

RAPPORT DE BRANCHE 2010
EXERCICE 2009

CONVENTION COLLECTIVE N° 3305
COMMERCE DE DETAIL ET DE GROS A PREDOMINANCE ALIMENTAIRE

EMBARGO JUSQU'AU 20 OCTOBRE 2010

SOMMAIRE

1. Précisions méthodologiques et univers étudié	3
1.1 Univers étudié	5
1.2 Méthodologie	5
2. Données économiques	5
2.1 Données de l'ensemble du commerce (INSEE)	5
2.2 Les points de vente en 2009	15
3. Données sociales	18
3.1 Effectifs par format commercial	19
3.2 Nature des contrats	23
3.3 Répartition selon le sexe des salariés	26
3.4 Statut professionnel	27
3.5 Durée du travail	30
3.6 Ancienneté des salariés	35
3.7 Age des salariés	38
3.8 Répartition selon les postes	40
3.9 Mouvements de personnel	41
3.10 Promotions	45
4. Rémunérations	50
4.1 Masse salariale brute	51
4.2 Augmentation des salaires	54
5. Formation initiale	56
5.1 Formation initiale requise	57
5.2 L'Apprentissage	61
6. Formation professionnelle	62
6.1 Professionnalisation	63
6.2 La formation au titre du plan de formation	72
6.3 Autres dispositifs	77
Glossaire	78

1 – Précisions méthodologiques et univers étudié

1.1 Univers étudié

L'univers étudié dans le rapport de branche est constitué de la totalité des points de vente situés en France dont l'activité relève de la CCN 3305 (Commerce de détail et de gros à prédominance alimentaire).

Précisions méthodologiques (Hypermarchés, Supermarchés)

Dans les statistiques présentées au 31/12/2009 issues de l'exploitation des données DADS, les entrepôts intégrés aux entreprises concernées ne figurent pas dans le format 'hypermarchés' et 'supermarchés' mais sont comptabilisés dans le format 'entrepôts, commerce de gros' ; de même, les sièges sociaux rattachés aux entreprises concernées sont comptabilisés dans la catégorie 'centrales d'achat, administration d'entreprises'.

Les Hypermarchés

Magasins de détail non spécialisés à prédominance alimentaire d'au moins 2 500m² de surface offrant un assortiment de 25 000 à 40 000 références ;

Les Supermarchés

Magasins de détail non spécialisés à prédominance alimentaire de plus de 400 m² et moins de 2 500 m² de surface, offrant un assortiment de 3 000 à 5 000 références;

Les maxi- discompteurs

Précisions méthodologiques :

Les statistiques présentées au 31/12/2009 sont issues des données d'enquête (comme les années précédentes). Les entrepôts intégrés aux entreprises concernées et sièges sociaux rattachés n'ont pas pu être dissociés des données magasins contrairement aux hypermarchés et supermarchés.

Magasins non spécialisés à prédominance alimentaire de moins de 2 500 m² de surface, offrant un assortiment limité (1300 références en moyenne). On y trouve des marques de distributeurs ou des produits sans marques ; entrepôts intégrés aux entreprises concernées ; sièges sociaux rattachés.

Les entrepôts et commerce de gros

Précisions méthodologiques :

Dans les statistiques présentées au 31/12/2009 issues de l'exploitation des données DADS, les entrepôts intégrés aux entreprises d'hypermarchés et de supermarchés concernées ont pu être exclus des catégories concernées et comptabilisés dans le format 'entrepôts, commerce de gros'.

Les entrepôts, les grossistes dont le Cash and Carry. Ces entreprises combinent le plus souvent des activités d'entreposage, d'achat et de commerce de gros.

Centrales d'achat, administration d'entreprises (autres)

Les centrales d'achats et les entreprises de services (administration, gestion, informatique...). Cette catégorie n'a pas fait l'objet d'analyse détaillée dans le présent rapport. Toutefois, elles sont prises en compte dans les données globales de la branche (effectif, nombre d'établissements, masse salariale,...)

Il y a prédominance alimentaire lorsque le chiffre d'affaires en produits alimentaires représente plus de 35% des ventes totales (Définition de l'INSEE)

1.2 Méthodologie

La partie économique s'appuie sur les comptes commerciaux de la nation (INSEE).

Les données sur l'emploi s'appuient sur deux sources différentes :

1) **les entreprises ont adressé une copie de leur déclaration DADS informatique (DADSU) à l'Observatoire Prospectif du Commerce** : les déclarations DADS prennent la forme de fichiers textes contenant un message DADSU, c'est-à-dire une structure de stockage d'informations qui respecte le format nécessaire à une déclaration en ligne auprès de l'administration.

2) **Parallèlement, un questionnaire complémentaire a été mis en ligne pour recueillir les données non disponibles dans les DADS.**

Ce questionnaire a été adressé à chaque entreprise lorsqu'elle est indépendante ou aux groupes lorsque la gestion est centralisée.

Le questionnaire adressé en 2010 aux entreprises porte sur l'emploi (principalement les effectifs salariés au 31/12/2009) et quelques informations complémentaires aux données FORCO sur la formation au cours de l'année 2009.

Le questionnaire a été adressé à 4 000 entreprises ou groupes.

Près de 800 questionnaires représentant 336 000 salariés ont été retournés, soit un taux de retour satisfaisant de l'ordre de 53%.

Pour le format 'maxi-discompteurs, aucune donnée DADS n'a été fournie par les entreprises. Les données présentées dans ce rapport pour ce format sont issues de l'exploitation des données récoltées par enquête sur la base d'un questionnaire incluant la totalité des indicateurs présents dans les données DADS.

Les données sur la formation (professionnalisation et plan) sont issues des fichiers FORCO considérés comme exhaustifs y compris sur la partie plan.

**Représentativité de l'échantillon (en % de l'effectif salarié)
Les chiffres présentés ci-dessous révèlent un échantillon très représentatif**

	Données DADS	Enquête
Hypermarchés	22%	65%
Supermarchés	25%	37%
Maxi-discompteurs	Pas de données DADS	51%
Entrepôts, commerce de gros	39%	29%
Ensemble	23%	53%

RECAPITULATIF DES DIVERSES SOURCES UTILISEES SELON LES INDICATEURS

Rappel : pour les maxi-discompteurs, les indicateurs proviennent uniquement de l'exploitation des données d'enquête pour la partie emploi et du Forco pour la partie formation professionnelle.

<i>Source</i>	<i>Indicateur</i>
DADS	répartition des effectifs selon le sexe
"	répartition des effectifs selon la durée du travail, forfaits jours
Enquête	répartition selon l'ancienneté
"	travail de nuit, travail le dimanche
DADS	répartition selon l'âge
"	répartition selon la nature des contrats (CDD, CDI, et autres)
"	répartition selon le statut professionnel
"	répartition selon les postes

EMBAUCHES ET DEPARTS / QUESTIONS LIEES AU RECRUTEMENT

<i>Source</i>	<i>Indicateur</i>
DADS	embauches et départs (volume, nature, CSP, niveau CCN)
Enquête	promotions
"	recrutements (niveau de formation et difficultés par poste)
"	niveau de formation initiale requis lors du recrutement par poste de travail

REMUNERATIONS

<i>Source</i>	<i>Indicateur</i>
FORCO	masse salariale brute
Enquête	augmentation de salaires
DADS	salaires annuels bruts moyens proposés aux débutants

DONNEES FORMATION

<i>Source</i>	<i>Indicateur</i>
FORCO	salariés formés et stagiaires
Enquête	salariés formés en CIF (et notion de « congé formation » dans les DADS)
"	DIF Nombre de salariés formés (DIF prioritaire ou non)
"	DIF heures pendant et hors temps de travail
FORCO	type d'organisme de formation (interne, externe)
"	thèmes de formation
"	caractéristiques des stagiaires plan/professionnalisation
"	CONTRATS type, durée, qualification visée, répartition géographique
"	PERIODES <i>idem</i>
"	DIFP <i>idem</i>
"	CQP nombre et caractéristiques des personnes formées
"	APPRENTISSAGE nombre, diplômes préparés

2^{ème} partie : DONNEES ECONOMIQUES

2.1 Données de l'ensemble du commerce (INSEE¹)

La consommation effective recouvre l'ensemble des biens et services que les ménages utilisent effectivement ou consomment, quel que soit l'acteur qui les finance. Une partie des dépenses de biens et services peut être directement supportée par les ménages, l'autre partie étant financée par les administrations sous forme de prestations individuelles ou de dépenses de nature collective.

La consommation commercialisable est une partie de la consommation effective. Celle-ci peut s'analyser de deux façons : selon son financement et selon le mode de distribution des biens et services consommés.

La consommation commercialisable représente moins de la moitié de la consommation effective. Elle comprend les produits susceptibles d'être vendus aux ménages par le commerce et les activités de réparation associées.

De ce fait, elle constitue un déterminant essentiel de l'activité du commerce de détail. Sont exclus de la consommation commercialisable l'eau, le gaz naturel et l'électricité.

La consommation effective des ménages comprend de plus les services consommés par les ménages tels que les transports, la location immobilière, les services financiers, les services récréatifs et de soins personnels, l'éducation, la santé, l'action sociale...

En 2009, la consommation commercialisable diminue de -1,4% en valeur. La part de consommation commercialisable, qui représente 38,1% en valeur de la consommation effective des ménages, tend à diminuer depuis 2000 où cette part était de 41,8%.

	En mds d'€ courants	Part en 2009	Evolution 2008-2009 (en valeur)	Evolution 2008-2009 (en volume)	Evolution des prix 2008-2009
Consommation effective des ménages	1 419	100%	0,8%	0,9%	-0,1%
Dont					
Consommation commercialisable	540	38,1%	-1,4%	0,3%	-1,7%
Services autres que réparation	843	59,7%	2,2%	1,4%	0,9%
Dépenses d'eau, gaz, électricité	35	2,5%	1,7%	-1,3%	3,1%

Définitions :

VALEUR (EVOLUTION EN VALEUR)

Evaluation établie aux prix courants de l'année. L'indice de valeur d'une grandeur pour l'année n est le rapport du niveau de cette grandeur aux prix courants de l'année n à son niveau aux prix courants de l'année précédente.

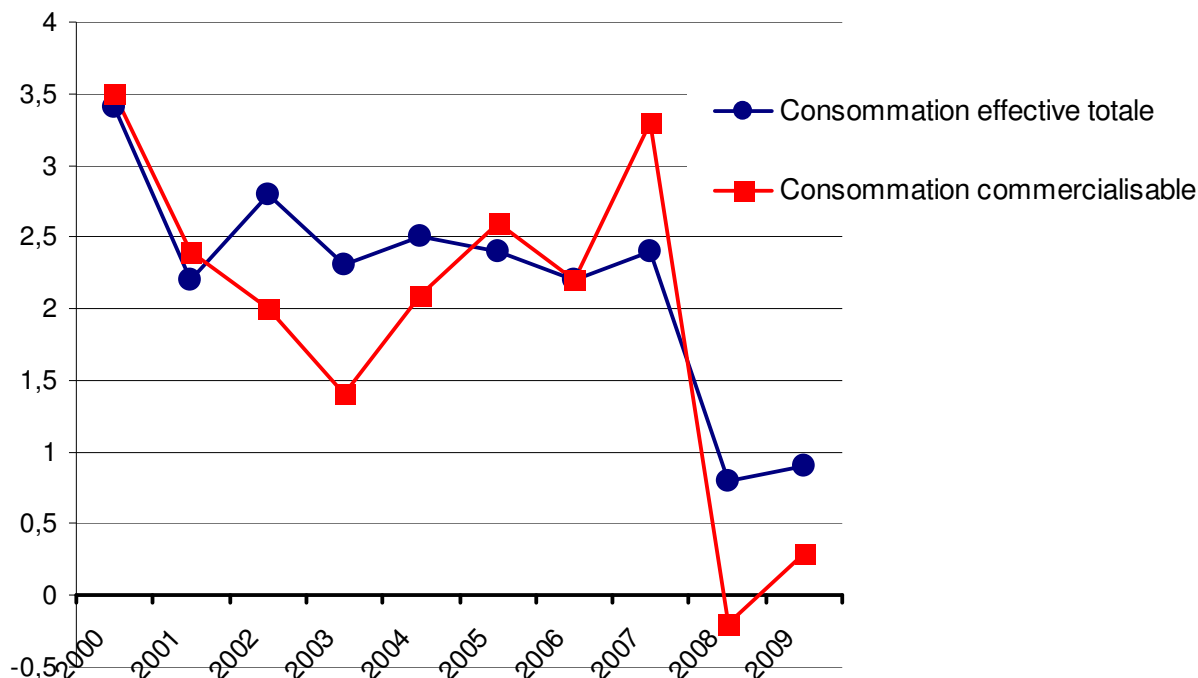
VOLUME (EVOLUTION EN VOLUME)

Evaluation établie à prix constants, ici aux prix de l'année précédente, afin d'éliminer l'effet des variations de prix. L'indice de volume s'obtient par le rapport de l'indice de valeur à l'indice de prix approprié.

L'évaluation en volume n'est pas une évaluation en quantités physiques.

¹ Source : Situation du commerce en 2009, INSEE, rapport établi pour la Commission des Comptes Commerciaux de la Nation (18 juin 2010, données provisoires)

La consommation effective des ménages a nettement ralenti depuis 2008 comparativement aux 10 dernières années



En 2009, la consommation commercialisable augmente en volume de 0,3% après un recul de -0,2% en 2008. La consommation de produits alimentaires y compris tabac reprend légèrement après une baisse de -0,2% en 2008 et une augmentation moyenne de +1,2% depuis 1999.

Les achats de produits non alimentaires reculent de -0,1% après une timide progression de 0,3% en 2008, ce qui est très inférieur à leur progression moyenne de +3,8 % par an sur la période 1999-2007.

	En mds d'€ courants	Part en 2009	Evolution 2008-2009 (en valeur)	Evolution 2008-2009 (en volume)
Consommation commercialisable	540	100%	-1,4%	0,3%
dont				
Produits alimentaires yc tabac	176,8	32,7%	0,7%	0,4%
Produits non alimentaires	306,6	56,8%	-2,5%	-0,1%
Vente et réparation automobile	56,5	10,5%	2,3%	2,8%

Consommation alimentaire par produits (y compris tabac)

En 2009, les produits alimentaires y compris tabac représentent 32,7% de la consommation commercialisable et progresse de 0,4% en volume. Hors tabac, la consommation de produits alimentaires évolue de +0,5% en volume.

	En mds d'€ courants	Evolution 2008-2009 (en valeur)	Evolution 2008-2009 (en volume)
Produits alimentaires	176,8	0,7%	0,4%
dont			
Pain, pâtisserie	13,1	3,9%	1,9%
Viandes, charcuterie, volailles	37,9	2,4%	-0,2%
Autres produits frais*	52,7	-1,5%	-0,1%
Boissons, épicerie, produits divers	56,9	1%	-0,1%
Tabac	16,3	0,6%	-0,6%

*fruits, légumes, poissons crustacés, produits laitiers, œufs

Consommation non alimentaire par produits

En 2009, les produits non alimentaires représentent 56,8% de la consommation commercialisable. Leur consommation a baissé en volume de 0,1%, avec des disparités importantes selon les familles de produits.

Les postes dont la consommation connaît une croissance positive en volume sont les « produits pharmaceutiques », l'équipement du foyer et la culture, loisirs, sports ».

	En mds d'€ courants	Evolution 2008-2009 (en valeur)	Evolution 2008-2009 (en volume)
Produits non alimentaires	306,6	-2,5%	-0,1%
dont			
Produits pharmaceutiques	44	4%	5,6%
Accessoires auto, moto	31,1	1,6%	-1,9%
Carburants	32	-18%	-2,1%
Habillement, chaussures	43,2	-0,9%	-3,2%
Autres équipements de la personne*	30,1	1,3%	-1,3%
Culture, loisirs, sports	33,6	0,6%	0,8%
Equipement du foyer	44,6	-1,5%	2,3%
Aménagement de l'habitat	30,3	1%	-1,9%
Autres produits non alimentaires	17,6	-14%	-1,7%

* Parfumerie et produits d'hygiène, bijouterie horlogerie, maroquinerie et articles de voyages, optique photographie

Les formes de vente du commerce de détail : rappel du périmètre INSEE

Les formes de ventes définies par l'INSEE sont :

- Alimentation spécialisée et artisanat commercial
- Petites surfaces d'alimentation générale (PSA) et magasins de produits surgelés (47.11C et 47.11A)).
- Grandes surfaces alimentaires (GSA) : Hypermarchés, supermarchés (47.11F / 47.11D)) et magasins multi-commerces (47.11E)
- Grands magasins (47.19A) et autres magasins non alimentaires non spécialisés
- Pharmacies et commerce d'articles médicaux et orthopédiques
- Magasins non alimentaires spécialisés (hors pharmacies)
- Commerce hors magasin

Typologie des magasins non spécialisés

Dans la typologie INSEE, les magasins non spécialisés sont classés selon deux critères : la surface des magasins et la part des ventes en produits alimentaires. Les magasins à prédominance alimentaire sont ceux qui réalisent plus d'un tiers de leur chiffre d'affaires en produits alimentaires. Parmi ces magasins sont distingués les formats selon leurs surfaces.

Surfaces des magasins	2 500 m ²	Grands Magasins 47.19A	Hypermarchés 47.11F	
		Autres magasins non alimentaires non spécialisés 47.19B	Magasins multi-commerces 47.11E	Supermarchés + Maxi-discompteurs 47.11D
Supérettes 47.11C				
Alimentations générales 47.11B				
		1/3	2/3	Part des ventes alimentaires

Les formes de vente du commerce de détail : valeurs et évolution en volume

En 2009, dans un contexte de baisse du pouvoir d'achat, les ventes stagnent ou diminuent dans l'ensemble des secteurs.

Les ventes en petites surfaces alimentaires et produits surgelés stagnent. Seules les ventes en pharmacies connaissent encore une croissance en volume.

Formes de vente	Valeur (milliards d'€ courants)	Evolution 2008-2009 (en valeur)	Evolution 2008-2009 (en volume)
Alimentation spécialisée et artisanat commercial	35,2	-1%	-1,8%
Petites surfaces d'alimentation générale (47.11B / 47.11C) et magasins de produits surgelés (47.11A)	16,2	0%	0,2%
Hypermarchés et supermarchés (47.11F / 47.11D)	177,4	-2%	0,4%
Grands magasins (47.19A) et Autres commerces non alimentaires non spécialisés (47.19B)	7,1	-1,7%	-2,1%
Pharmacie et commerce d'articles médicaux et orthopédiques	39,9	2,7%	4,9%
Magasins non alimentaires spécialisés	158,4	-2,1%	-0,9%
Commerce hors magasins (VAD, éventaies et marchés)	20,7	-2%	-2,0%
Ensemble commerce de détail et artisanat à caractère commercial	457,2	-1,5%	0,0 %

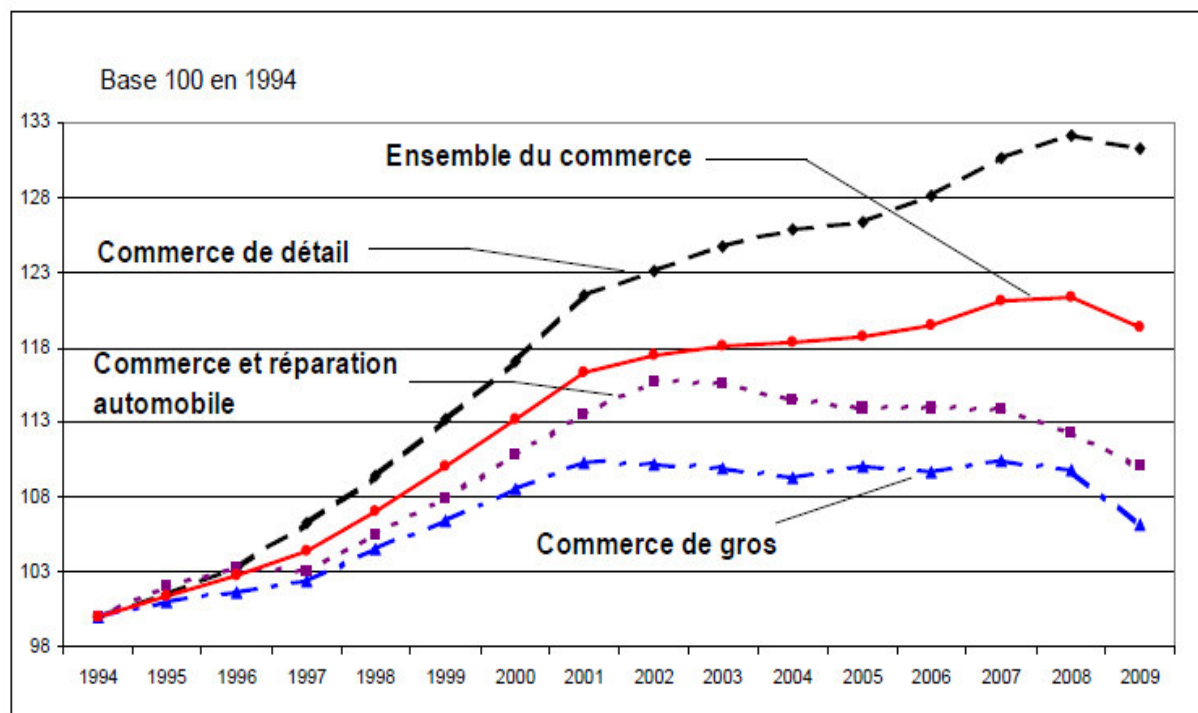
L'emploi salarié dans l'ensemble du commerce² : chiffres clés des trois secteurs

L'emploi dans le commerce (dont la réparation automobile) baisse pour la 1ère fois depuis 1994 de 1,7% en 2009

- Un peu moins de 3 millions de salariés (2,988 millions)
- Le commerce représente 19% de l'effectif salarié des secteurs principalement marchands
- Le commerce a perdu 50 300 salariés entre décembre 2008 et décembre 2009
- La baisse est moins forte dans le commerce que dans l'ensemble de l'emploi salarié (-2,2%)
- La baisse des effectifs dans le commerce est due essentiellement à la baisse des effectifs dans le commerce de gros le plus impacté avec -3,3% et dans une moindre mesure à la baisse dans le commerce automobile de -2%.

