiant les tensions rencontrées) ? Quelle articulation efficace et dynamique avec la politique de la branche en matière d'alternance et le souhait de préserver une forte culture de promotion interne ?
- Quels sont les autres secteurs professionnels avec lesquels des proximités en termes de compétences permettent d'envisager des passerelles et quelles conditions préalables en termes de compétences ces passerelles supposent-elles ?
- Comment accompagner au mieux entreprises et salariés de la branche, pour l'évolution des compétences au sein des entreprises, vis-à-vis des salariés en poste et des futurs salariés, notamment en termes de certifications, pour assurer l'emploi de tous au sein de la branche ou au sein d'autres secteurs identifiés comme permettant l'organisation de passerelles ?

Les objectifs dépassent s'inscrivent dans une volonté de coopération intersectorielle : quelle que soit l'évolution des périmètres des branches professionnelles, un secteur confronté à des évolutions pourra de moins en moins dans l'avenir limiter l'horizon professionnel des salariés aux entreprises qui le composent. Tout l'apport des logiques de compétences réside dans le décroisement qui peut en résulter, permettant un choix qui sera d'autant moins virtuel qu'il sera accompagné.

Ce texte comporte 4 axes :

Axe 1 : Les emplois et les compétences d'aujourd'hui et de demain

Axe 2 : Mobilités et passerelles au sein de la branche ou avec d'autres secteurs professionnels

Axe 3 : Les certifications de la branche et les formations de demain

Axe 4 : Communication, Capitalisation et Mise à disposition.

Le présent appel à propositions vise à sélectionner un ou plusieurs prestataires pour accompagner la branche dans le cadre des travaux des axes 1 et 2.

3. PRESTATIONS ET LIVRABLES ATTENDUS

Axe 1 : Les emplois et les compétences d'aujourd'hui et de demain.

- **Fiche action 1** : les emplois « d'aujourd'hui » par bassin d'emplois

Objectifs : Pouvoir disposer d'informations précises, à un instant donné, sur la réalité des emplois et des actifs de la branche, et leurs principales caractéristiques (en termes d'âge, de sexe, d'ancienneté, de niveau de qualification...), par bassins d'emplois.

Cible : Les acteurs de la branche : la commission paritaire, la CPNE, l'observatoire de branche, les entreprises.

Productions attendues:

- Outil de cartographie dynamique et territorialisée des emplois de la branche (application, logiciel, cartes dynamiques...). Avec actualisation possible au moins 1 fois par an.
- Focus sur les activités/emplois qui sont impactées par les transformations du secteur (activités pour lesquelles il y aura moins de besoins et celles pour lesquelles il y en aura plus qu'aujourd'hui).
- Focus sur les alternants (contrats de professionnalisation et contrats d'apprentissage).

- **Fiche action 2 : Prospective dynamique qualitative et quantitative**

Objectifs :

- Au regard des transformations économiques, technologiques... du secteur de la grande distribution, identifier les compétences (de tout type : métier, transverse, softskills...) de demain, à 2, 5 et 10 ans (les compétences nouvelles, et celles, actuelles, qui vont connaître des mutations fortes), nationalement et par bassin d'emplois.
- Identifier les volumes/flux de salariés concernés.
- Disposer d'un outil dynamique et actualisable de prospective.

Cible : Les acteurs de la branche : la commission paritaire, la CPNE, l'observatoire de branche.

Productions attendues:

- Outil dynamique et territorialisé de prospective quantitative et qualitative. Avec actualisation possible au moins 1 fois par an.
- Synthèse des principaux résultats.

- **Fiche action 3 : Les besoins de recrutement à court et moyen terme.**

Objectifs :

- Pouvoir identifier à un instant « T » les besoins de recrutement des entreprises par bassin d'emplois
- Pouvoir identifier les tensions par bassins d'emplois et les raisons de ces tensions (actualisation de l'étude menée par la branche en 2016).
- En lien avec la prospective et la pyramide des âges (départs à la retraite), identifier les besoins en compétences à 2, 5 et 10 ans
- Lier les besoins en compétences et la politique alternance : suivre les alternants et leur insertion.

Cible :

- Les acteurs de la branche : la commission paritaire, la CPNE, l'observatoire de branche.
- Les entreprises de la branche.
- Les alternants de la branche.

Productions attendues:

- Outil dynamique et territorialisée des besoins de recrutement et des tensions.
- Application permettant de diffuser les CV des anciens alternants.
- Rapport sur les métiers en tension (actualisation de l'étude de 2016), raisons des tensions et recommandations.
- Rapport sur les besoins en compétences à 2, 5 et 10 ans.
- S'agissant de la formation initiale, identifier les ouvertures de classes à réaliser au plus près des territoires.

Axe 2 : Mobilités et passerelles au sein de la branche et avec d'autres secteurs professionnels

- Fiche action 1 : cartographie dynamique des activités et des compétences et mobilités intra branche

Objectifs :

- Identifier toutes les activités exercées dans la branche et leurs compétences associées. Faire le lien avec les emplois/métiers.
- Identifier les passerelles, et les compétences à acquérir pour atteindre un nouveau métier ; faire le lien avec les certifications existantes et les besoins d'évolution de l'offre de formation.
- Favoriser la mobilité interne, dans l'entreprise ou dans une autre entreprise de la branche.

Cible :

- Les acteurs de la branche : la commission paritaire, la CPNE, l'observatoire de branche.
- Les entreprises de la branche.
- Les salariés de la branche.
- Les acteurs du conseil en évolution professionnelle.

