



Glossaire

Chiffre d'affaires :

Le chiffre d'affaires représente le montant des affaires (hors taxes) réalisées par l'entreprise avec les tiers dans l'exercice de son activité professionnelle normale et courante. Il correspond à la somme des ventes de marchandises, de produits fabriqués, des prestations de services et des produits des activités annexes.

Contrat de professionnalisation :

Il 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.

Droit Individuel à la Formation (DIF) :

Il concerne tous les salariés en CDI ayant au moins un an d'ancienneté dans l'entreprise et selon les conditions légales pour les salariés en CDD. Tout salarié à temps plein bénéficie d'un DIF de 21 heures par année. Pour les salariés à temps partiel, ce droit est calculé au prorata temporis, avec la garantie d'une durée minimale de 7 heures.

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.

NAF :

Chaque établissement se voit attribuer un code NAF en fonction de la nature de son activité principale. Ainsi, certains établissements peuvent changer de code NAF en fonction de l'évolution de leurs activités. De nouvelles nomenclatures d'activités françaises, NAF révision 2 (ou « NAF 2008 »), sont entrées en vigueur le 1^{er} janvier 2008. Cette opération s'inscrit dans un processus de révision d'ensemble des nomenclatures d'activités aux niveaux mondial, européen et français. La branche recouvre ainsi les entreprises relevant des codes NAF 526A et 526B qui deviennent respectivement, en « NAF 2008 », 4791A et 4791B.

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 et de la professionnalisation.

Période de professionnalisation :

Elle 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.



Pour contacter les représentants de la profession :

**Secrétariat du comité paritaire de pilotage
de l'observatoire de branche
c/o UCV**

18, avenue de l'Opéra
75001 PARIS
Tél. : 01 40 15 60 71
E-mail : ucv@ucv.com

www.oddivivfr - janvier 2011



Observatoire prospectif du commerce

251, boulevard Pereire
75852 Paris cedex 17
Tél. : 01 55 37 41 51
E-mail : observatoire@forco.org
> www.opcommerce.org
> www.forco.org



Panorama de branche

Grands Magasins et Magasins Multi-Commerces

Grands Magasins et Magasins Populaires (devenu Magasins Multi-Commerces)



Précisions méthodologiques

Le Comité Paritaire de Pilotage de l'Observatoire (CPPO) de la branche a confié à l'Observatoire Prospectif du Commerce la réalisation d'une étude quantitative sur l'emploi et la formation professionnelle respectant au plus près le périmètre de la branche.

Le périmètre retenu est celui des entreprises adhérentes au FORCO – OPCA désigné par la branche – ayant employé au moins un salarié sur l'année de référence et déclarant appliquer la convention collective n°3082 : « Grands Magasins et Magasins Populaires (devenu Magasins Multi-Commerces) ». Ce fichier est mis à jour tous les ans à partir de la collecte du FORCO.

Principales sources statistiques

Observatoire prospectif du commerce - Enquête « Emploi-formation » : enquête réalisée auprès de l'ensemble des entreprises de la branche. Pour l'édition 2010 de cette enquête, la plupart des indicateurs ont été construits à partir des données consolidées des DADS des entreprises. Un questionnaire complémentaire leur a été adressé par courrier.

Représentativité des réponses : 41 des 65 entreprises concernées ont répondu à ce questionnaire. Elles emploient 96 % de l'effectif salarié de la branche.

FORCO : les indicateurs relatifs aux dispositifs de la professionnalisation sont extraits des bases de données du FORCO.

INSEE, La situation du commerce en 2009 – Rapport établi pour la commission des comptes commerciaux de la Nation : c'est à partir de ce document que sont établies les données de cadrage fournies dans la partie positionnement économique de la branche.

Sommaire

Univers des Grands Magasins et Magasins Multi-Commerces

Positionnement économique	04
Les Grands Magasins	05
Les Magasins Multi-Commerces	05
Répartition géographique des points de vente	06

Données sociales

Effectifs salariés	07
Caractéristiques des salariés	07

Formation professionnelle

Données générales	10
Plan de formation	10
Professionalisation	11
Droit individuel à la formation (DIF)	12

Glossaire	13
-----------	----

L'univers des Grands Magasins et Magasins Multi-Commerces

Positionnement économique

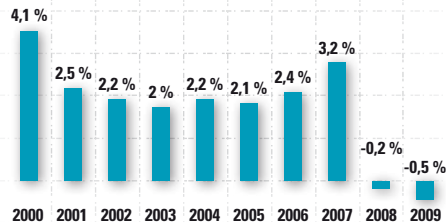
En 2009, dans un contexte de baisse de la consommation commercialisable* des ménages (-1,4 %), les ventes diminuent dans l'ensemble du commerce de détail (-0,5 %).

L'ensemble de la consommation commercialisable représente 540 milliards d'euros.

85% de cette consommation est réalisé dans le commerce de détail soit 457,2 milliards d'euros.

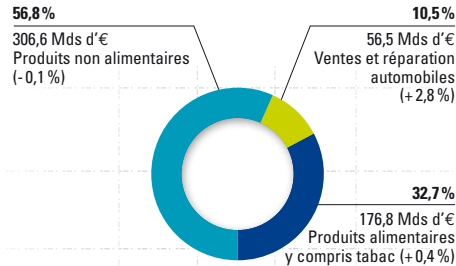
*Consommation passant par le canal des entreprises, ce sont les produits susceptibles d'être vendus aux ménages par le commerce et les activités de réparation associées.