Plus de la moitié des salariés sont dans le commerce de détail

- Diminution de l'emploi de 0,6%
- 1 650 200 salariés soit 55% des effectifs du commerce



2.* Source : Insee, Synthèses et conjoncture de l'emploi - DARES

² Le secteur commerce défini par l'INSEE comprend trois secteurs : le commerce de détail, de commerce de gros et la vente et la réparation automobile.

2.2 Les points de vente à prédominance alimentaire en 2009

**Le nombre de points de vente tous formats de distribution confondus continue d'augmenter :
+1,9% en 2009**

Pour rappel : +1,5% en 2008, +1,9% en 2007, +3,3% en 2006 et + 2,9% en 2005.

Le nombre d'hypermarchés a continué sa progression (+4,57% en 2009, +4% en 2008 et +6% en 2007) en raison des agrandissements de supermarchés mais également d'ouvertures.

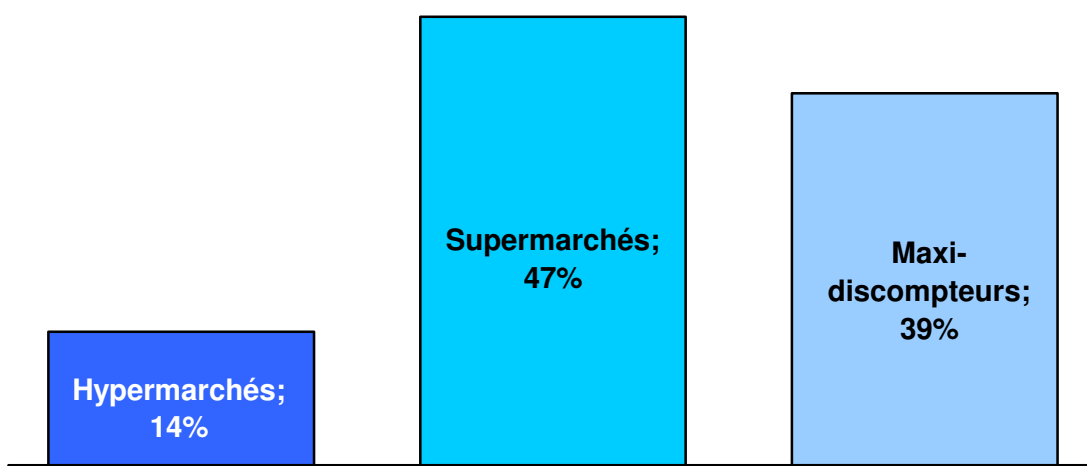
Les maxi-discompteurs ont profité de l'augmentation de la sensibilité au prix des consommateurs pour se développer et accroître leur parc sur le territoire national : +4,1% en 2009 (+3% en 2008).

Confirmant la tendance des dernières années, le nombre de supermarchés poursuit sa baisse : -0,7% en 2009 (-0,4% en 2008 et 2007). Ce format a été pénalisé par les transformations de supermarchés en hypermarchés.

Dénombrement des points de vente dans le commerce à prédominance alimentaire

	Hypermarchés	Supermarchés	Maxi-discompteurs	Ensemble Magasins
Nombre de points de vente au 01/09/2009	1 667	5 437	4 531	11 635
Evolution par rapport au 01/09/2008	+ 4,57%	- 0,7%	+ 4,1%	+ 1,86%

Répartition des points de vente selon la catégorie en 2009



Source : Panorama Trade Dimensions 2009

Rappel de la répartition en 2008

Hypermarchés	Supermarchés	Maxi-discompteurs
14%	48%	38%

Hypermarchés	2005	2006	2007	2008	2009
Surface de vente moyenne	5 771	5 718	5 617	5 573	5 561
Nombre moyen d'employés par magasin	201	196	190	187	183 *
Nombre moyen de caisses	27	27	26	26	25

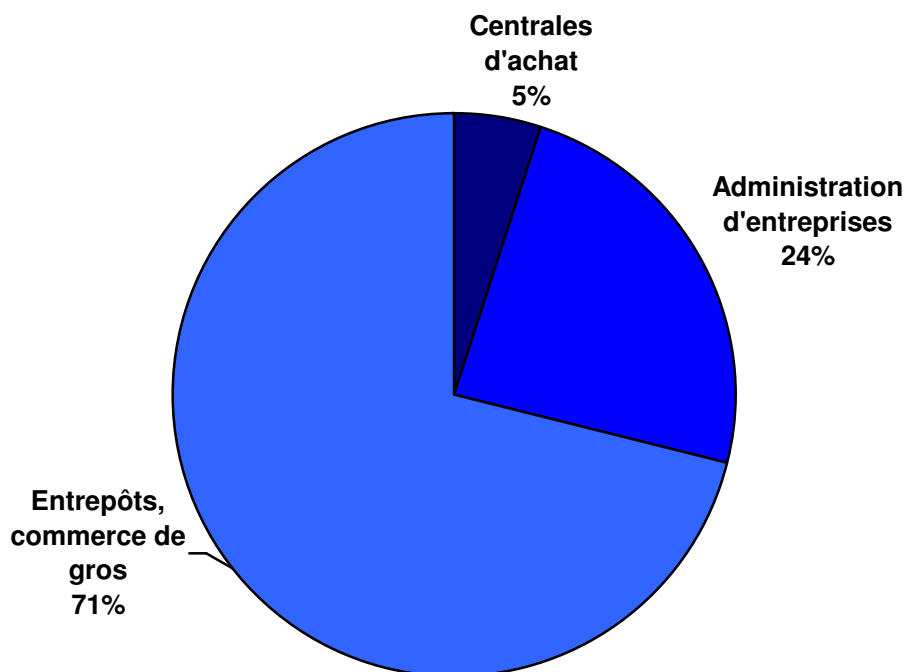
* Le nombre moyen de salariés par magasin tend à la baisse en corrélation avec la diminution de la surface moyenne de vente.

Supermarchés	2005	2006	2007	2008	2009
Surface de vente moyenne	1 231	1 245	1 256	1 271	1 284
Nombre moyen d'employés par magasin	30	29	29	29	29
Nombre moyen de caisses	7	7	7	7	7

Maxi-discompteurs	2005	2006	2007	2008	2009
Surface de vente moyenne	653	665	676	686	702
Nombre moyen d'employés par magasin	9	9	9	9	9
Nombre moyen de caisses	5	5	5	5	5

Source : Panorama Trade Dimensions 2010

Répartition des 2 100 entreprises « Autres formats » en 2009



Rappel de la répartition en 2008

Entrepôts, commerce de gros	Administration d'entreprises	Centrale d'achat
72%	25%	3%

3^{ème} partie : DONNEES SOCIALES

3 – Les effectifs salariés au 31.12.2009

3.1 Effectifs par format commercial

Effectif de la Branche du Commerce à Prédominance alimentaire :

635 000 salariés
Soit - 0,1% en 2009

L'augmentation des effectifs dans les maxi-discompteurs³ se poursuit (+7,6% en 2009, +4.7% entre 2007 et 2008 contre +7% entre 2006 et 2007).

Une légère baisse des effectifs est enregistrée dans les hypermarchés en 2009. Le nombre moyen de salariés par magasin tend à la baisse en corrélation avec la diminution de la surface moyenne de vente.

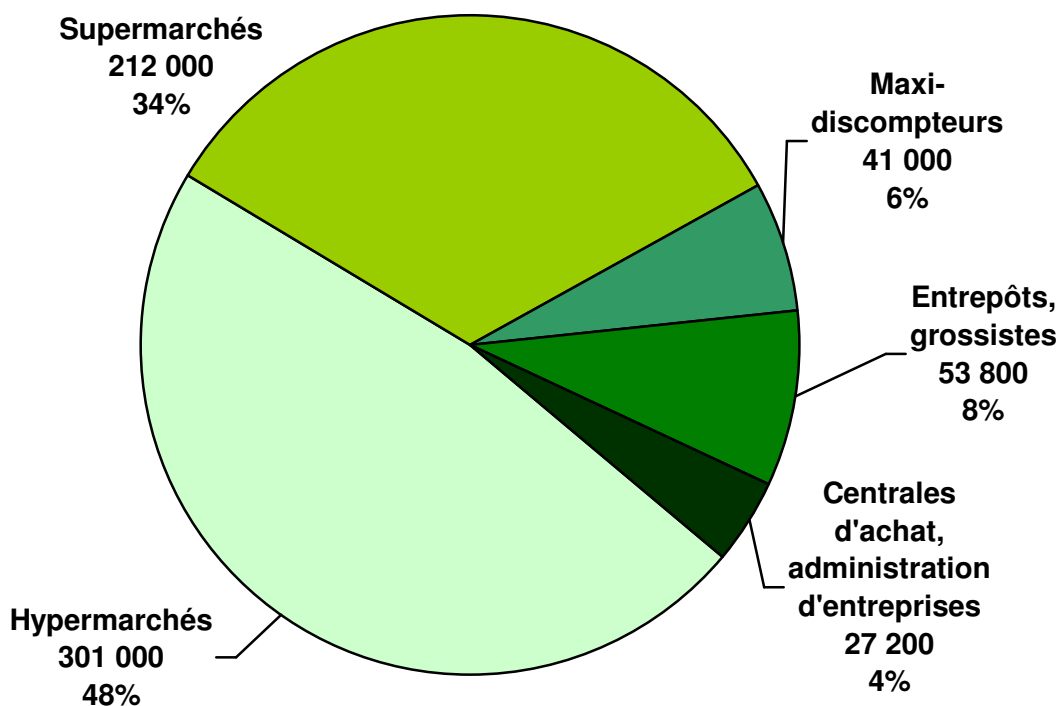
L'effectif des supermarchés enregistre également une baisse de 0,8% en 2009 en lien avec la baisse du nombre de points de vente. Le nombre moyen de salariés par magasin est stable d'une année sur l'autre dans les supermarchés.

³ Précision méthodologique ; les données obtenues pour les maxi-discompteurs ont été obtenues à partir du fichier FORCO en procédant au repérage des maxi-discompteurs d'après la raison sociale.

Evolution des effectifs entre 2008 et 2009

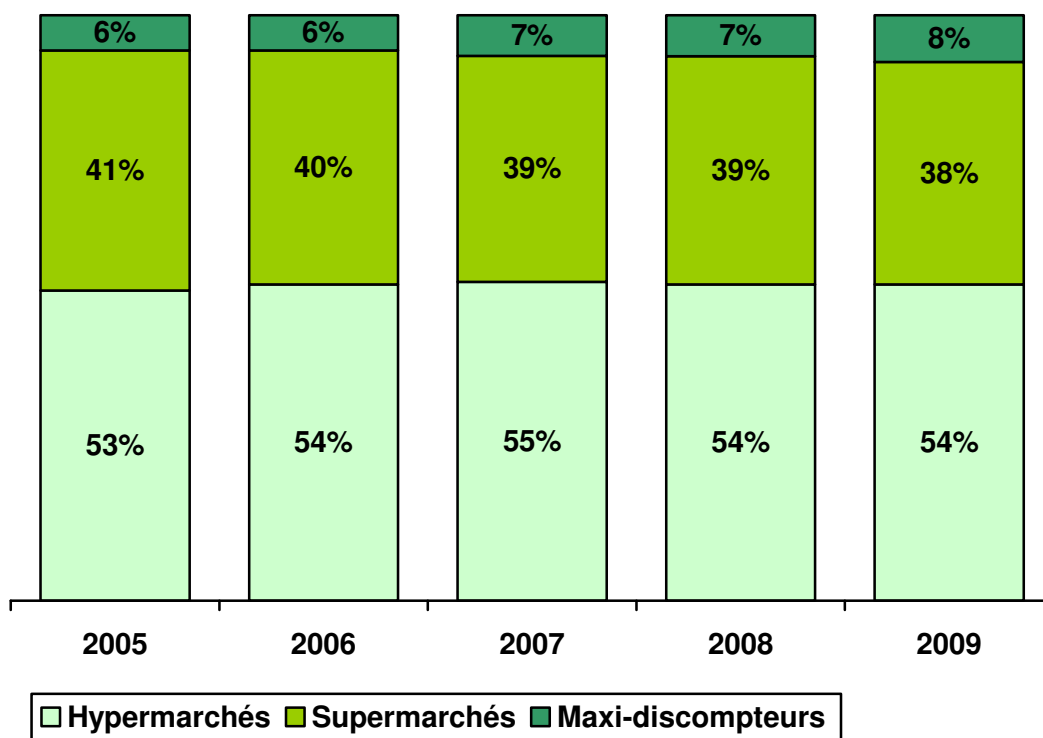
	2008	2009	Evolution 2008/2009
Hypermarchés	302 000	301 000	-0.3%
Supermarchés	213 700	212 000	-0.8%
Maxi- discompteurs	38 100	41 000	+7.6%
Entrepôts, grossistes	56 000	53 800	-3.9%
Centrales d'achat, administration d'entreprises	26 000	27 200	-1.2%
Ensemble	635 800	635 000	- 0.1%

Répartition des effectifs par formats commerciaux

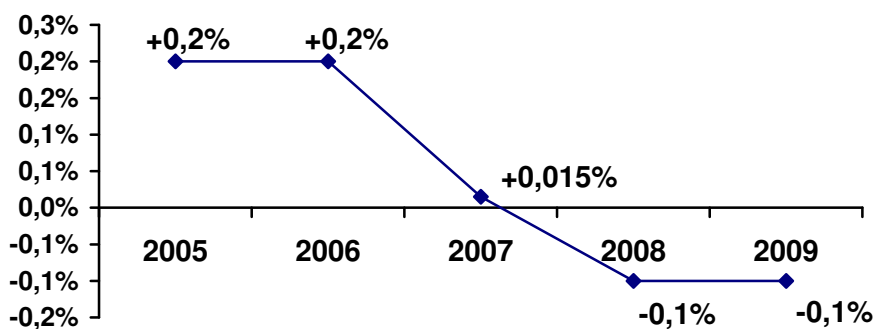


Source : Forco, 2010

**Evolution de la répartition des effectifs en magasins
(hypermarchés, supermarchés et maxi-discompteurs) de 2005 à 2009**

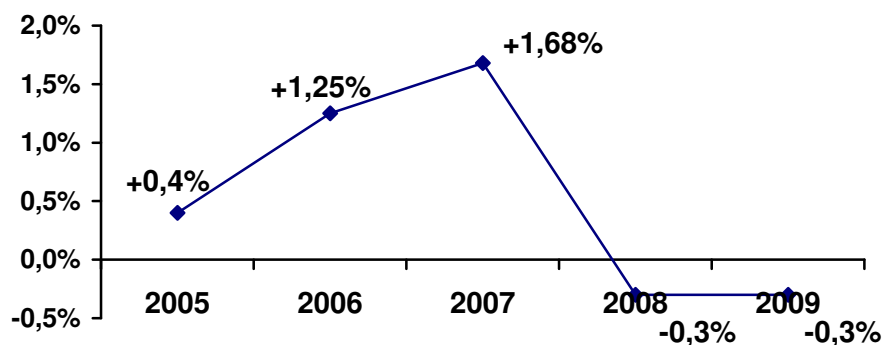


Evolution des effectifs salariés totaux de 2005 à 2009



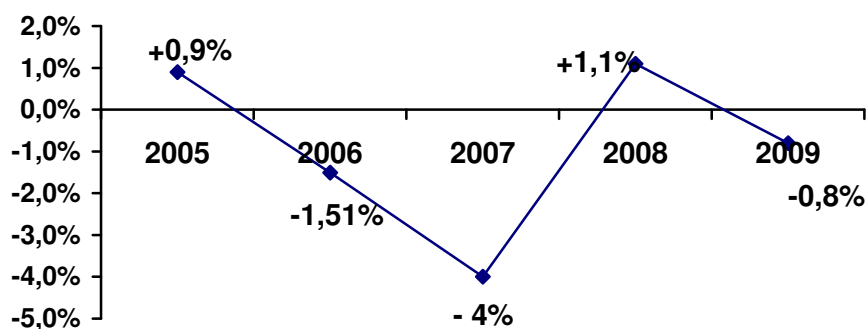
Taux de croissance 2005/2009	0.2%
Taux de croissance annuel moyen	0.04%

Hypermarchés



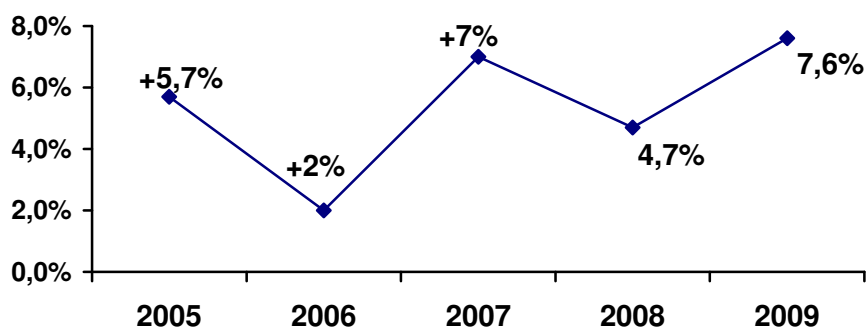
Taux de croissance 2005/2009	2.7%
Taux de croissance annuel moyen	0.05%

Supermarchés



Taux de croissance 2005/2009	-0.9%
Taux de croissance annuel moyen	-0.87%

Maxi-discompteurs



Taux de croissance 2005/2009	30%
Taux de croissance annuel moyen	5,4%

3.2 Nature des contrats

622 000 salariés sont en CDI ou CDD dont près de 5% d'étudiants⁴

Soit près de 526 900 salariés en CDI (hors étudiants) et 53 300 CDD (hors étudiants)

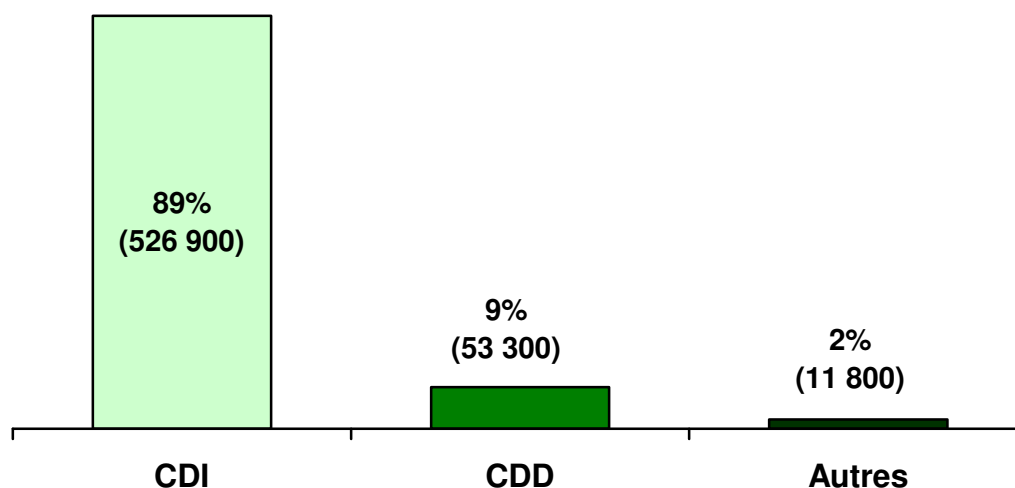
89% des effectifs de la branche (hors étudiants) sont en CDI.