Productions attendues:

- Application recensant toutes les activités, compétences, métiers et identifiant les passerelles, avec une traduction opérationnelle en termes de certification à acquérir et/ou de formation à suivre.
- L'application doit pouvoir être administrée par la branche pour permettre les mises à jour (ajout ou suppression d'une nouvelle compétence).

- Fiche action 2 : Mobilités et passerelles avec d'autres secteurs professionnels

Objectifs :

- Sur la base des travaux de l'axe 1 (notamment fiche 2), identifier, de manière exhaustive, des secteurs professionnels proches en termes d'activités/compétences et ayant des besoins de recrutement importants.
- Analyser les activités et compétences des métiers concernés de ces secteurs, et les rapprocher des activités et compétences des métiers concernés de notre branche (identifiés dans le cadre des travaux de la fiche 2 de l'axe 1) ; Identifier les passerelles possibles.
- Permettre la mobilité dans une entreprise d'une autre branche professionnelle en identifiant les parcours d'accompagnement nécessaires.

Cible :

- Les acteurs de la branche : la commission paritaire, la CPNE, l'observatoire de branche.
- Les acteurs d'autres branches professionnelles intéressées.
- Les entreprises et les salariés de la branche.
- Les entreprises et les salariés d'autres branches professionnelles.
- Les acteurs du conseil en évolution professionnelle.

Productions attendues:

- Dans l'application de la fiche 1 de l'axe 1, prévoir un volet « passerelles » avec d'autres secteurs professionnels, avec une traduction opérationnelle en termes de certification à acquérir et/ou de formation à suivre pour réaliser une mobilité vers un métier d'une autre branche professionnelle.
- Synthèse de la recherche et de l'analyse des secteurs « proches » et du rapprochement des activités et compétences.

- Fiche action 3 : Méthodologie d'identification des acquis des salariés

Objectifs :

- Identifier les compétences d'un salarié en prenant en compte ses acquis professionnels et extra professionnels.
- Favoriser les mobilités intra et inter branche et le développement des compétences en disposant d'un outil de positionnement complet ciblant les métiers de la branche, les métiers d'autres branches, les CQP, CléA, CléA numérique....

Cible :

- Les entreprises et les salariés de la branche.
- Les acteurs du conseil en évolution professionnelle.

Productions attendues:

- Outil d'évaluation/diagnostic complet des compétences et de positionnement au regard d'une cible (CQP, métier de la branche, métier d'une autre branche, CléA, CléA numérique...). Administration possible par la branche pour des mises à jour (ajout ou suppression d'une cible).

4. PLANNING PREVISIONNEL

Lancement de la consultation	18 décembre 2018
Date limite de réception	17 janvier 2019
Examen des réponses et audition des candidats présélectionnés	Du 18 au 31 janvier 2019
Début des travaux	Début février 2019
Livrables	De avril à Juillet 2019

5. CONTENU ATTENDU DE LA REPONSE

- Présentation du prestataire, expérience, et travaux déjà conduits dans le domaine de la gestion prévisionnelle des emplois et des compétences.
- La (ou les) fiche(s) action(s) sur laquelle (lesquelles) le prestataire se positionne.
A noter : les fiches 2 et 3 de l'axe 1 constituent un lot ne pouvant pas se diviser.
- Motivations/intérêt pour le projet.
- Proposition de méthodologie permettant d'atteindre les objectifs de la branche.
- Consultants qui travailleront sur le projet (expériences, organisation...).
- Proposition de planning. Le prestataire se positionnant sur plusieurs fiches proposera un planning global (une articulation dans le temps des différents travaux), étant précisé qu'en tout état de cause, les travaux de la fiche 1 de l'axe 1 devront démarrer en premier.
- Proposition budgétaire.

6. SELECTION DU (DES) PRESTATAIRE(S)

Le choix définitif sera fondé sur :

- Le respect du cahier des charges
- La qualité de la compréhension de la demande
- L'expérience du prestataire sur des projets similaires ou connexes
- La qualité et le caractère innovant des méthodologies proposées
- La motivation à devenir partenaire du projet
- La cohérence du planning proposé
- La cohérence de la proposition budgétaire (devis détaillé demandé)
- La cohérence globale de la réponse et les éléments démontrant la capacité du prestataire à mener le projet à bien.

Le Comité technique s'engage à garder confidentielles les offres reçues.

Le Comité technique se réserve le droit d'attribuer séparément ou partiellement le marché.

A travers les données issues des acteurs du domaine qu'il pourra 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.

7. PILOTAGE/GESTION DE PROJET

L'interlocuteur principal du (des) prestataire (s) sera la FCD (organisme relais de l'EDEC).

Un comité technique des partenaires composé de représentants de l'Etat et de la branche professionnelle sera constitué afin de suivre les travaux. Les résultats et livrables seront présentés au comité de pilotage de l'accord cadre et au comité de pilotage du plan d'investissement dans les compétences.

L'ensemble des productions et outils seront partagés entre les acteurs de la branche, avec les autres branches ayant une activité relative au commerce et à la distribution, avec le ministère du travail ainsi qu'avec le futur opérateur de compétences.

8. CONDITIONS D'ENVOI DES PROPOSITIONS

La réponse à l'appel à projets sera transmise le 17 janvier 2019 au plus tard par mail à l'attention d'Estelle INGARGIOLA, eingargiola@fcd.fr.

Un exemplaire de la réponse devra également être adressé par courrier à la FCD, 12, rue Euler, 75008 PARIS (à l'attention d'Estelle INGARGIOLA).