**2% sont en apprentissage,
contrat de professionnalisation et contrats aidés.**

Les CDI demeurent prépondérants au sein des entreprises de la branche : ils concernent 89% des salariés (hors contrats étudiants).

Depuis 2005, la répartition des effectifs selon la nature des contrats reste stable.

Les effectifs selon la nature des contrats (hors contrats étudiants)



* La catégorie 'Autres' comprend près de 0,6% d'apprentis, 0,9% de contrats de professionnalisation, 0,2% d'autres contrats aidés tels que CIE, ...

Rappel 2008 (hors Contrats étudiants)

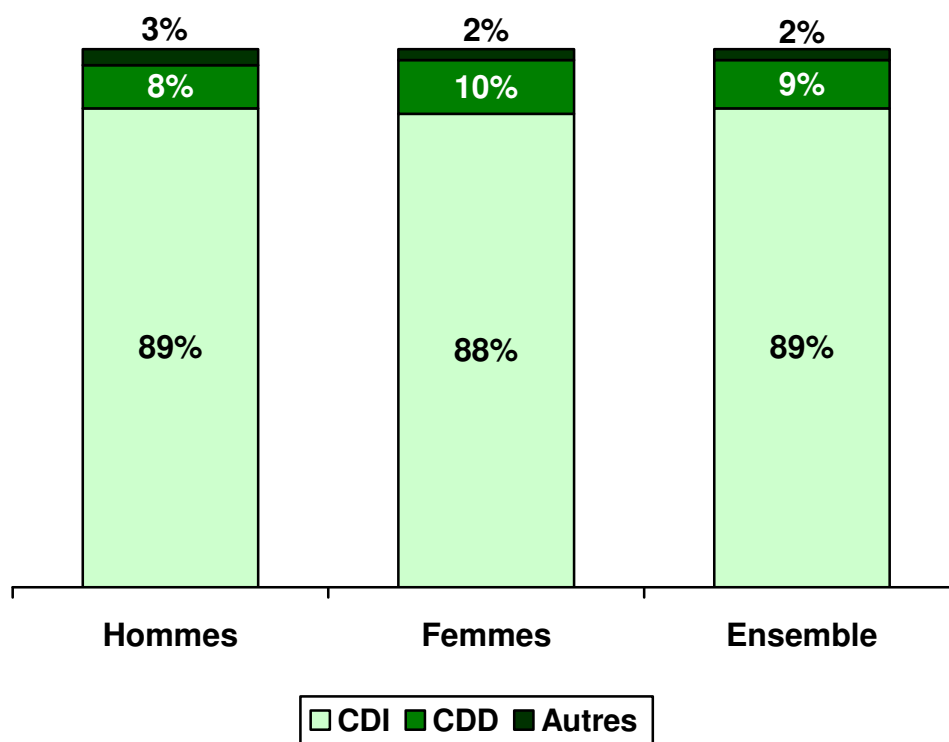
CDI	CDD	Autres
88 %	10%	2 %

⁴ Le nombre d'étudiants est estimé à près de 30 000 (5% des effectifs de la branche).

Dans ce rapport, l'hypothèse suivante a été retenue : un contrat étudiant s'entend par salarié de moins de 25 ans exerçant moins de 16 heures par semaine.

Il n'y a pas de disparités significatives entre les hommes et les femmes quant à la nature des contrats de travail exercé.

Détail selon le sexe en 2009



Détail de la répartition en 2009 (hors contrats étudiants)

Hypermarchés

	Hommes	Femmes	Ensemble
CDI	89%	89%	89%
CDD	9%	9.5%	9%
Autres	2%	1.5%	2%

Supermarchés

	Hommes	Femmes	Ensemble
CDI	88%	88%	88%
CDD	7%	10%	9%
Autres	5%	2%	3%

Maxi- discompteurs

	Hommes	Femmes	Ensemble
CDI	90%	85%	86%
CDD	9.5%	15%	14%
Autres	0.5%	-	-

Entrepôts, Commerce de gros

	Hommes	Femmes	Ensemble
CDI	88%	87%	88%
CDD	8%	11%	9%
Autres	4%	2%	3%

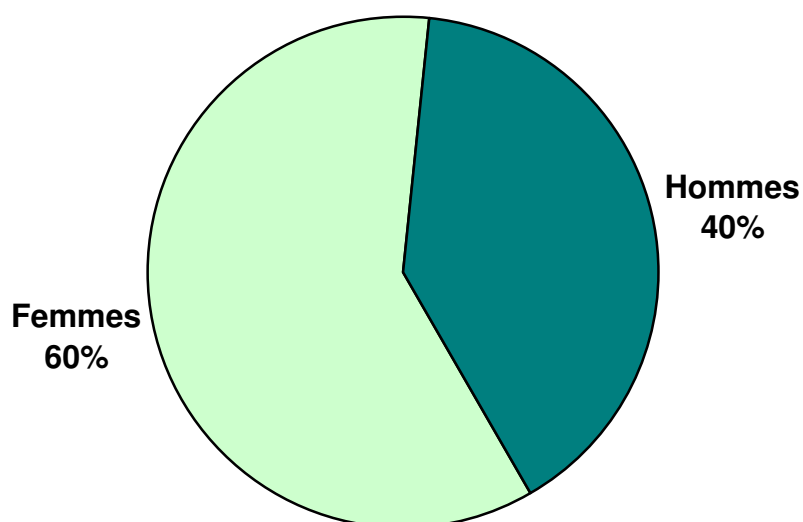
3.3 Répartition selon le sexe des salariés

Fin 2009, la population salariée de la grande distribution alimentaire (hors contrats étudiants) demeure majoritairement féminine (60%). Cette proportion est en légère baisse par rapport à l'année précédente où la proportion de femme s'élevait à 61%.

Les entrepôts, entreprises de commerce de gros font exception : le poids de emplois occupés par les femmes dans ce format, est nettement moins important que dans les activités de vente au détail.

La féminisation de la profession est toujours plus marquée dans les maxi-discompteurs (75% de femmes).

Les effectifs selon le sexe des salariés (hors contrats étudiants)



Rappel 2008 (hors Contrats étudiants)

Femmes	Hommes
61 %	39 %

Détail de la répartition en 2009 (hors contrats étudiants)

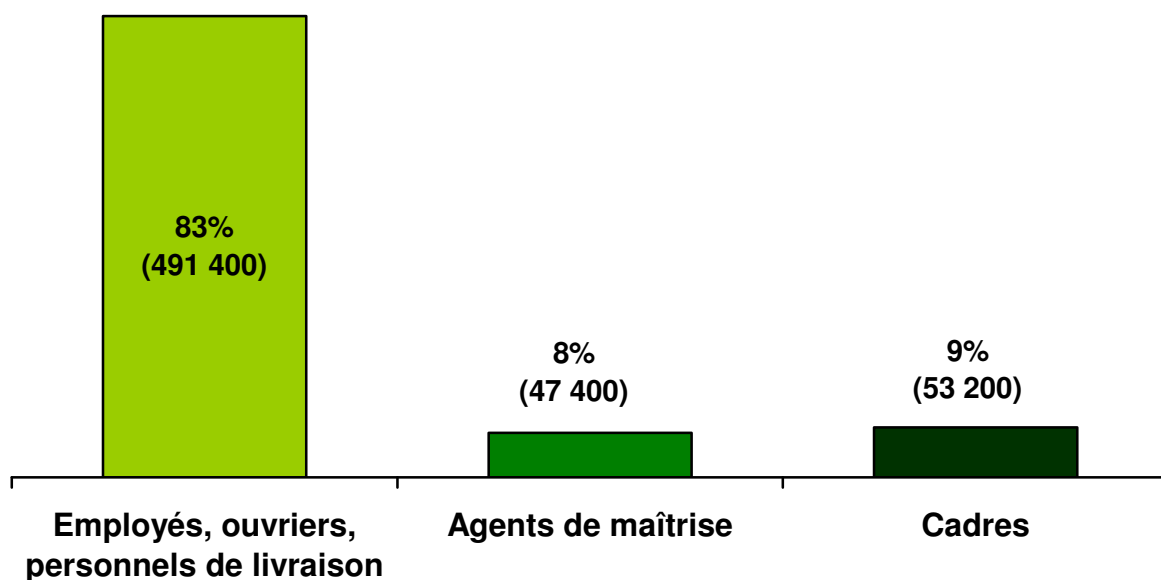
Catégories	Hommes	Femmes	Ensemble
Hypermarchés	41%	59%	100%
Supermarchés	34%	66%	100%
Maxi-discompteurs	25%	75%	100%
Entrepôts, Commerce de gros	63%	37%	100%
Ensemble	40%	60%	100%

3.4. Statut professionnel

83% des salariés de la branche sont employés ouvriers, personnels de livraison.

66% des salariés de la catégorie « employés, ouvriers, personnels de livraison » sont des femmes. Parmi les cadres, la proportion de femmes est de 28%.

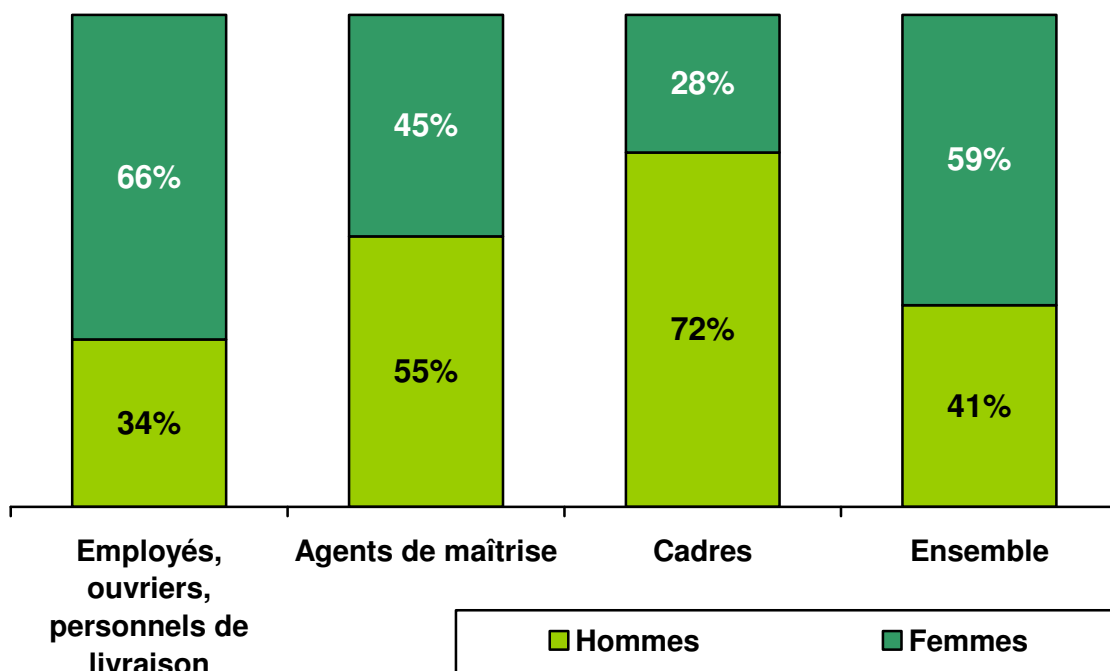
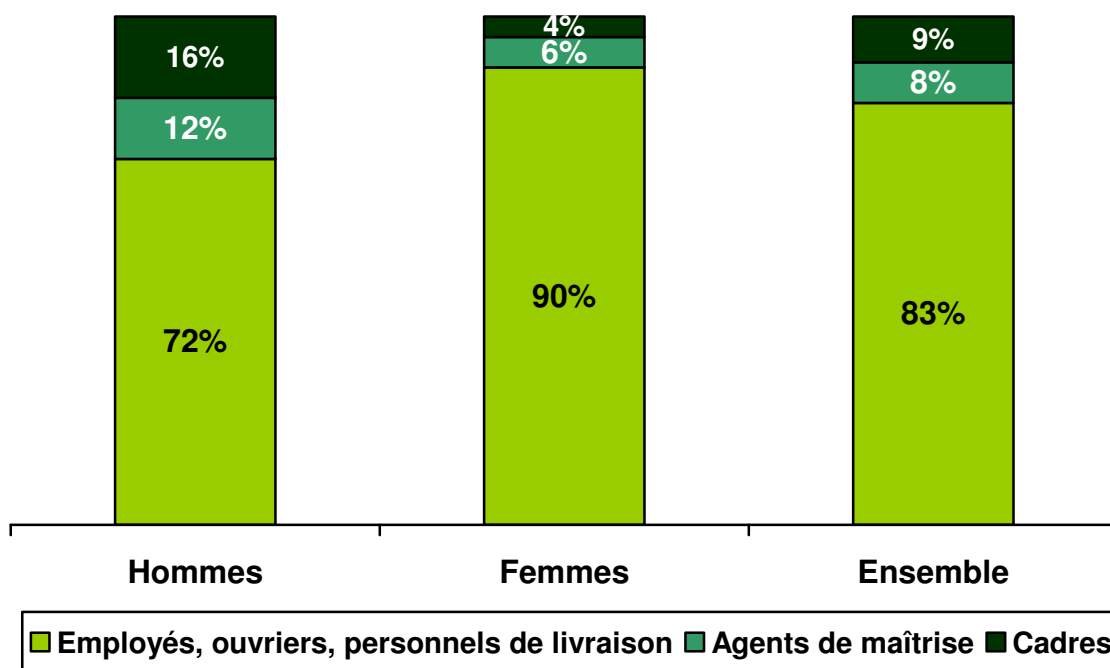
Les effectifs selon le statut professionnel (hors contrats étudiants)



Rappel 2008 (hors Contrats étudiants)

Employés	Techniciens / Agents de maîtrise	Cadres
84 %	7.5 %	8.5 %

Détail selon le sexe en 2009 (hors contrats étudiants)



Détail de la répartition en 2009 (hors contrats étudiants)

Hypermarchés

	Hommes	Femmes	Ensemble
Employés, ouvriers, personnels de livraison	83%	95%	90%
Agents de maîtrise	4%	2%	3%
Cadres	13%	3%	7%

Supermarchés

	Hommes	Femmes	Ensemble
Employés, ouvriers, personnels de livraison	75%	93%	87%
Agents de maîtrise	14%	6%	9%
Cadres	11%	1%	5%

Maxi- discompteurs

Pas de données disponibles

Entrepôts, Commerce de gros

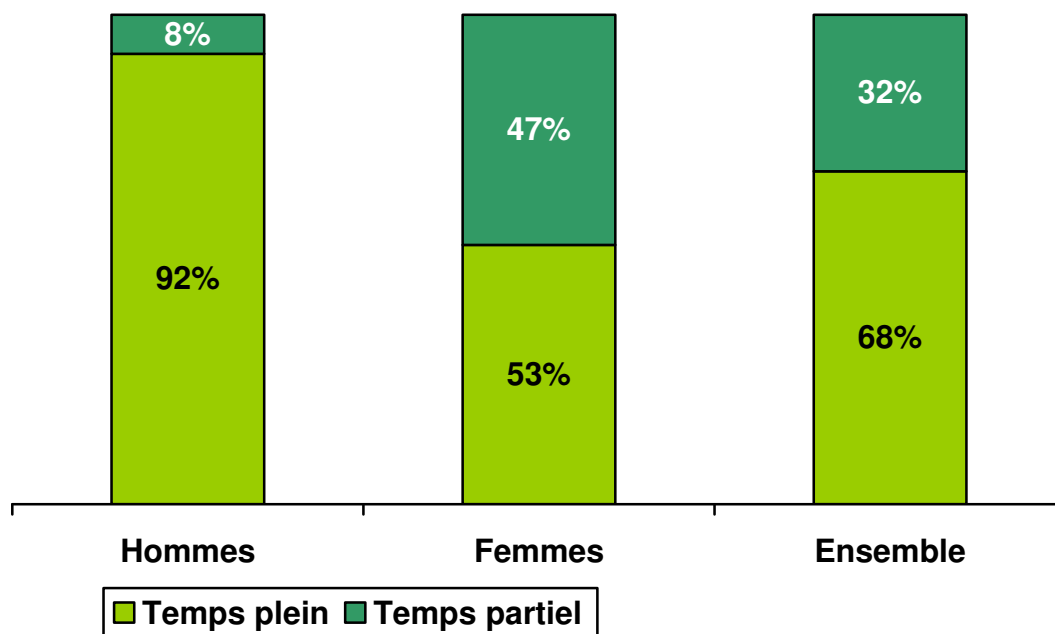
	Hommes	Femmes	Ensemble
Employés, ouvriers, personnels de livraison	72%	71%	71%
Agents de maîtrise	16%	19%	17%
Cadres	12%	10%	12%

3.5 Durée du travail

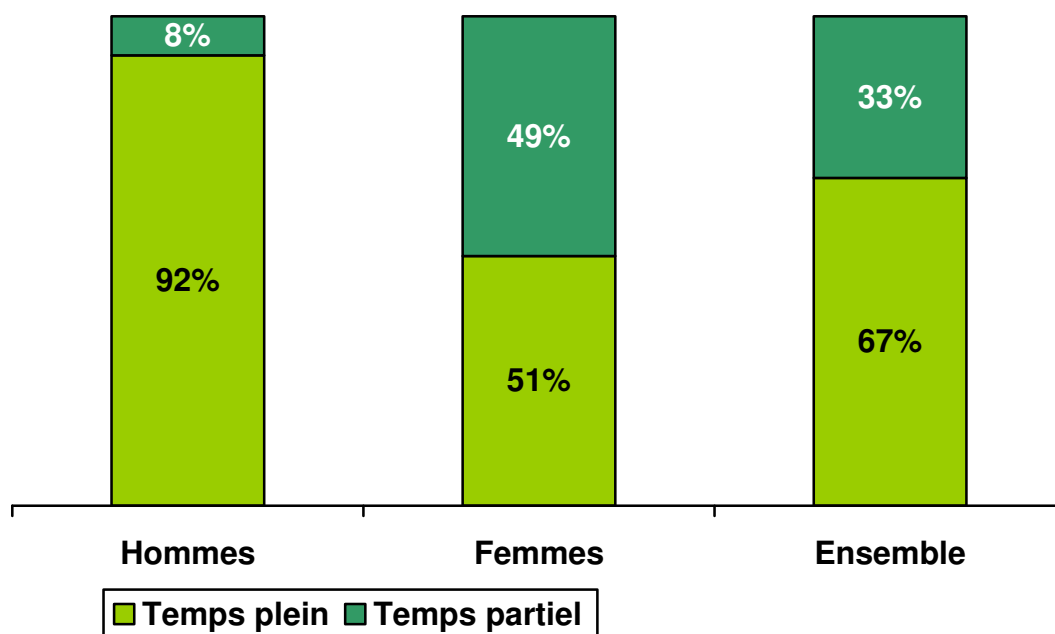
La proportion de salariés à temps partiel (hors contrats étudiants) est de 32% fin 2009.

Le temps partiel demeure essentiellement féminin : 47% des femmes travaillent en effet à temps partiel alors que parmi les hommes, la proportion de temps partiel se maintient à 8%.

Les effectifs selon la durée du travail (hors contrats étudiants) en 2009



Les effectifs selon la durée du travail (hors contrats étudiants) en 2008



Détail de la répartition en 2009 (hors contrats étudiants)

Hypermarchés

	Temps plein	Temps partiel	Ensemble
Hommes	93%	7%	100%
Femmes	56%	44%	100%
Ensemble	71%	29%	100%

A noter que la part de femmes à temps plein dans les hypermarchés a augmenté de 5 points depuis 2008 (51% de femmes étaient à temps plein).

Supermarchés

	Temps plein	Temps partiel	Ensemble
Hommes	89%	11%	100%
Femmes	56%	44%	100%
Ensemble	67%	33%	100%

Maxi-discompteurs

Pas de données disponibles

Entrepôts, Commerces de gros

	Temps plein	Temps partiel	Ensemble
Hommes	97%	3%	100%
Femmes	83%	17%	100%
Ensemble	92%	8%	100%

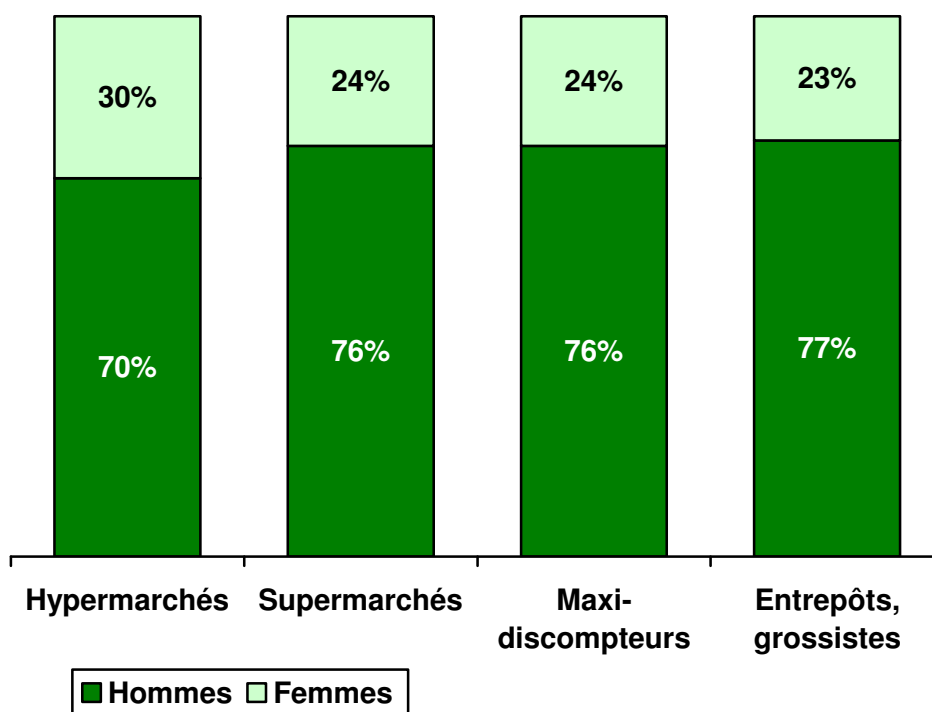
Forfaits annuels jours pour les cadres

91 % des cadres relèvent de forfaits jours.

71,5% des cadres au forfait jour sont des hommes.

La répartition selon le sexe est le reflet de la structure de la population cadre au sein de la branche.

Répartition des cadres relevant de forfaits jours selon le sexe



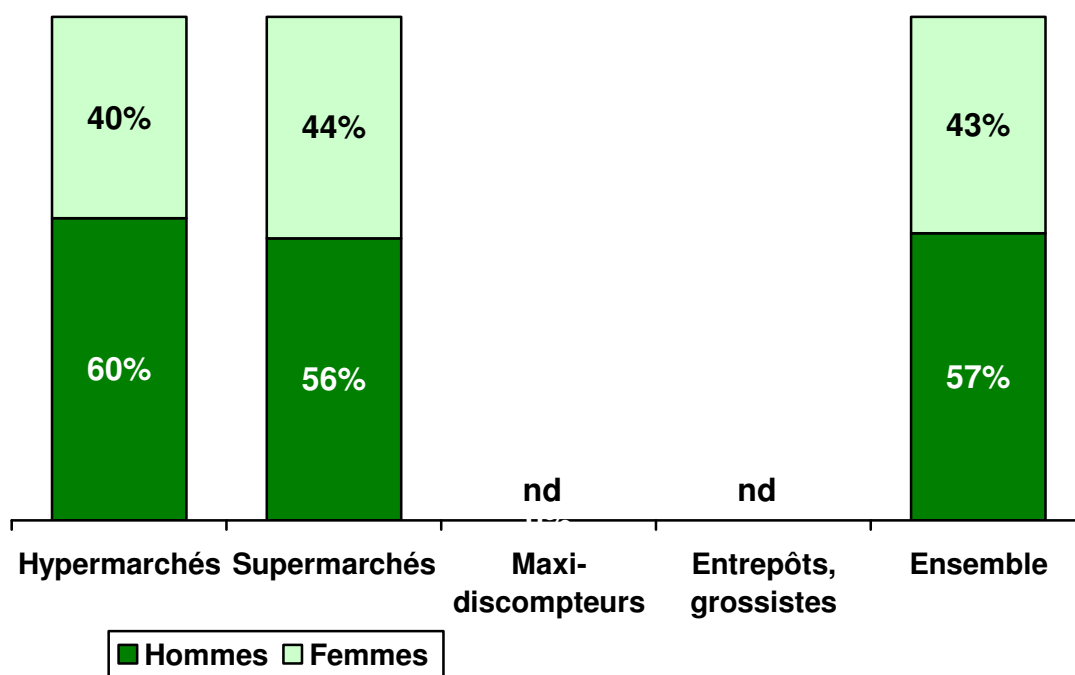
Forfaits annuels pour les agents de maîtrise

Sur 587 entreprises répondantes, 134 (soit 23% d'entre elles) ont déclaré appliquer un forfait pour les agents de maîtrise.

Parmi ces 134 entreprises, 90% déclarent appliquer des forfaits annuels heures et **10% utilisent les forfaits annuels jours pour les agents de maîtrise.**

57% des salariés relevant de forfaits annuels heures sont des hommes.

Répartition des agents de maîtrise relevant de forfaits annuels heures selon le sexe



Travail de nuit

En 2009, 8% des salariés de la branche (soit environ 50 000 salariés) sont des travailleurs de nuit au sens de la réglementation actuelle, c'est-à-dire au moins deux fois par semaine pendant 3 heures de 21h00 à 6h00 ou 270 heures dans cette même plage sur douze mois consécutifs.

80% des travailleurs de nuit sont des hommes.

Travail du dimanche matin

34% des répondants ouvrent des magasins le dimanche matin (sur une base de 570 entreprises répondantes à cette question).

Selon les données d'enquête, 8.7% des salariés sont concernés par un travail régulier le dimanche matin.

9.2% des salariés travaillant le dimanche sont des étudiants.

Le travail le dimanche matin concerne essentiellement les supermarchés.

3.6. Ancienneté des salariés

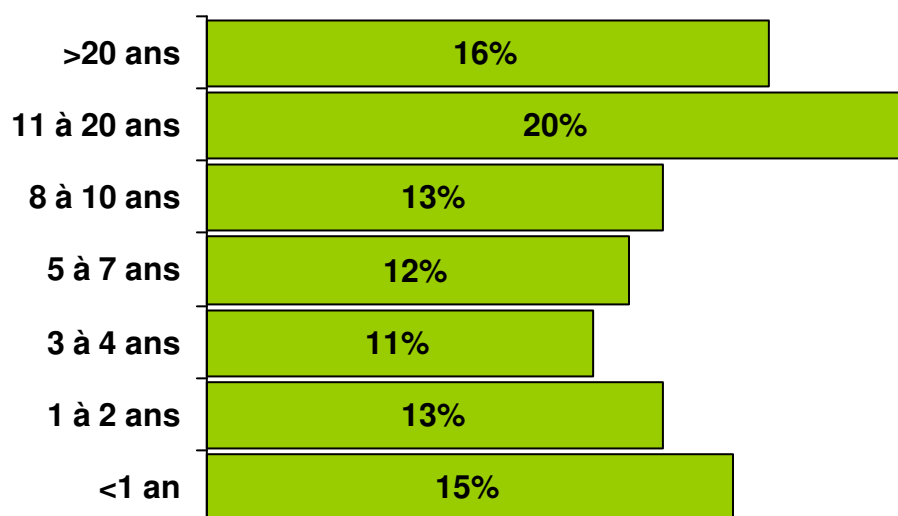
Ancienneté des salariés de la branche : 8,9 ans en 2009
(8,4 ans en 2008)

La proportion de salariés exerçant depuis moins d'un an dans la même entreprise est en baisse sensible (- 4 points par rapport à 2008) en lien avec une diminution des embauches au cours de l'année 2009. En revanche, la part de salariés ayant une ancienneté supérieure à 10 ans dans l'entreprise est en hausse de 3 points par rapport à l'année précédente.

Il n'y a pas de disparités selon le sexe.

En lien avec l'ouverture croissante de magasins maxi-discompteurs, l'ancienneté est la plus faible dans ce format : 30% des salariés exercent depuis moins d'un an dans la même société, alors que cette proportion est comprise entre 14% et 19% selon le format étudié. Dans les maxi-discompteurs, l'ancienneté moyenne s'élève à 5 ans alors qu'elle est de minimum 8 ans dans les autres formats étudiés.

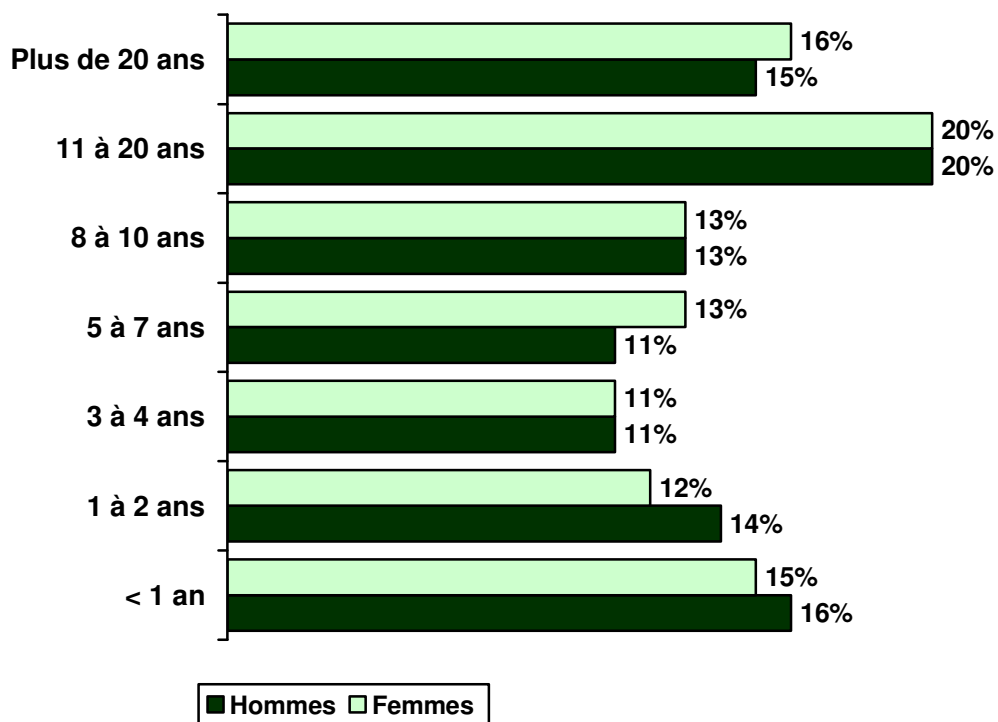
Les effectifs selon l'ancienneté



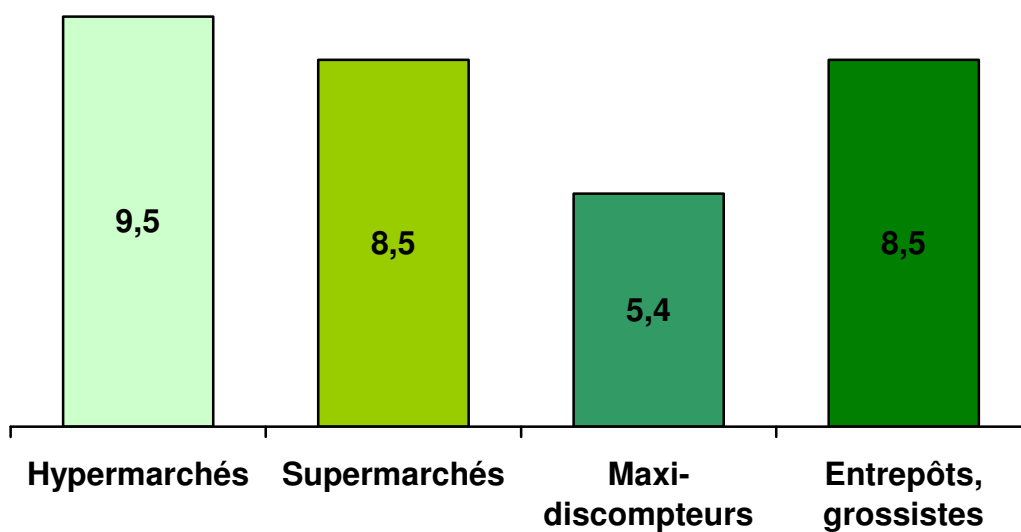
Rappel de la répartition en 2008 (Hors Contrats étudiants)

<1 an	1 à 2 ans	3 à 4 ans	5 à 7 ans	8 à 10 ans	11 à 20 ans	>20 ans	Ensemble
19%	14%	10%	13%	12%	19%	14%	100%

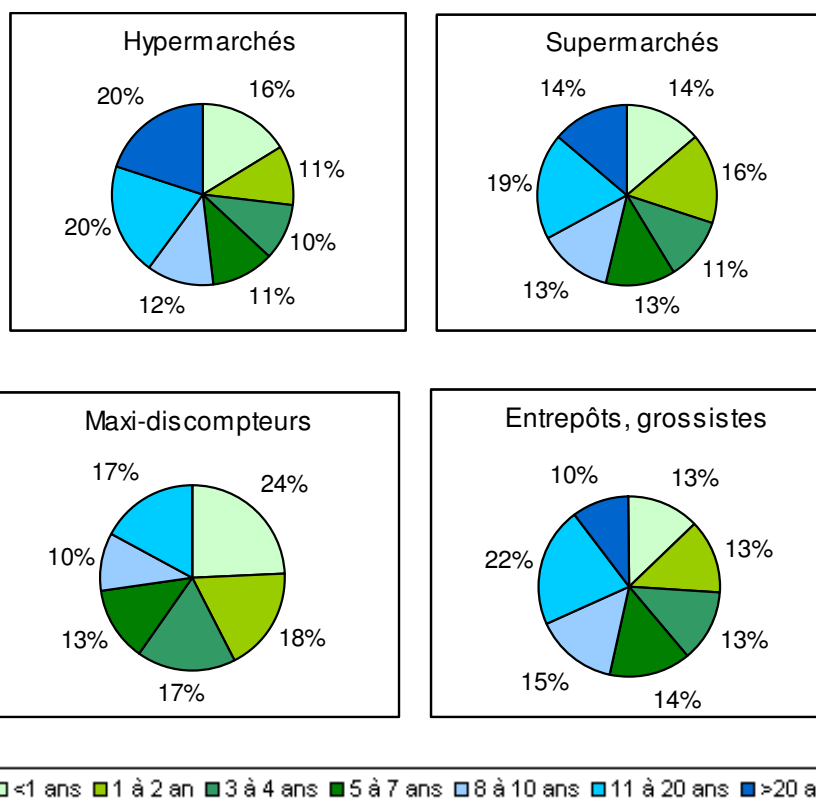
Ancienneté selon le sexe en 2009



Ancienneté moyenne en 2009 : 8,9 ans



Répartition de l'ancienneté en 2009 par format



Hypermarchés	<1 an	1-2 ans	3 - 4 ans	5 - 7 ans	8 - 10 ans	11 - 20 ans	>20 ans
Hommes	17%	12%	11%	11%	12%	20%	17%
Femmes	16%	10%	10%	11%	12%	20%	21%

Taux réponse 2010 : 40% / Taux de réponse 2009 : 40%

Supermarchés	<1 an	1-2 ans	3 - 4 ans	5 - 7 ans	8 -10 ans	11 - 20 ans	>20 ans
Hommes	17%	19%	12%	12%	10%	17%	13%
Femmes	13%	14%	11%	14%	14%	20%	14%

Taux réponse 2010 : 36% / Taux de réponse 2009 : 36%

Maxi-discompteurs	<1 an	1-2 ans	3 - 4 ans	5 - 7 ans	8 - 10 ans	11 - 20 ans	>20 ans
Hommes	26%	18%	14%	12%	10%	20%	0%
Femmes	24%	18%	18%	14%	10%	16%	0%

Taux réponse 2010 : 51% / Taux de réponse 2009 : 81%

Entrepôts, grossistes	<1 an	1-2 ans	3 - 4 ans	5 - 7 ans	8 - 10 ans	11 - 20 ans	>20 ans
Hommes	13%	15%	13%	13%	16%	20%	10%
Femmes	13%	10%	12%	15%	15%	25%	10%

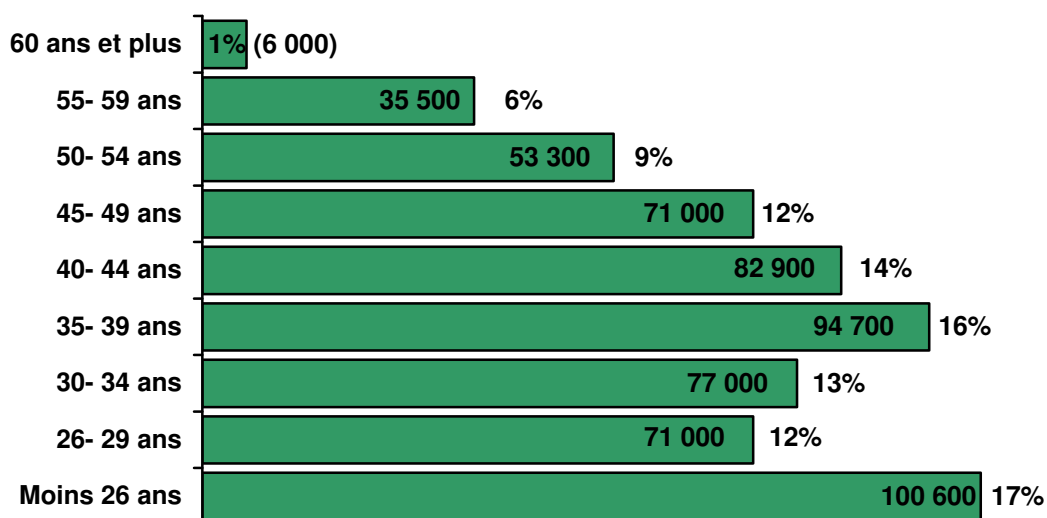
Taux réponse 2010 : 29% / Taux de réponse 2009 : 40%

3.7. Age des salariés

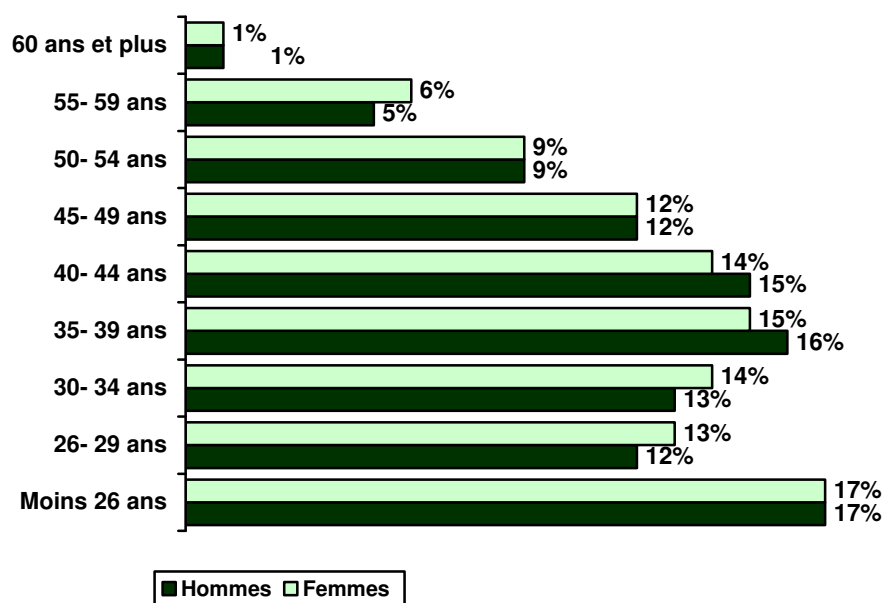
**42% des salariés de la branche ont moins de 35 ans
L'âge moyen est à 37,8 ans en 2009**

Parmi les « moins de 26 ans », on estime à près de 8 salariés sur 10 la proportion de jeunes de 21 à 25 ans. Les moins de 21 ans seraient peu représentés. Il n'y a pas de disparités selon le sexe concernant l'âge.

Age des salariés



Age selon le sexe



Hypermarchés⁵

	<26 ans	26-29 ans	30-34 ans	35-39 ans	40-44 ans	45-49 ans	50-54 ans	55-59 ans	60 ans et +
Hommes	18%	12%	12,5%	16%	15%	12%	9%	5%	0,5%
Femmes	15,5%	11%	11%	14%	15%	14%	11%	8%	0,5%
Ensemble	17%	11%	12%	15%	15%	13%	10%	6,5%	0,5%

Supermarchés

	<26 ans	26-29 ans	30-34 ans	35-39 ans	40-44 ans	45-49 ans	50-54 ans	55-59 ans	60 ans et +
Hommes	19%	12%	12%	14,5%	14%	13%	9%	6%	0,5%
Femmes	16%	12%	13%	14,5%	14%	14%	10%	6%	0,5%
Ensemble	17%	12%	12,5%	14,5%	14%	13,5%	10%	6%	0,5%

Maxi-discompteurs

Pas de données disponibles

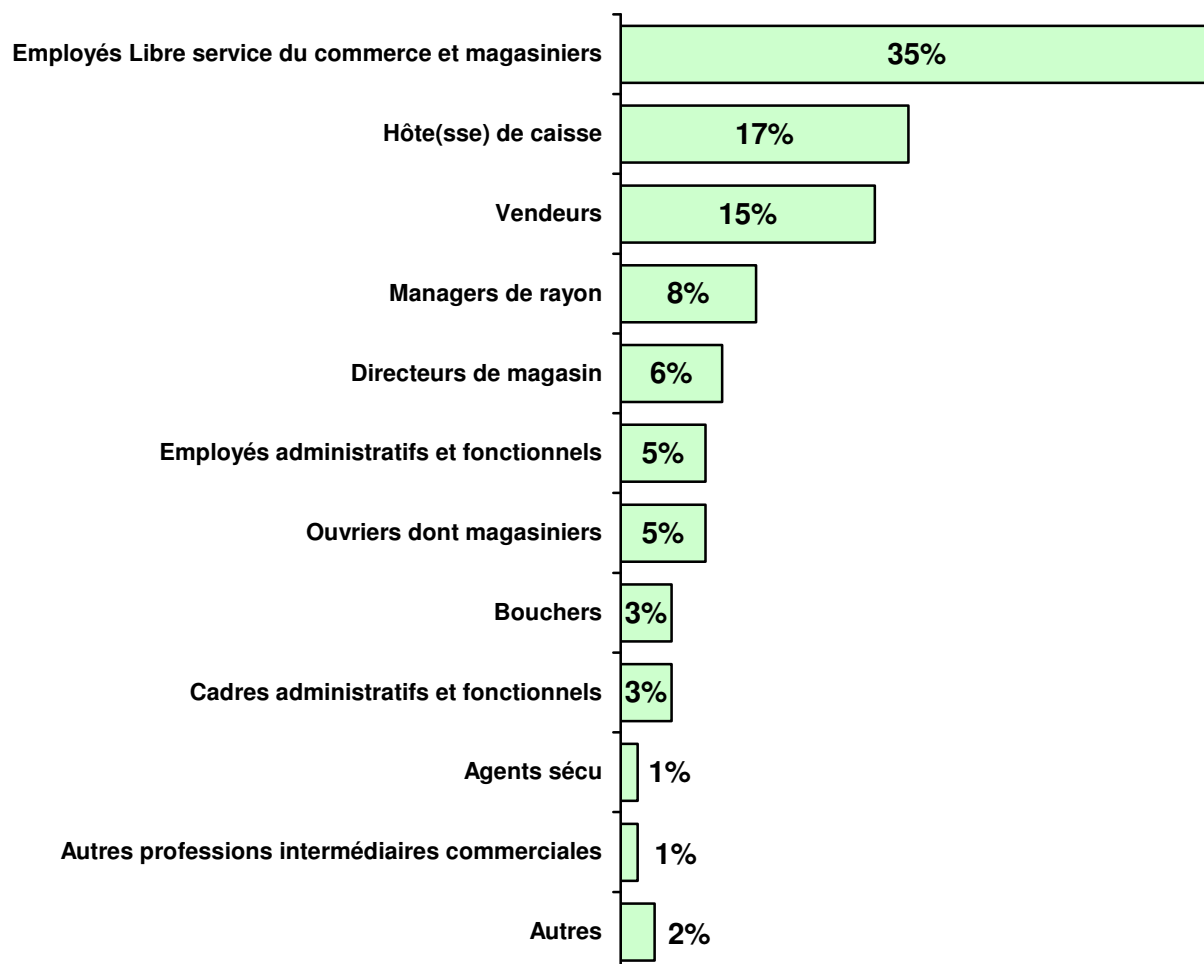
Entrepôts, Commerce de gros

	<26 ans	26-29 ans	30-34 ans	35-39 ans	40-44 ans	45-49 ans	50-54 ans	55-59 ans	60 ans et +
Hommes	12%	10%	13%	17,5%	16%	14%	11%	6%	0,5%
Femmes	13%	12,5%	16,5%	19%	15%	11%	7,5%	5%	0,5%
Ensemble	12,5%	11%	14%	18%	16%	13%	9,5%	5,5%	0,5%

⁵ Attention : données insuffisantes – Données non représentatives

3.8 Répartition selon les postes

Répartition selon les postes en 2009 (hors contrats étudiants) (Hors Maxi-discompteurs)



3.9 Mouvements du personnel dans la branche entre le 1^{er} janvier et le 31 décembre 2009

Le solde des entrées et des sorties dans la branche entre 2008 et 2009 est la somme de trois composantes :

1. les effectifs des entreprises nouvellement créées en 2009,
2. les effectifs des entreprises ayant cessé d'exister en 2009,
3. le solde des entrées et sorties dans les entreprises existantes les deux années (périmètre constant).

A périmètre constant (c'est-à-dire sur la base des entreprises existantes en 2008 et en 2009, donc sans prendre en compte les entreprises nouvellement créées en 2009 ni les cessations d'activité en 2009 mais y compris les modifications de surface), entre fin 2008 et fin 2009, les effectifs ont diminué de 2 700 salariés avec des disparités selon le format étudié.

Evolution des effectifs (à périmètre constant) par format

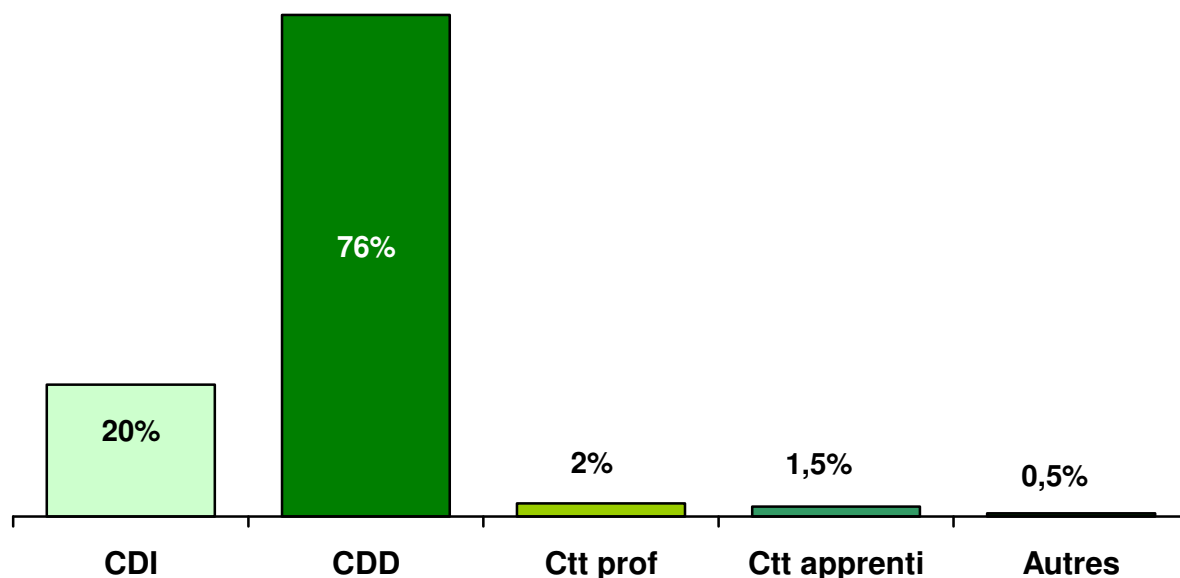
Hypermarchés	- 4 400
Supermarchés	+ 200
Maxi-discompteurs	+ 1 200
Entrepôts, grossistes	- 200
Centrales d'achat, administration d'entreprises	+ 500
Ensemble	- 2 700

Nature des entrées

76% des entrées dans la branche en 2009 sont des CDD et 20% sont des CDI.

Pour rappel : fin 2009, 9% des salariés de la branche sont en CDD soit près de 53 300 salariés et 89% des salariés sont en CDI (près de 526 900 salariés).

Répartition des entrées selon la nature des contrats en 2009

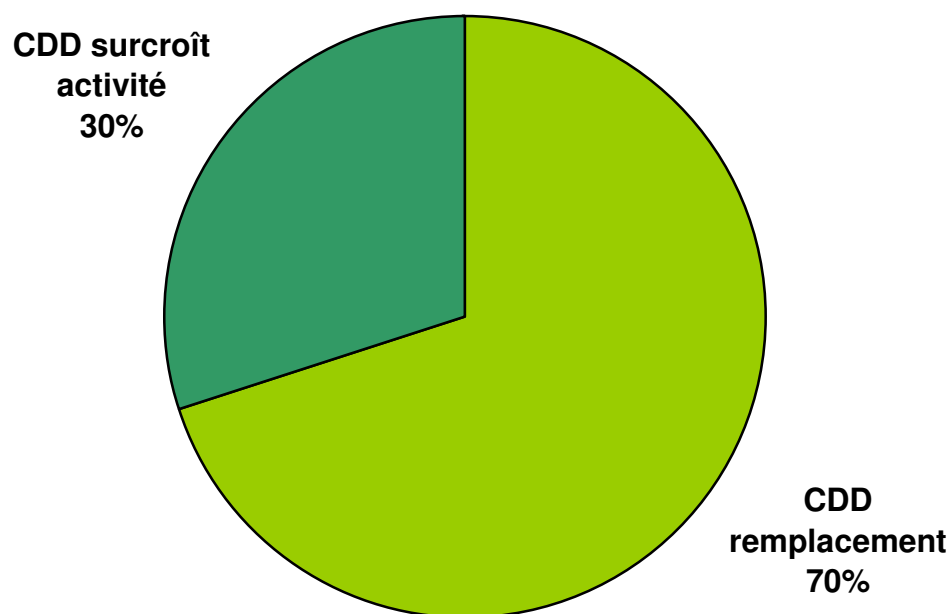


Détail de la répartition par format

Catégories	CDI	CDD	Contrat de professionnalisation	Contrat d'apprentissage	Autres
Hypermarchés	15%	80%	3%	1.5%	0.5%
Supermarchés	23%	73%	2%	2%	-
Maxi-discompteurs	20%	80%	-	-	-
Entrepôts, grossistes	27%	70%	1%	2%	-
Ensemble	20%	76%	2%	1.5%	0.5%

Nature des entrées en CDD

La majorité des entrées en CDD sont des CDD de remplacement, et ce quel que soit le format commercial étudié.

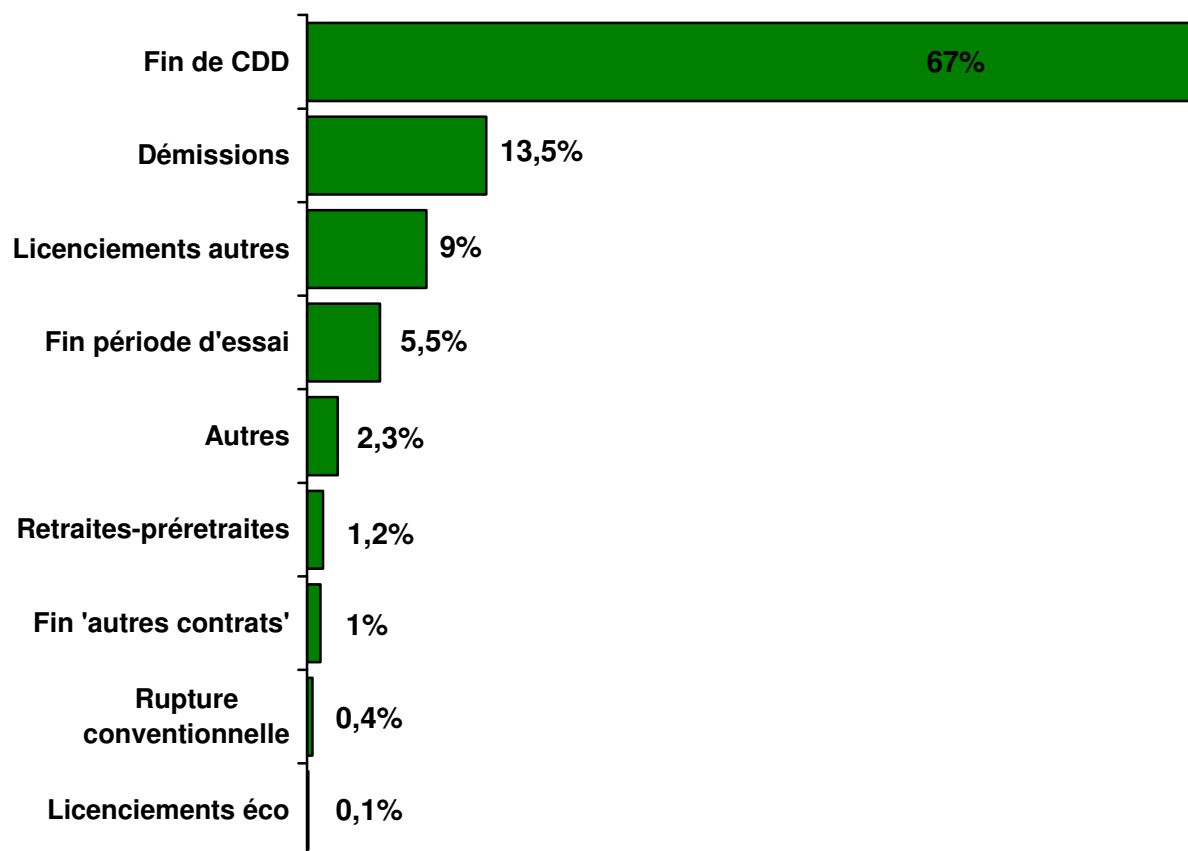


Détail de la répartition par format

Catégories	CDD de remplacement	CDD surcroît d'activité
Hypermarchés	70%	30%
Supermarchés	74%	26%
Maxi-discompteurs	70%	30%
Entrepôts, grossistes	64%	36%
Ensemble	70%	30%

Motifs des départs

Les départs sont essentiellement des fins de CDD (67%), suivi des démissions (13,5%).



Détail des départs selon le motif selon le format

	Hypermarchés	Supermarchés	Maxi-discompteur	Entrepôts gros
Fin de CDD	69%	64%	70%	61%
Démissions	14%	14%	8.5%	15%
Licenciements dont éco	9%	8%	11%	14%
Départs en retraites ou préretraites	1%	1%	-	1.5%
Fin période d'essai	4%	7%	9.5%	7%
Fin autres contrats	1%	2%	-	-
Ruptures conventionnelles	-	1%	-	1.5%
Autres	2%	3%	1%	-

3.10 Promotions

Taux de promotion en 2009 :
2,9%

La majorité des promotions concernent les employés niveau 1 et 2 promus employés niveau 3 et 4 (75% des promotions de la branche en 2009). 54% de ces salariés sont des femmes.

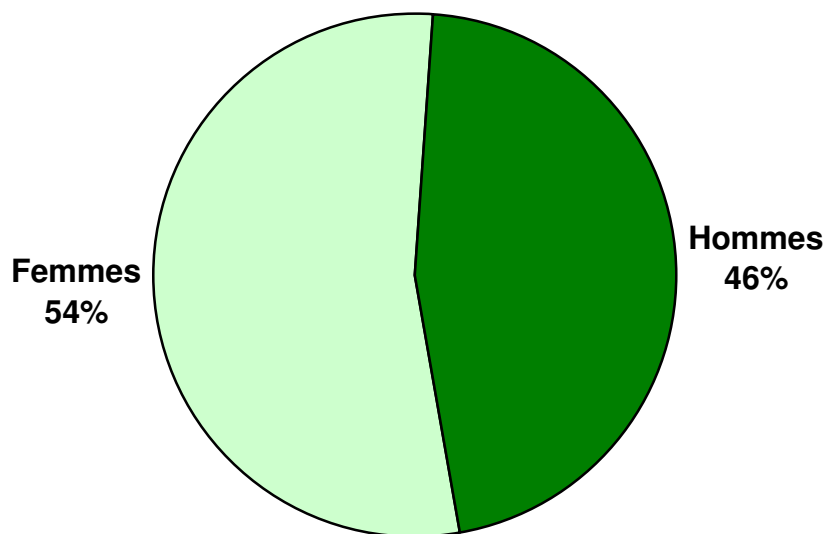
Promotions en 2009

	Taux de promotion	Rappel taux de promotion 2008
Ensemble	2,9%	3,9%

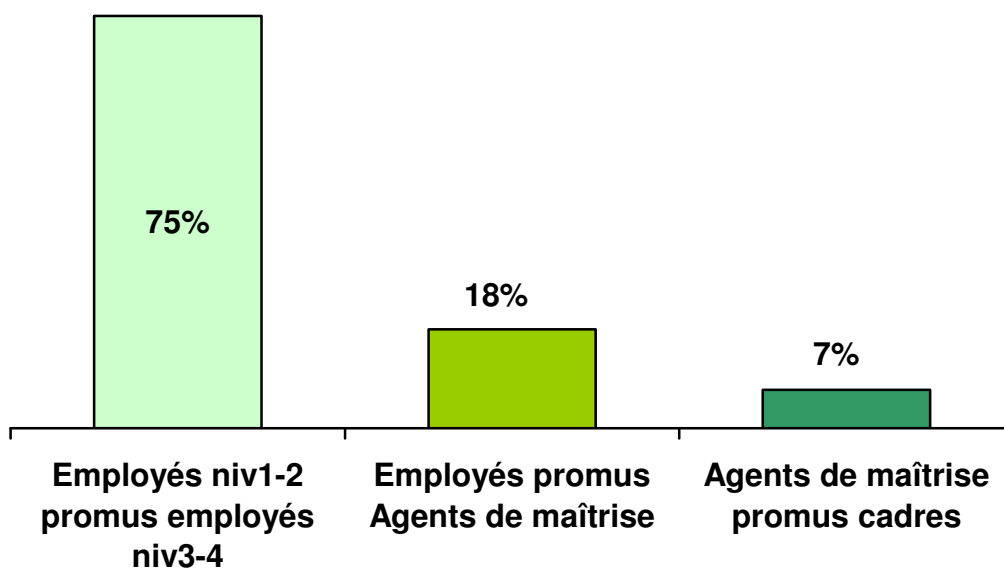
Détail selon les catégories

Catégories	Taux de promotion	Rappel taux de promotion 2008
Hypermarchés	2.9%	4.04%
Supermarchés	2.7%	3.28%
Maxi- discompteurs	3.9%	5.32%
Entrepôts, grossistes	2.7%	1.92%

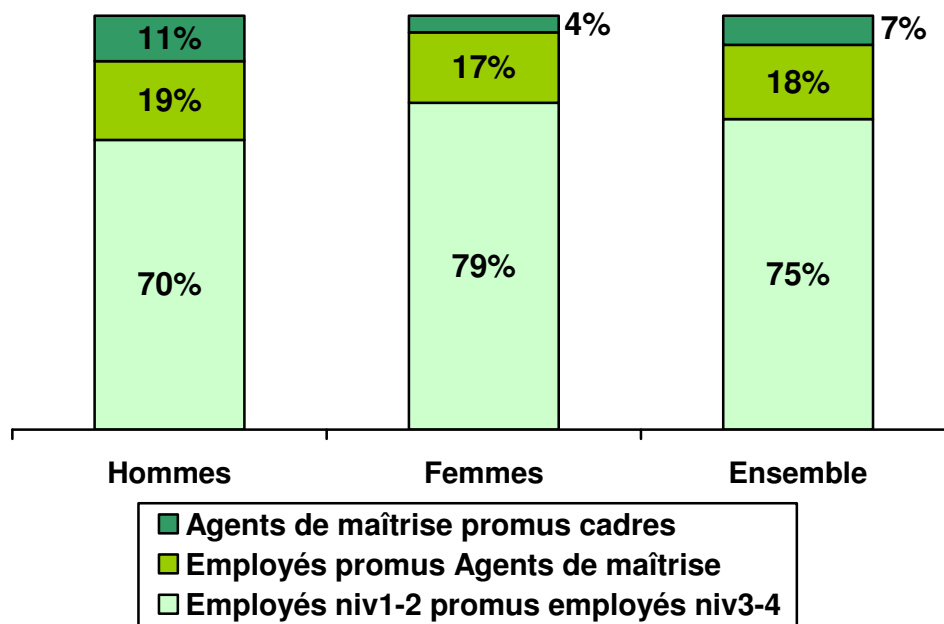
Répartition des promotions selon le sexe



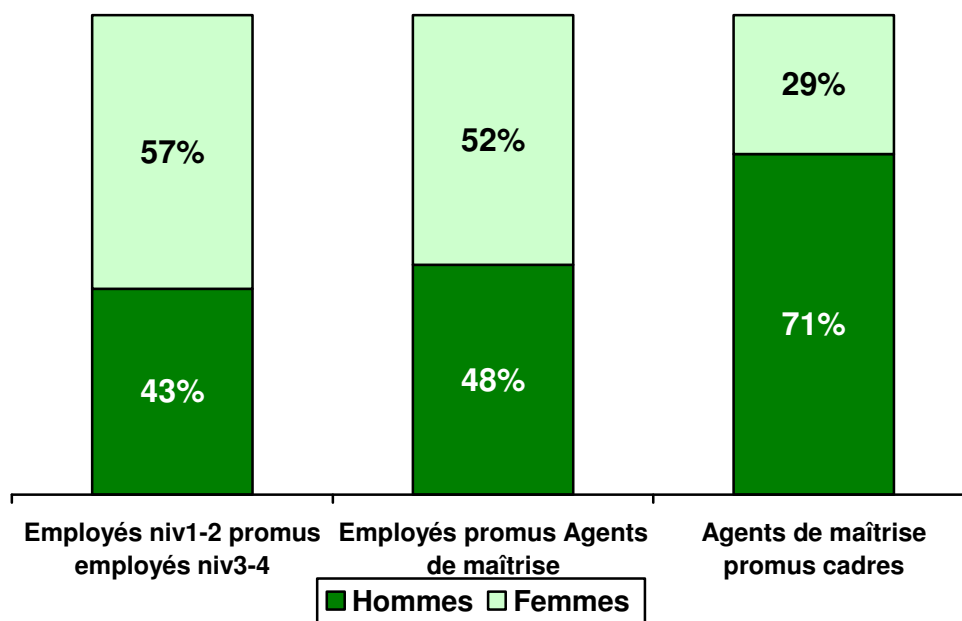
Répartition des promotions selon le statut professionnel



Répartition des promotions en 2009 selon le sexe et statut professionnel



Répartition des promotions en 2009 selon le sexe et statut professionnel



Répartition des promotions en 2009

Catégories	Employés niv1-2 promus employés niv3-4	Employés promus Agents de maîtrise	Agents de maîtrise promus cadres	Ensemble
Hypermarchés	83%	12%	5%	100%
Supermarché	70%	24%	8%	100%
Maxi- discompteurs	75%	17%	8%	100%
Entrepôts, grossistes	43%	38%	18%	100%
Ensemble	75%	18%	7%	100%

3.11 Les difficultés de recrutement

Par postes

74% des répondants à l'enquête déclarent ne pas rencontrer de difficultés de recrutement.

Pour ceux qui rencontrent des difficultés de recrutement, celles-ci portent essentiellement sur les métiers de bouche : 67% des répondants (sur 150 répondants à cette question) ont déclaré avoir des difficultés à recruter dans ces métiers, et ce, surtout pour le métier de boucher.

Difficultés de recrutement par poste les plus fréquemment citées par les entreprises en 2009

Métiers de bouche	68%
<i>Dont boucher :</i>	66%
Responsables de rayon/ Chefs de rayon	12%
Employés commerciaux	8%
Hôte(sses) de caisse	5%

Par région

C'est en Normandie que les entreprises mentionnent le plus souvent des difficultés de recrutement. L'Île de France est également une région où les difficultés de recrutement sont souvent citées. C'est aussi la région où la densité de magasins est la plus élevée, l'effectif le plus important et donc les recrutements les plus nombreux.

La question des difficultés de recrutement supposerait une analyse par bassin d'emplois afin de mieux comprendre la nature et la localisation des difficultés (grandes villes, périphéries de zones urbaines, zones rurales, situation économique et sociale de la zone considérée).

Difficultés de recrutement par région les plus fréquemment citées par les entreprises en 2009

Normandie
Île de France, Midi- Pyrénées, Rhône- Alpes
Centre
Pays de loire
Aquitaine
PACA, Bretagne, Languedoc-Roussillon

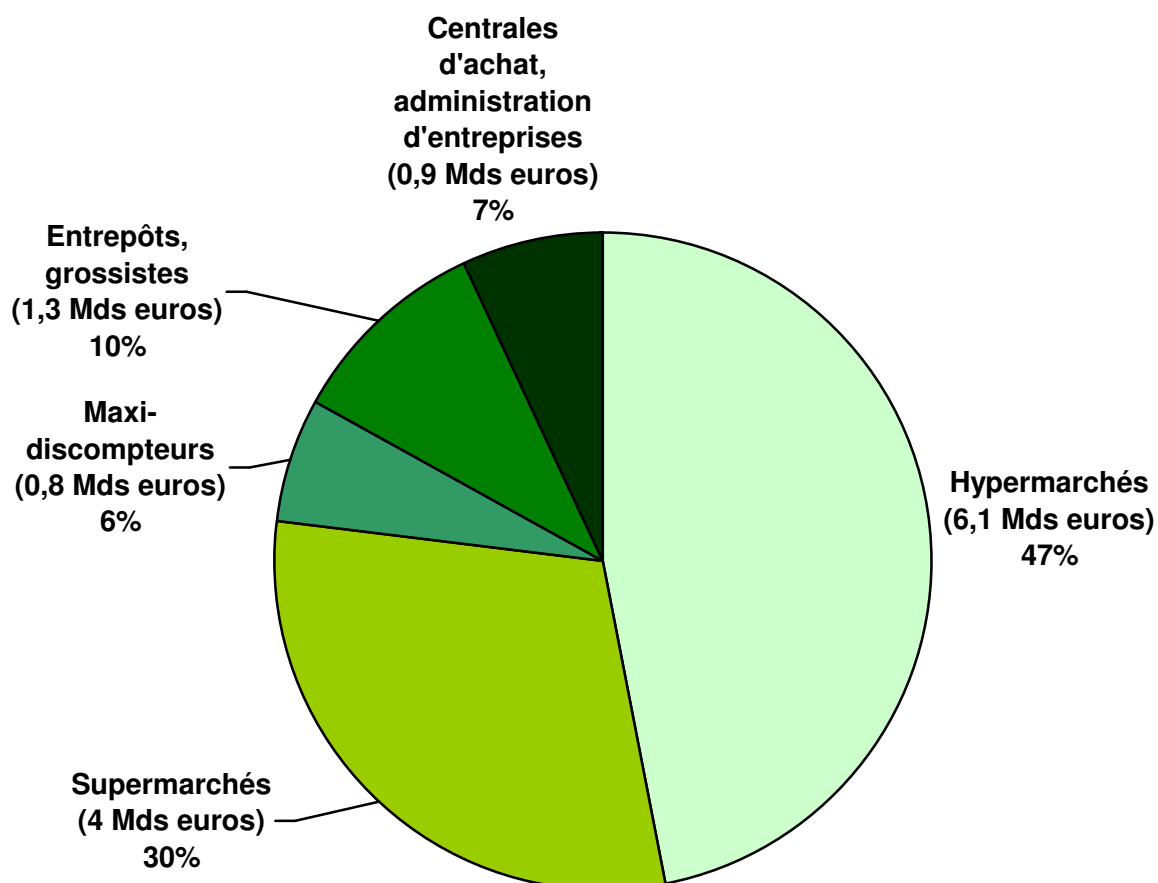
4^{ème} partie : LES REMUNERATIONS

4.1 Masse salariale brute

En 2009, la masse salariale des entreprises du commerce à prédominance alimentaire s'élève à 13.1 milliards, enregistrant de ce fait une augmentation de 2,5% par rapport à l'année précédente.

Pour rappel : en 2008, la masse salariale s'élevait à 12.8 milliards.

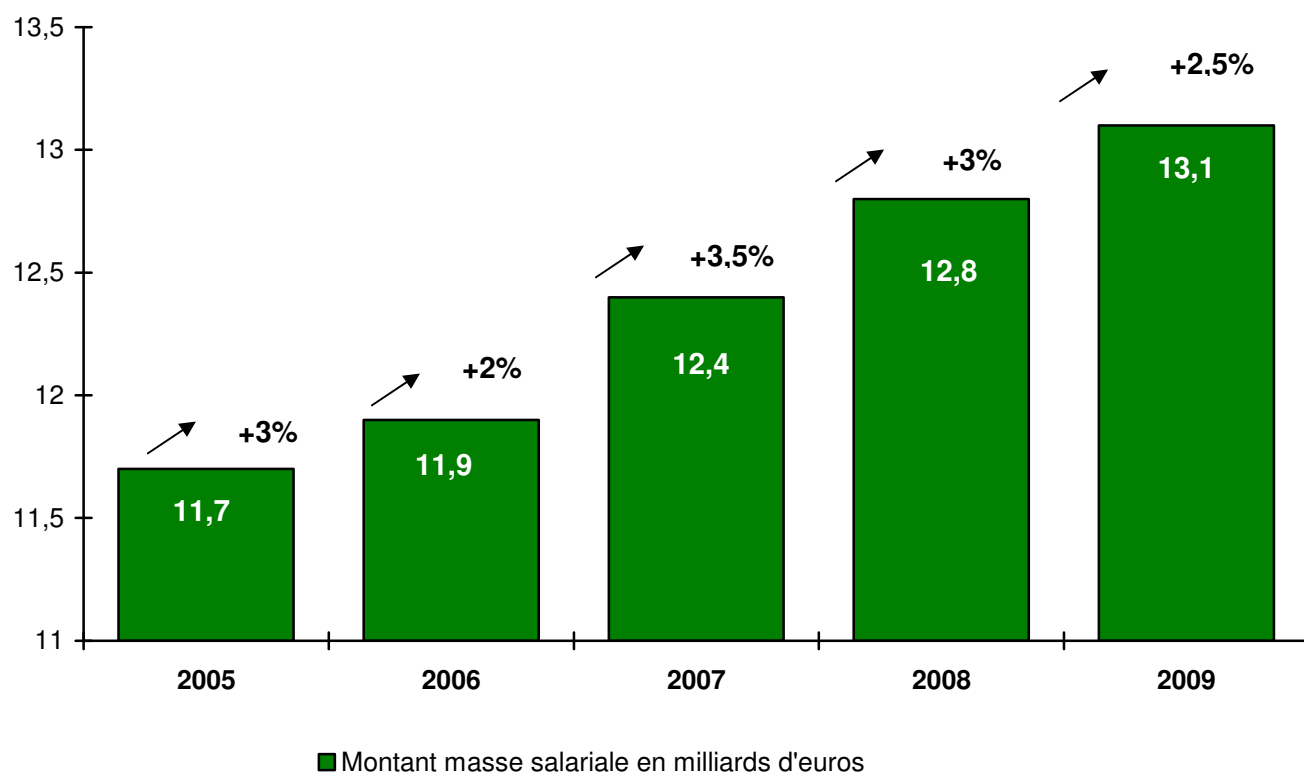
Masse salariale brute en 2009 : 13.1 milliards d'euros



Rappel de la répartition en 2008

Hypermarchés	Supermarchés	Maxi-discompteurs	Entrepôts, grossistes	Centrales d'achat, administration d'entreprises
47%	30%	6%	10%	7%

Evolution de la masse salariale brute de 2005 à 2009



4.2 Augmentation des salaires

Environ 96% des salariés de la Branche sont concernés par ces augmentations : 98% de salariés des hypermarchés ont bénéficié d'une augmentation de salaires en 2009, 91% dans les supermarchés et 92% dans les entrepôts et entreprises de commerce de gros.

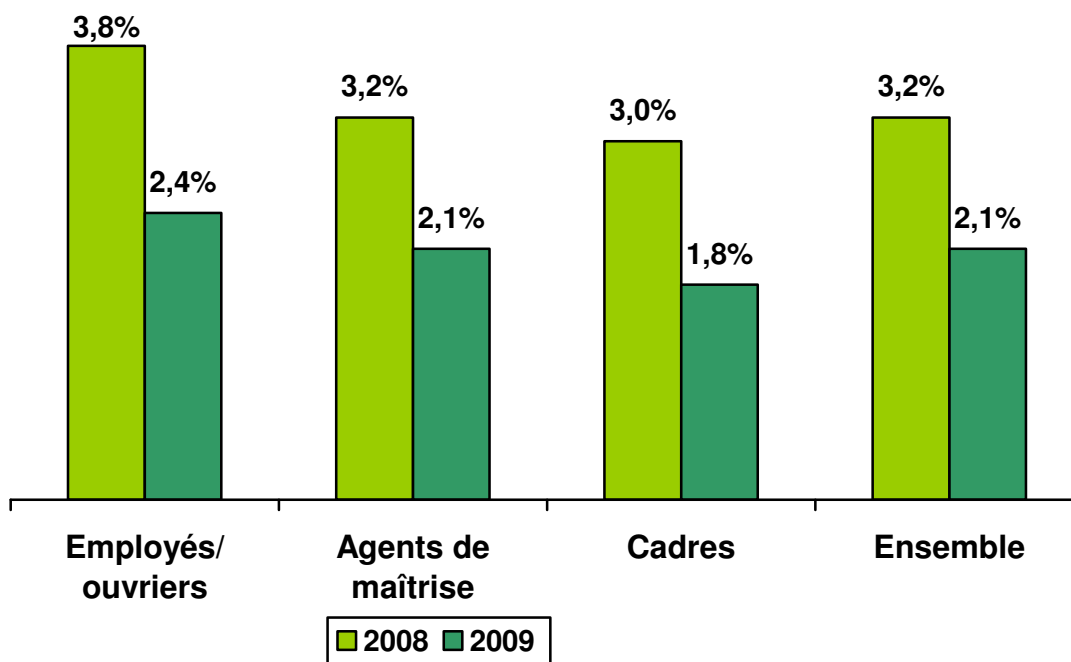
Les hausses de salaires ont été de l'ordre de 2,1% en 2009.

Les cadres sont plus souvent concernés par des augmentations individuelles.

Pourcentage d'augmentation moyen selon le format commercial

	2007	2008	2009
Hypermarchés	2,8 %	3,5%	2,2%
Supermarchés	3 %	3,1%	2%
Maxi- discompteurs	ns	ns	ns
Entrepôts, commerce de gros	ns	ns	ns
Ensemble	3,2%	3,2%	2,1%

Pourcentage d'augmentation moyen selon le statut professionnel



**Salaires annuels bruts⁶
(Hors Maxi-discompteurs)**

	Médiane
Employés administratifs et fonctionnels	22 000
Hôte(sse) de caisse	19 268
Employés Libre service du commerce et magasiniers	19 188
Bouchers	21 700
Ouvriers dont magasiniers	21 750
Managers de rayon	27 570
Cadres administratifs et fonctionnels	32 700
Directeurs de magasin	40 000

Source : Données DADS

Méthode de calcul pour les salaires : Salaire Base brute Sécurité sociale des salariés présents tout l'année 2009, en CDI (hors étudiants) à temps plein.
Le salaire annuel brut inclut toutes les primes.

⁶ Ces salaires annuels bruts incluent toutes les primes contrairement aux autres années. Pour 2009, les données sur les salaires sont issues de l'exploitation des données DADS.

Salaires annuels bruts par format⁷

	Hypermarchés	Supermarchés	Entrepôts, Commerce de gros
Employés administratifs et fonctionnels	23 100	21 100	22 545
Hôte(sse) de caisse	20 600	18 300	-
Employés Libre service du commerce et magasiniers	19 500	19 000	18 800
Bouchers	21 900	20 900	-
Ouvriers dont magasiniers	22 100	20 300	22 000
Managers de rayon	28 500	25 900	30 000
Cadres administratifs et fonctionnels	34 300	38 575	-
Directeurs de magasin	72 300 ⁸	42 579	-

Source : Données DADS

⁷ Les salaires annuels bruts pour les hypermarchés, supermarchés et entrepôts, commerce de gros incluent toutes les primes contrairement aux autres années. Pour 2009, les données sur les salaires sont issues de l'exploitation des données DADS.

⁸ La différence constatée avec les données 2009 est liée à un affinement des données cette année par l'utilisation d'une variable plus détaillée dans les données DADS.

5^{ème} partie : LA FORMATION INITIALE

5.1 Formation initiale requise

Globalement, le diplôme le plus recherché est le CAP/ BEP, notamment pour les postes d'ouvriers professionnels et transformation, pour les vendeurs de produits frais, réceptionnaires et caristes manutentionnaires.

Les métiers d'hôte(sses) de caisse et d'employés commerciaux ne nécessitent pas de diplôme particulier. Une grande majorité des salariés concernés ne possède aucun diplôme. 41% des hôte(sses) de caisse sont recrutés sans diplôme.

Pour les employés administratifs et fonctionnels, le niveau bac à bac+2 est requis. Pour les postes à responsabilités (manager de rayon, directeurs d'établissements, encadrement administratif et fonctionnel), les entreprises recherchent des personnes de niveau bac+2 à bac + 5.

Recrutement par poste : répartition par niveau de formation initiale

Hôtes et hôtesse de caisse

	Sans diplôme	BEP CAP	Baccalauréat	Bac+2	Ensemble
Hypermarchés	41%	33%	24%	2%	100%
Supermarchés	43%	35%	20%	2%	100%
Ensemble	41%	36%	21%	2%	100%

(en % d'entreprises)

Employés commerciaux

	Sans diplôme	BEP CAP	Baccalauréat	Bac+2	Ensemble
Hypermarchés	43%	40%	15%	2%	100%
Supermarchés	39%	42%	17%	2%	100%
Ensemble	37%	41%	18%	4%	100%

(en % d'entreprises)

Vendeurs produits frais

	Sans diplôme	BEP CAP	Baccalauréat	Bac+2	Ensemble
Hypermarchés	25%	54%	20%	1%	100%
Supermarchés	27%	50%	19%	4%	100%
Ensemble	25%	50%	21%	4%	100%

(en % d'entreprises)

Vendeurs techniques⁹

	Sans diplôme	BEP CAP	Baccalauréat	Bac+2	Bac+4 et plus	Ensemble
Hypermarchés	7%	28%	40%	23%	1%	100%

(en % d'entreprises)

⁹ Ce poste ne concerne que les hypermarchés.

OP transformation ou fabrication

	Sans diplôme	BEP CAP	Baccalauréat	Bac+2	Ensemble
Hypermarchés	10%	75%	13%	2%	100%
Supermarchés	4%	78%	14%	3%	100%
Ensemble	8%	76%	14%	2%	100%

(en % d'entreprises)

Préparateurs de commandes

	Sans diplôme	BEP CAP	Baccalauréat	Bac+2	Ensemble
Hypermarchés	31%	47%	19%	3%	100%
Supermarchés	42%	40%	16%	2%	100%
Ensemble	39%	41%	18%	2%	100%

(en % d'entreprises)

Réceptionnaires

	Sans diplôme	BEP CAP	Baccalauréat	Bac+2	Ensemble
Hypermarchés	36%	48%	14%	1%	100%
Supermarchés	47%	40%	11%	1%	100%
Ensemble	42%	43%	14%	1%	100%

(en % d'entreprises)

Caristes manutentionnaires

	Sans diplôme	BEP CAP	Baccalauréat	Bac+2	Ensemble
Hypermarchés	31%	57%	12%	-	100%
Supermarchés	35%	51%	13%	1%	100%
Ensemble	34%	52%	13%	1%	100%

(en % d'entreprises)

Employés administratifs et fonctionnels

	Sans diplôme	BEP CAP	Baccalauréat	Bac+2	Bac+4 et plus	Ensemble
Hypermarchés	2%	19%	45%	33%	-	100%
Supermarchés	2%	12%	48%	37%	1%	100%
Entrepôts, gros	6%	28%	33%	33%	-	100%
Ensemble	2%	16%	45%	36%	1%	100%

(en % d'entreprises)

Managers de rayon

	Sans diplôme	BEP CAP	Baccalauréat	Bac+2	Bac+4 et plus	Ensemble
Hypermarchés	5%	12%	28%	49%	7%	100%
Supermarchés	4%	18%	43%	32%	3%	100%
Ensemble	5%	16%	37%	38%	4%	100%

(en % d'entreprises)

Directeurs (hypermarchés, supermarchés, autres formats)

	Sans diplôme	BEP CAP	Baccalauréat	Bac+2	Bac+4 et plus	Ensemble
Hypermarchés	1%	0%	10%	38%	51%	100%
Supermarchés	3%	5%	14%	43%	35%	100%
Entrepôts, gros	8%	0%	14%	8%	85%	100%
Ensemble	3%	3%	12%	37%	45%	100%

(en % d'entreprises)

Encadrement administratif et fonctionnel

	Sans diplôme	BEP CAP	Baccalauréat	Bac+2	Bac+4 et plus	Ensemble
Hypermarchés	3%	3%	15%	51%	28%	100%
Supermarchés	1%	8%	22%	56%	13%	100%
Entrepôts, gros	5%	5%	9%	43%	38%	100%
Ensemble	2%	5%	17%	53%	23%	100%

(en % d'entreprises)

5.2 L'apprentissage

La branche du commerce à prédominance alimentaire dénombre près de 0,6% d'apprentis fin 2009, soit environ 5 000 apprentis. 65% d'entre eux sont des hommes.

Diplômes	Répartition des apprentis
BTS MUC	20%
Bac pro commerce	10%
CAP Boucher	10%
Licence professionnelle Distech	9%
CAP Boulanger	7%
CAP employés de commerce/ de vente	6%
Autres Bac prof	3%
Autres Licences prof	3%
BTS Technico Commercial	3%
DUT Technique de Commercialisation	2%
CAP Pâtissier	2%
Autres BTS	2%
Ecole supérieur de commerce	2%
MASTER lié au management	2%
Autres Bac prof	2%
Autres MASTER	2%
BP Boucher	1%
BEP Vente action marchande	1%
Autres DUT	1%
BTS NRC	1%
CAP Poissonnier	1%
Bac pro Logistique	1%
BP Boulanger	1%
CAP Fleuriste	1%
BEP Boulanger	1%
BEP Pâtissier	0,5%
CAP Préparateurs en Produits Carnés	0,4%
BEP Boucher	0,4%
Titres	6%

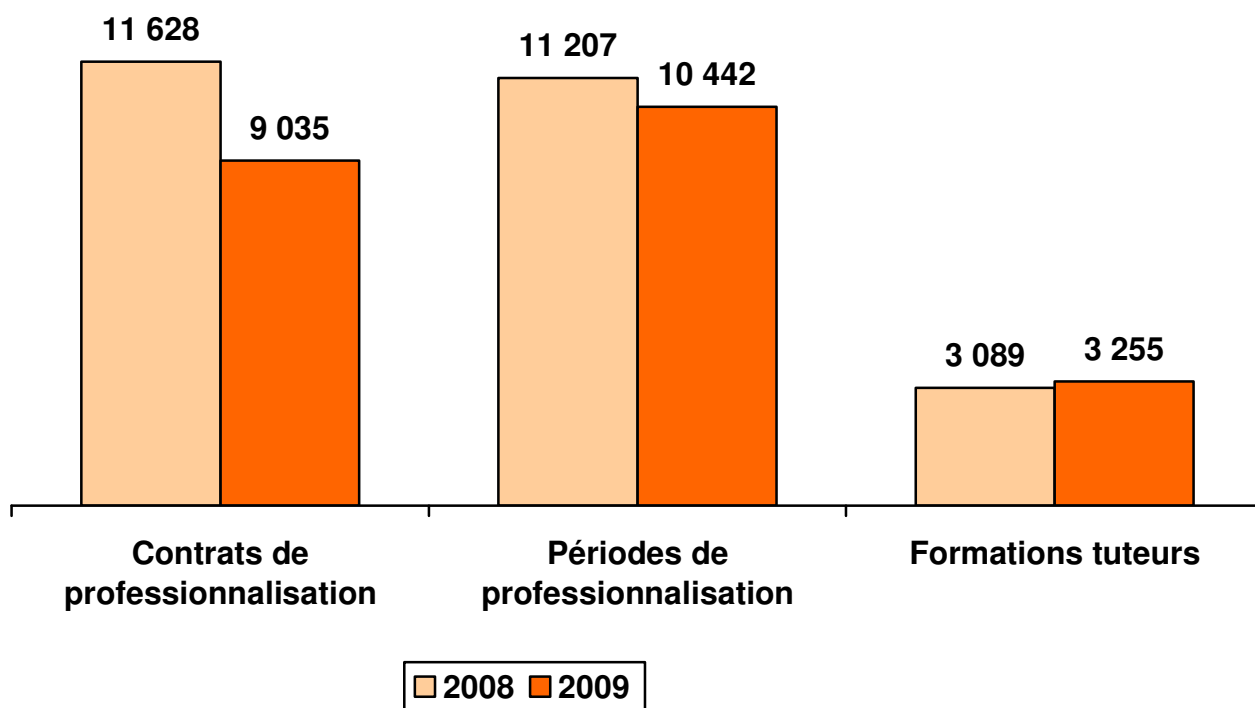
6^{ème} partie : LA FORMATION PROFESSIONNELLE

6.1 Professionnalisation

En 2009, les fonds gérés par le FORCO au titre de la professionnalisation ont permis de financer, au bénéfice des entreprises du commerce à prédominance alimentaire, les actions suivantes :



La Professionnalisation en 2008-2009



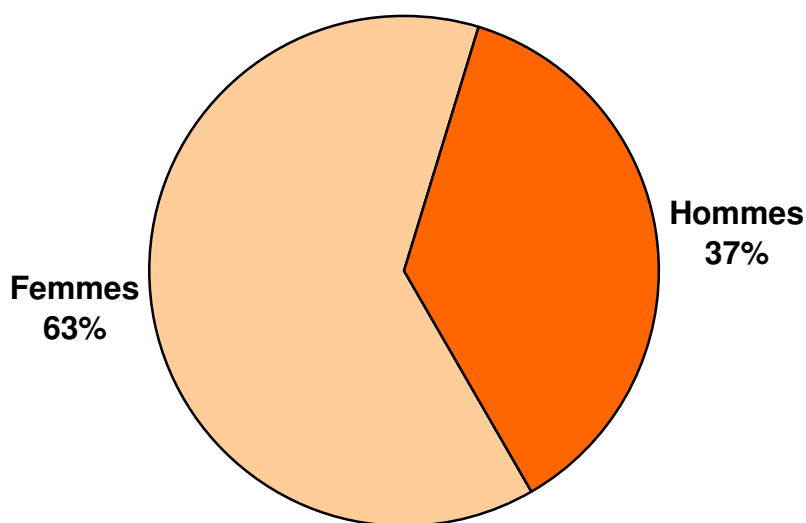
Les Contrats de Professionnalisation

Le contrat de professionnalisation s'adresse aux jeunes de 16 à 25 ans révolus et aux demandeurs d'emploi de 26 ans et plus qui désirent acquérir un diplôme, un titre ou une qualification professionnelle.

Les contrats de professionnalisation sont conclus dans le cadre d'un contrat à durée déterminée pour une durée de 6 à 24 mois ou d'un contrat à durée indéterminée.

Dans la branche, les principaux bénéficiaires des contrats de professionnalisation sont les femmes (63%).

Répartition des bénéficiaires selon le sexe



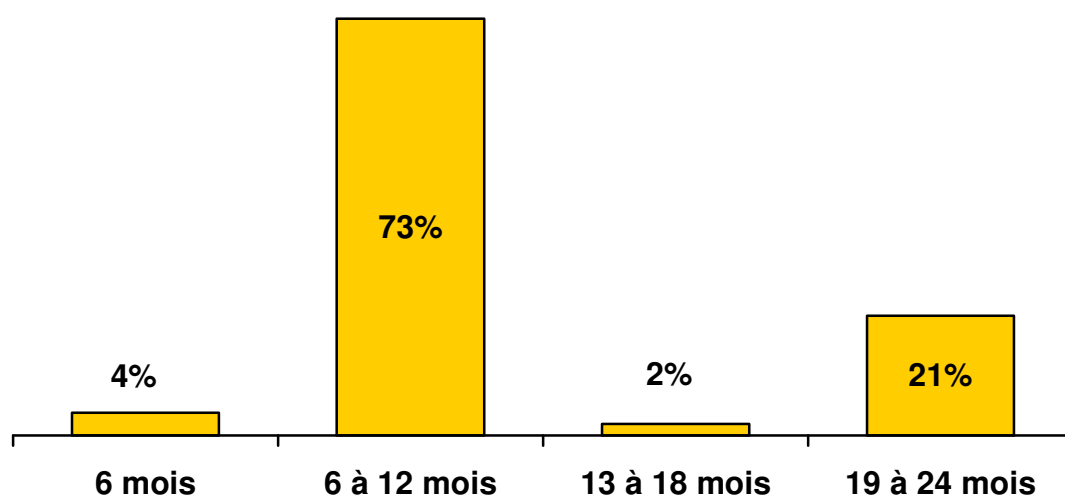
63 % de femmes en CP

85% de moins de 26 ans

Nombre de contrats de professionnalisation selon l'âge et le type de contrat

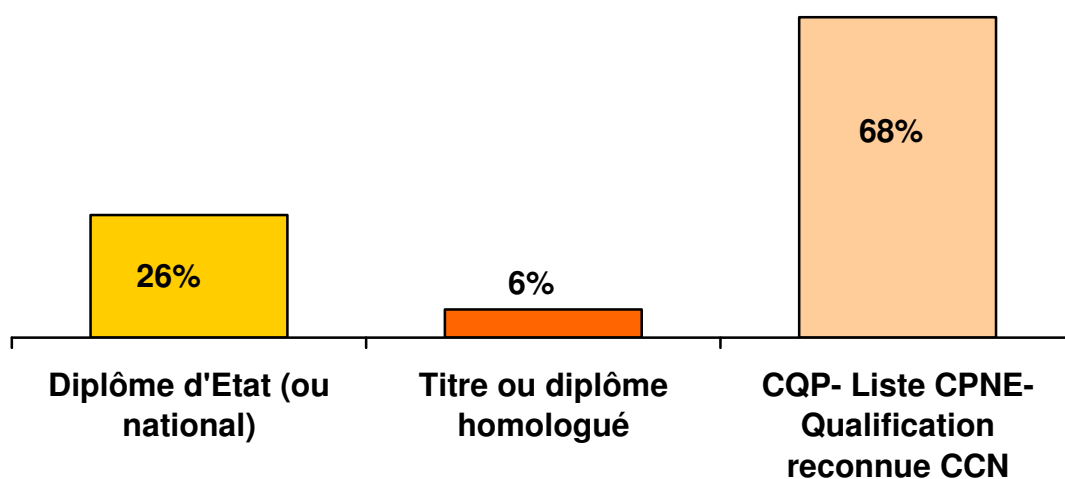
	CDD	CDI	Ensemble
Moins de 18 ans	195	2	197
18 à 20 ans	3 383	78	3 461
21 à 25 ans	3 933	102	4 035
26 à 29 ans	508	8	516
30 ans et plus	810	16	826
Total	8 829	206	9 035

Durée des contrats de professionnalisation



La majorité des contrats de professionnalisation préparés en 2009 visent l'obtention d'un CQP ou d'une qualification reconnue CCN.

Sanctions préparés en contrats de professionnalisation



Les principaux diplômes préparés en contrat de professionnalisation

En 2009, le BTS Management des Unités Commerciales (MUC) demeure le principal diplôme préparé en contrat de professionnalisation au sein de la branche du Commerce à prédominance alimentaire, suivi de loin par le Bac Pro Commerce (15%).

Intitulé de la formation	Nombre de bénéficiaires
BTS MUC	1 319
Bac pro commerce	343
BTS Assistant gestion	123
BTS Négociation relation client	87
Licence pro commerce	33
BEP Vente Action Marchande	26
CAP Boucher	20
BTS Comptabilité et gestion des organisations	17
BTS Transport	14
DUT Technique de commercialisation (TCM)	12
CAP Employé de vente spécialisé	12
CAP Poissonnier	10

Parmi les autres diplômes préparés en contrat de professionnalisation, BTS informatique de gestion, BP Boucher, Bac pro comptabilité, CAP Boulangerie, licence professionnel management, BTS Communication des entreprises.

Les CQP préparés dans le cadre d'un contrat de professionnalisation

712 CQP ont été préparés dans le cadre d'un contrat de professionnalisation au sein de la branche en 2009 (849 en 2008).

Il s'agit essentiellement de CQP Employés de commerce (71%).

Intitulé de la formation	Nombre de bénéficiaires
CQP EMPLOYÉ DE COMMERCE	511
CQP MANAGEUR DE RAYON	126
CQPI AGENT LOGISTIQUE	41
CQP BOUCHER	19
CQP VENDEUR PRODUITS FRAIS TRADITIONNEL	10
CQP VENDEUR	4
CQP APS (Agent de prévention et de sécurité)	1

Répartition géographique des contrats de professionnalisation

La majorité des contrats de professionnalisation ont été conclus en Ile de France (2 081 contrats), dans la région Nord- Pas- De- Calais (956 contrats) et dans la région PACA (772 contrats).

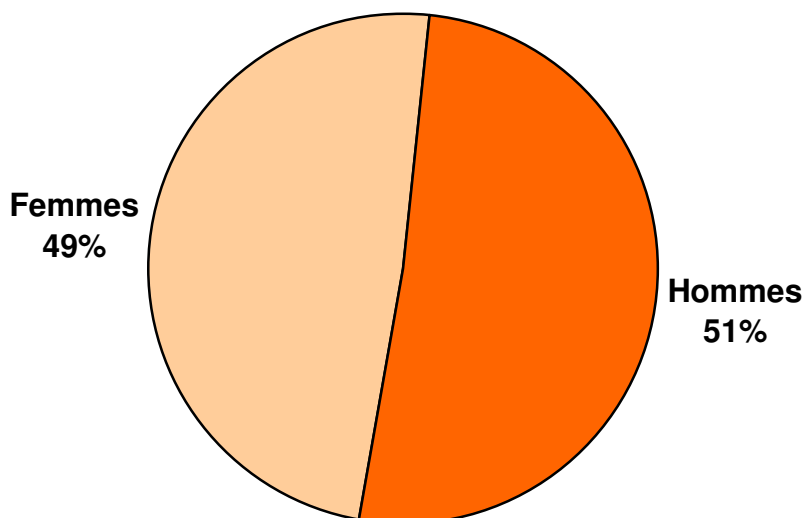
ILE-DE-FRANCE	23%
NORD-PAS-DE-CALAIS	11%
PROVENCE-ALPES-COTE-D'AZUR	9%
RHONE-ALPES	8%
BRETAGNE	7%
PAYS DE LA LOIRE	6%
AQUITAINE	5%
LORRAINE	4%
MIDI-PYRENEES	3%
ALSACE	3%
LANGUEDOC-ROUSSILLON	3%
HAUTE-NORMANDIE	3%
AUVERGNE	2%
CENTRE	2%
POITOU-CHARENTES	2%
BASSE-NORMANDIE	2%
CHAMPAGNE-ARDENNE	2%
BOURGOGNE	2%
PICARDIE	2%
FRANCHE-COMTE	2%
LIMOUSIN	1%

Les Périodes de Professionnalisation

La période de professionnalisation s'adresse aux salariés en CDI dans l'entreprise. Elle a pour but de favoriser le maintien dans l'emploi des salariés par l'acquisition d'une qualification professionnelle ou la participation à une action de formation dont l'objectif de professionnalisation est reconnu par la CPNE de la branche.

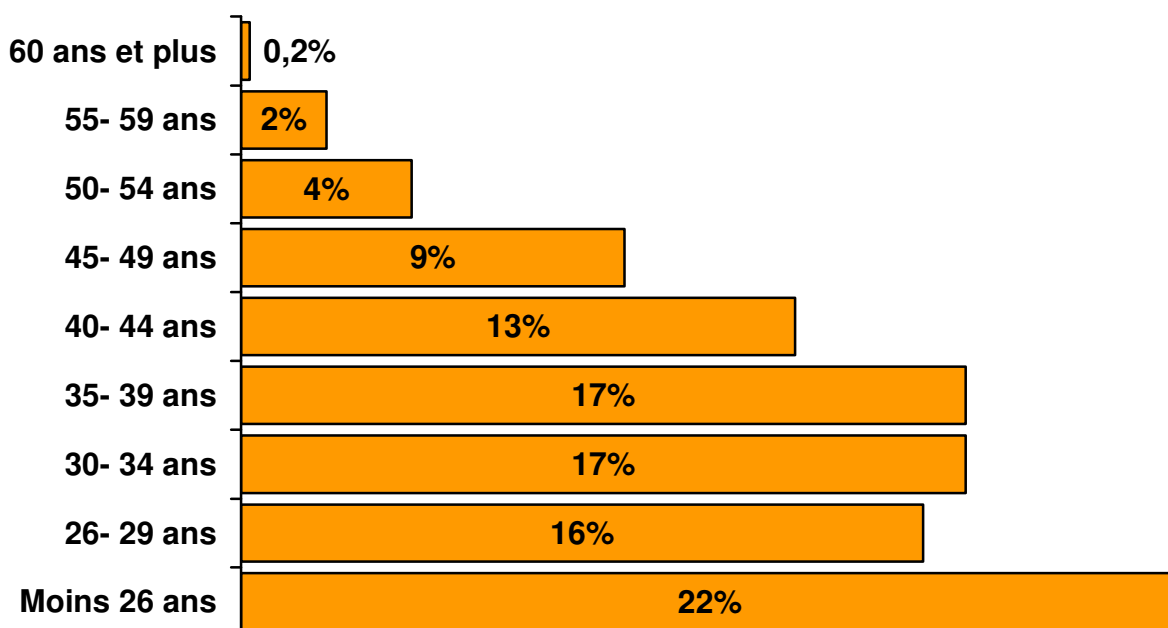
En 2009, 51% des stagiaires ayant bénéficié d'une période de professionnalisation au sein de la branche sont des hommes.

Répartition des bénéficiaires selon le sexe



Les stagiaires ayant bénéficié d'une période de professionnalisation sont relativement jeunes. L'âge moyen est à 33,8 ans.

Répartition des bénéficiaires selon l'âge

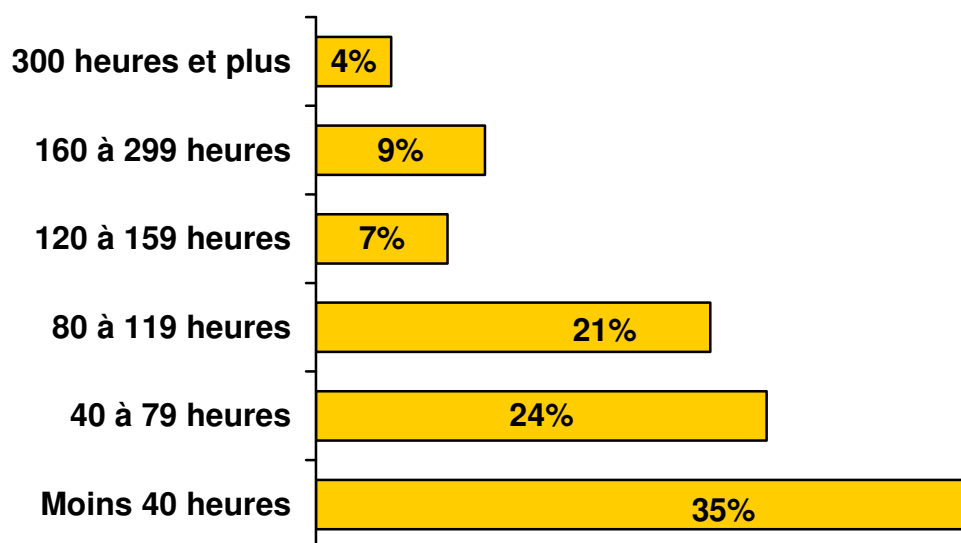


Age moyen des bénéficiaires

	Ouvriers/employés	Agents de maîtrise - Techniciens	Cadres	Total
Femmes	33,2	33,8	35,8	33,5
Hommes	32,2	34,8	37,7	34,0
Total	32,8	34,5	37,1	33,8

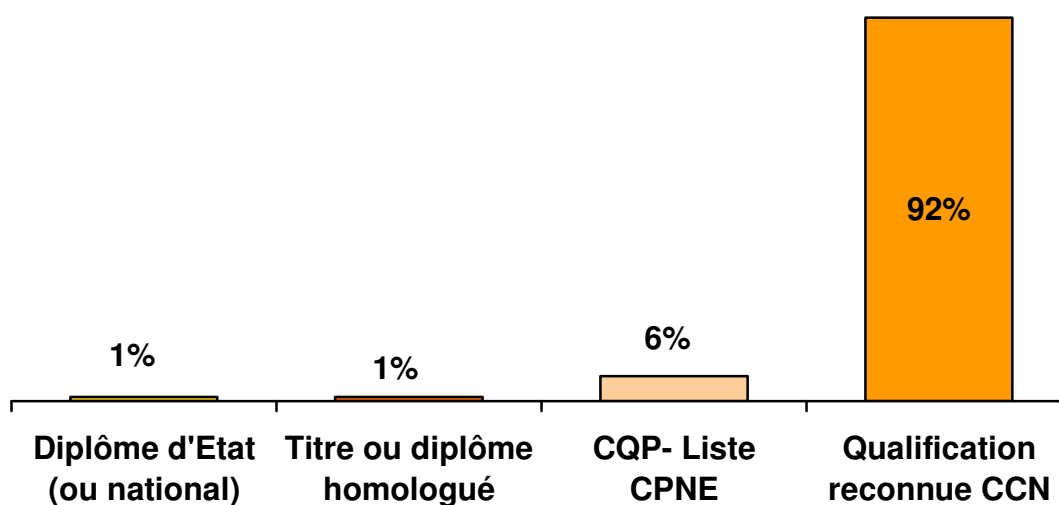
La durée des périodes de professionnalisation

En 2009, les périodes de professionnalisation d'une durée supérieure ou égale à 40 heures représentent 65% de l'ensemble.



Les qualifications préparées en périodes de professionnalisation

La majorité des périodes de professionnalisation vise l'acquisition d'une qualification reconnue par la CCN de la branche, soit 92%.



Les principales qualifications reconnues par la CCN préparées en période de professionnalisation

Employé commercial	2111
Manager, chef/ second de rayon	1989
Hôte(sse) de caisse	382
Directeur de magasin (hypermarchés ou supermarchés)	380
Manager d'unités commerciales	275
Agent administratif	240
Adjoint chef de magasin	35

+272 parcours intégration agents de maîtrise magasin, 171 parcours évolution agent maîtrise magasin.

Les CQP préparés dans le cadre d'une période de professionnalisation

189 CQP ont été préparés dans le cadre d'une période de professionnalisation au sein de la branche en 2009 (893 en 2008).

Ce sont essentiellement des CQP Manager de rayon et CQP Vendeur Produits Frais traditionnel.

CQP MANAGEUR DE RAYON	67
CQP VENDEUR PRODUITS FRAIS TRADITIONNEL	42
CQP EMPLOYE DE COMMERCE	35
CQP BOUCHER	30
CQP AGENT DE PREVENTION SECURITE	8

Répartition géographique des périodes de professionnalisation

La majorité des périodes de professionnalisation a été conclue en Ile de France (3 497 périodes) et dans la région Nord- Pas- De- Calais (1 987 périodes).

ILE-DE-FRANCE	33%
NORD-PAS-DE-CALAIS	19%
RHONE-ALPES	8%
AQUITAINE	7%
MIDI-PYRENEES	5%
LORRAINE	3%
PAYS DE LA LOIRE	3%
BASSE-NORMANDIE	3%
LANGUEDOC-ROUSSILLON	2%
BRETAGNE	2%
ALSACE	2%
PROVENCE-ALPES-COTE-D'AZUR	2%
PICARDIE	2%
CENTRE	2%
HAUTE-NORMANDIE	1%
POITOU-CHARENTES	1%
BOURGOGNE	1%
FRANCHE-COMTE	1%
CHAMPAGNE-ARDENNE	1%
AUVERGNE	0,3%
LIMOUSIN	0,3%

6.2 La formation des salariés au titre du plan de formation

Précautions méthodologiques

La contribution des entreprises de 10 salariés et plus, versée obligatoirement au FORCO, ne concerne que les 10% du 0,9% obligatoire et le reliquat constaté. Le FORCO ne prend donc pas en charge la totalité des formations des salariés de 10 salariés et plus.

Dépenses de formation professionnelle

En 2009, les dépenses au titre de la formation professionnelle se sont élevées à 310 millions d'euros, représentant 2% de la masse salariale brute.

Détail selon les catégories

	Dépenses en millions d'euros	Pourcentage de la masse salariale
Hypermarchés	175	2,8%
Supermarchés	69	1,7%
Maxi-discompteurs	ns	ns
Entrepôts, grossistes	23	1,7%

En 2009, d'après les données du FORCO, la branche du Commerce à prédominance alimentaire dénombre 155 740 stagiaires de la formation professionnelle.

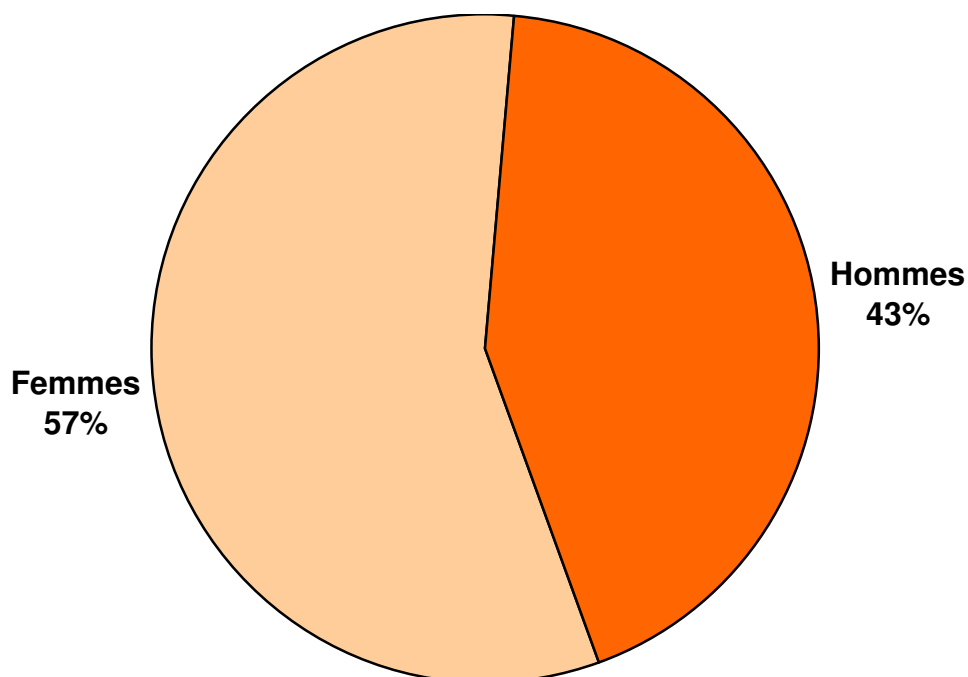
Ces stagiaires ont bénéficié de 2 646 532 heures de formation, soit une durée moyenne de 17 heures de formation.

Les caractéristiques des stagiaires et des formations sont détaillées dans les pages suivantes de ce rapport.

Caractéristiques des stagiaires

57% des bénéficiaires de la formation professionnelle sont des femmes. Cette proportion est moins élevée que la part des femmes au sein de la branche. En effet, 23% des femmes contre 27% des hommes sont partis en formation en 2009.

Répartition des stagiaires selon le sexe

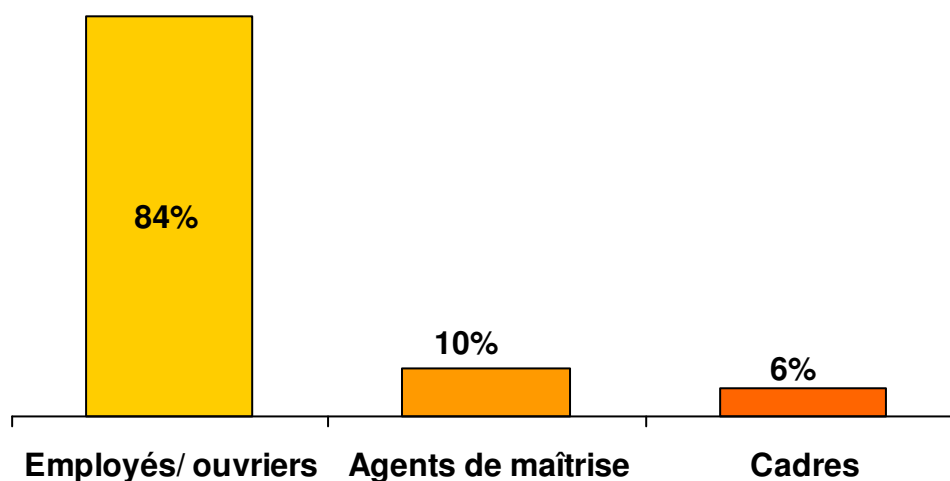


Le nombre d'heures moyen de formation est inférieur pour les femmes, en lien avec la structure des effectifs selon le statut professionnel et le sexe : les femmes sont plus souvent employés-ouvriers et le nombre d'heures moyen de formation pour ce statut est de 16 heures (p.74).

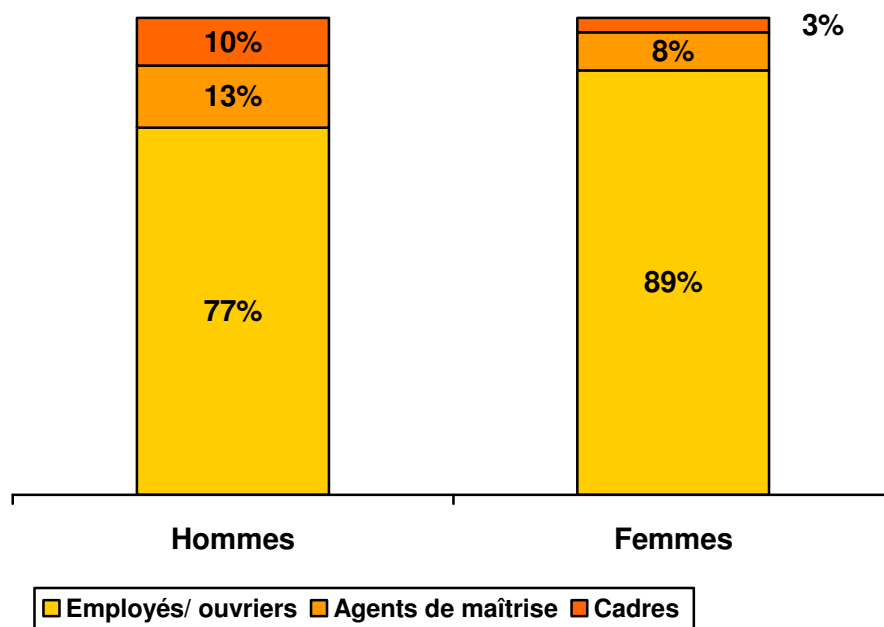
Nombre d'heures moyen de formation hommes	19 heures
Nombre d'heures moyen de formation femmes	16 heures

84% des bénéficiaires de la formation professionnelle sont des employés/ ouvriers. Cette proportion reflète la répartition des salariés de la branche selon le statut professionnel.

Répartition des stagiaires selon le statut professionnel



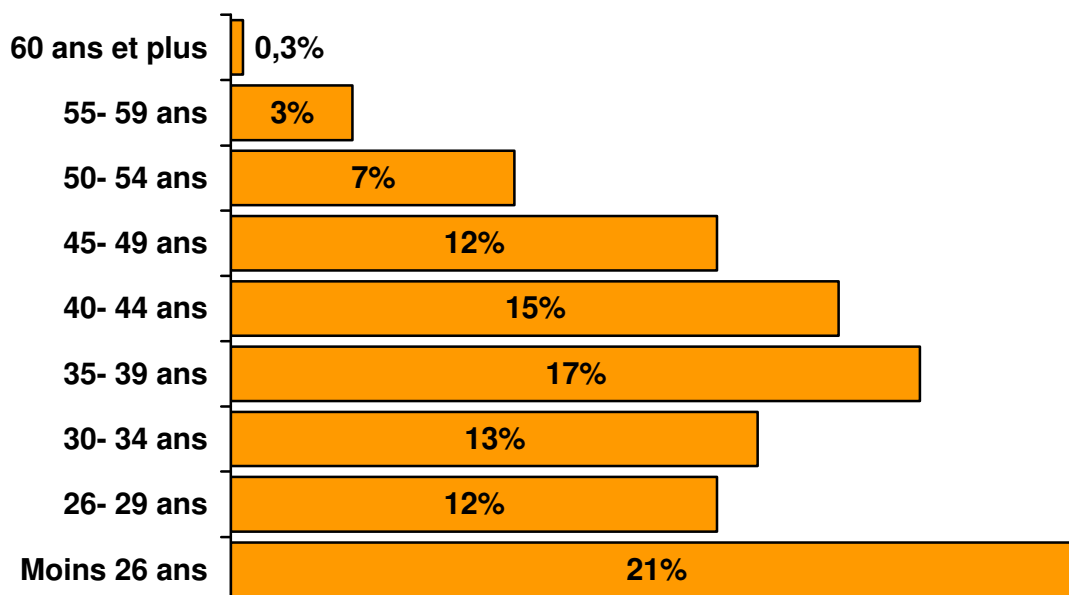
Détail selon le sexe



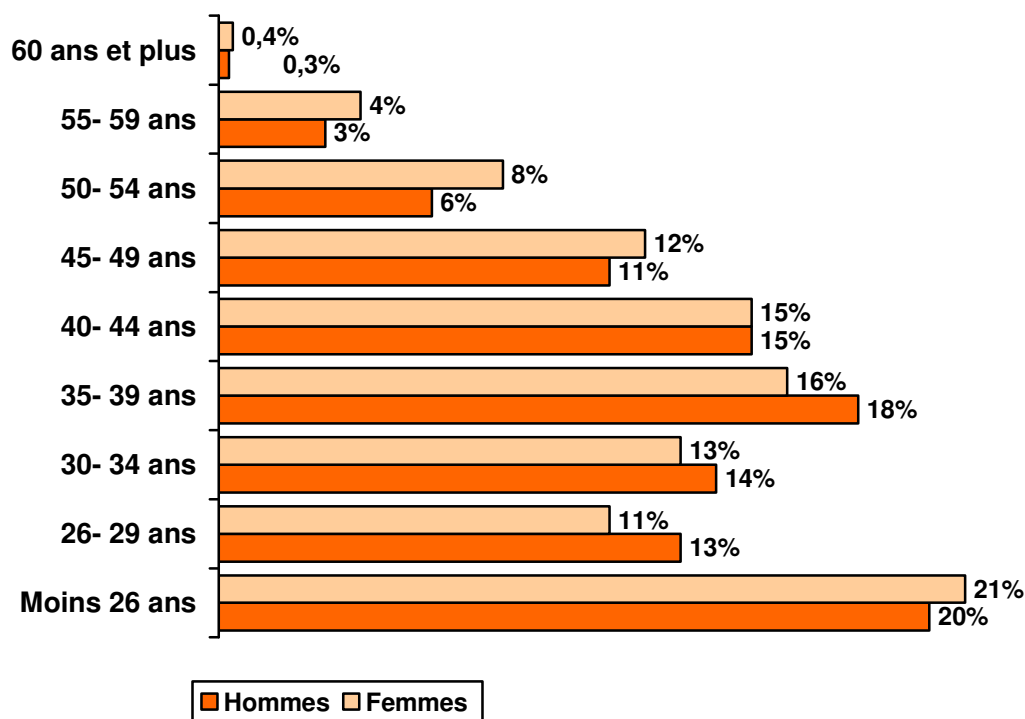
Nombre d'heures moyen de formation Employés/ ouvriers	16 heures
Nombre d'heures moyen de formation Agents de maîtrise	23 heures
Nombre d'heures moyen de formation Cadres	24 heures

L'âge moyen des salariés est relativement jeune (35,8 ans).

Répartition des stagiaires selon l'âge



Age selon le sexe



Age moyen selon le sexe et le statut professionnel

	Ouvriers/employés	Agents de maîtrise - Techniciens	Cadres	Total
Femmes	35,7	38,2	39,4	36,0
Hommes	34,3	37,5	40,6	35,4
Total	35,1	37,8	40,3	35,8

42% des formations concernent la vente, relation clients (formations à la communication commerciale, à l'accueil, à la vente, ...)

Les actions relatives à l'ensemble du domaine de l'hygiène et de la sécurité, des personnes, des biens, des locaux, ainsi que l'entretien et la maintenance des biens et équipements représentent 23% des formations de la branche.

Thèmes de formation

Commerce, vente	42%
Hygiène, sécu, entretien, maintenance	23%
Technique produit	9%
Management	7%
Informatique	5%
Logistique	6%
Administration	3%
Ressources Humaines	3%
Développement personnel	0%
Langues	1%
Ensemble	100%

6.3 Autres dispositifs¹⁰

Le Droit Individuel à la Formation (DIF)

Près de 28 % des salariés de la branche ont utilisé leur Droit Individuel à la Formation en 2009, soit environ 175 000 salariés.

Le nombre moyen d'heures DIF utilisé s'élève à 11 par salarié.

96 % des heures DIF sont utilisées pendant le temps de travail.

Le Congé individuel de formation (CIF)

21% des entreprises répondantes ont déclaré avoir eu des salariés partis en CIF en 2009. 0,74% des salariés de la branche ont bénéficié d'un CIF (environ 4 000 salariés).

Le Bilan de compétences (BC)

5% des entreprises répondantes ont déclaré avoir financé des bilans de compétence pour leurs salariés en 2009.

0,08% des salariés de la branche ont bénéficié d'un bilan de compétence (environ 400 salariés).

La Validation des acquis de l'expérience (VAE)

2% des entreprises répondantes ont déclaré avoir financé des VAE pour leurs salariés en 2009.

0,09% des salariés de la branche ont bénéficié d'une VAE (environ 500 salariés).

¹⁰ Estimation d'après les données d'enquête.

GLOSSAIRE

Age moyen :

Le calcul d'une moyenne sur des données groupées suppose de choisir une valeur unique représentative de chaque classe. Pour une classe bornée on choisit le centre, par exemple 28 ans pour la classe d'âge 26-30 ans. Pour une classe non bornée, par exemple « plus de 55 ans » le choix est plus arbitraire. Dans ce document, la classe « plus de 55 ans » est représentée par la valeur 60 et la classe « moins de 26 ans » est représentée par la valeur 21 ans.

Effectif moyen :

L'effectif moyen est calculé en comptabilisant le nombre mensuel de salariés pour chaque mois (les salariés en temps partiel sont comptés au prorata du nombre d'heures travaillées dans le mois). Sont exclus du calcul de l'effectif, les salariés de moins de 26 ans quelle que soit la nature du contrat de travail et les salariés en congé parental.

Entreprise et établissement :

L'entreprise est une unité économique, juridiquement autonome, organisée pour produire des biens ou des services pour le marché. L'établissement est une unité de production géographiquement individualisée, mais juridiquement dépendante de l'entreprise.

Chiffre d'affaires :

Le chiffre d'affaires mesure le montant global des ventes de marchandises et de production de biens et services, mesuré à leur prix de cession et réalisé au cours d'un exercice.

OPCA (Organisme Paritaire Collecteur Agréé) :

Les Organismes Collecteurs Agréés sont chargés de la collecte et de la gestion des fonds versés par les entreprises pour financer la formation des salariés. Ils accompagnent les entreprises et prennent en charge les actions de formation mises en place dans le cadre du plan de formation, de la professionnalisation.

Stagiaire / salarié formé :

Un même salarié formé plusieurs fois est0 compté plusieurs fois en tant que stagiaire mais une seule fois en tant que salarié formé.