Taux de croissance en volume des ventes dans le commerce de détail et l'artisanat commercial hors pharmacies



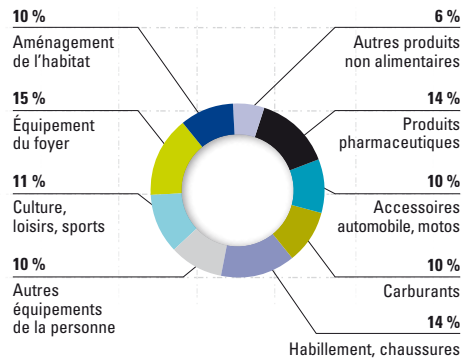
Comptes Commerciaux de la Nation en 2009, INSEE

Répartition des 540 milliards d'euros de consommation commercialisable Évolution : - 0.9 % en 2009



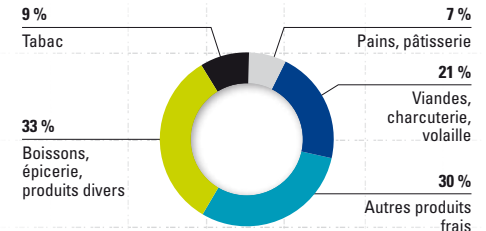
Comptes commerciaux de la Nation en 2009, INSEE

Consommation non alimentaire par famille de produits (306,6 Mds d'euros)



Comptes commerciaux de la Nation en 2009, INSEE

Consommation alimentaire par famille de produits (176,8 Mds d'euros)



Comptes commerciaux de la Nation en 2009, INSEE

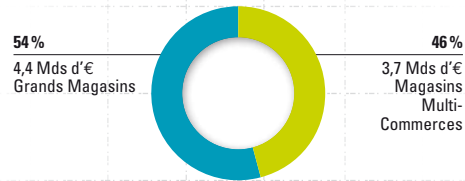
En 2009, les ventes des grandes surfaces à prédominance alimentaire (GSA), dont les Magasins Multi-commerces (ex Magasins Populaires) font partie, ont diminué de 2% en volume. Celles du commerce de détail non alimentaire non spécialisé stagnent. Dans cette catégorie, les ventes des Grands Magasins diminuent de 2,3%.

En 2009, les ventes des Grands Magasins (47.19A) et des magasins non alimentaires non spécialisés représentent 7,1 milliards d'euros soit 1,6% de la totalité des ventes du commerce de détail. Celles des Magasins Multi-Commerces (47.11E) représentent 0,8% soit 3,7 milliards d'euros.



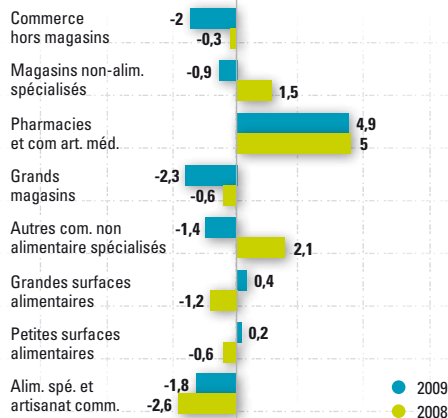
Les Grands Magasins

Répartition du chiffre d'affaires de la branche selon le secteur d'activité (8.1 Mds d'euros)



Enquête « emploi formation » Observatoire prospectif du commerce

Évolution des ventes du commerce de détail en 2008 et 2009 par forme de vente



Comptes commerciaux de la Nation en 2009, INSEE

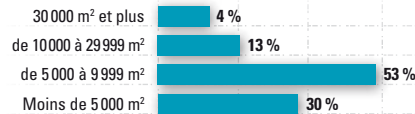
Magasins de détails, disposant d'une surface de vente d'au moins 2 500 m² et réalisant moins d'1/3 de leur chiffre d'affaires en produits alimentaires. Ces entreprises relèvent du code d'activité 47.19A (anciennement 52.1H).

Structure du secteur

	Nbre d'entreprises	Nbre de points de vente
2009	28	130

Enquête « emploi formation » Observatoire prospectif du commerce

Répartition des points de vente selon la surface



Enquête « emploi formation » Observatoire prospectif du commerce

Les Grands Magasins parisiens au 01/09/2009

Enseignes	Surfaces de vente (m ²)
Galleries Lafayette Haussmann	70 000
Printemps Haussmann	47 459
BHV Rivoli	35 532
Bon Marché	32 000

Panorama Trade Dimensions

Les Magasins Multi-Commerces

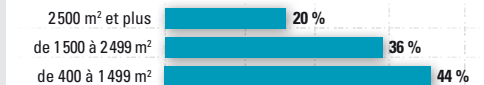
Magasins de détails à rayons multiples, disposant d'une surface de vente identique à celle d'un supermarché (entre 400 et 2 499 m²) et réalisant entre 1/3 et 2/3 de leur chiffre d'affaires en produits alimentaires. Ces entreprises relèvent du code d'activité 47.11E (anciennement 52.1E). Monoprix est l'enseigne majeure de ce secteur.

Structure du secteur

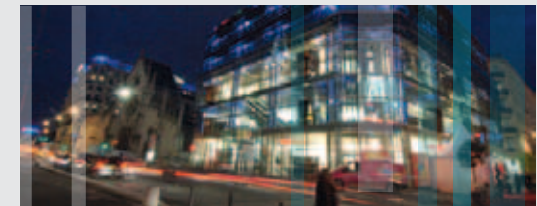
	Nbre d'entreprises	Nbre de points de vente
2009	32	284

Enquête « emploi formation » Observatoire prospectif du commerce

Répartition des points de vente selon la surface



Enquête « emploi formation » Observatoire prospectif du commerce



2009 Repères et tendances

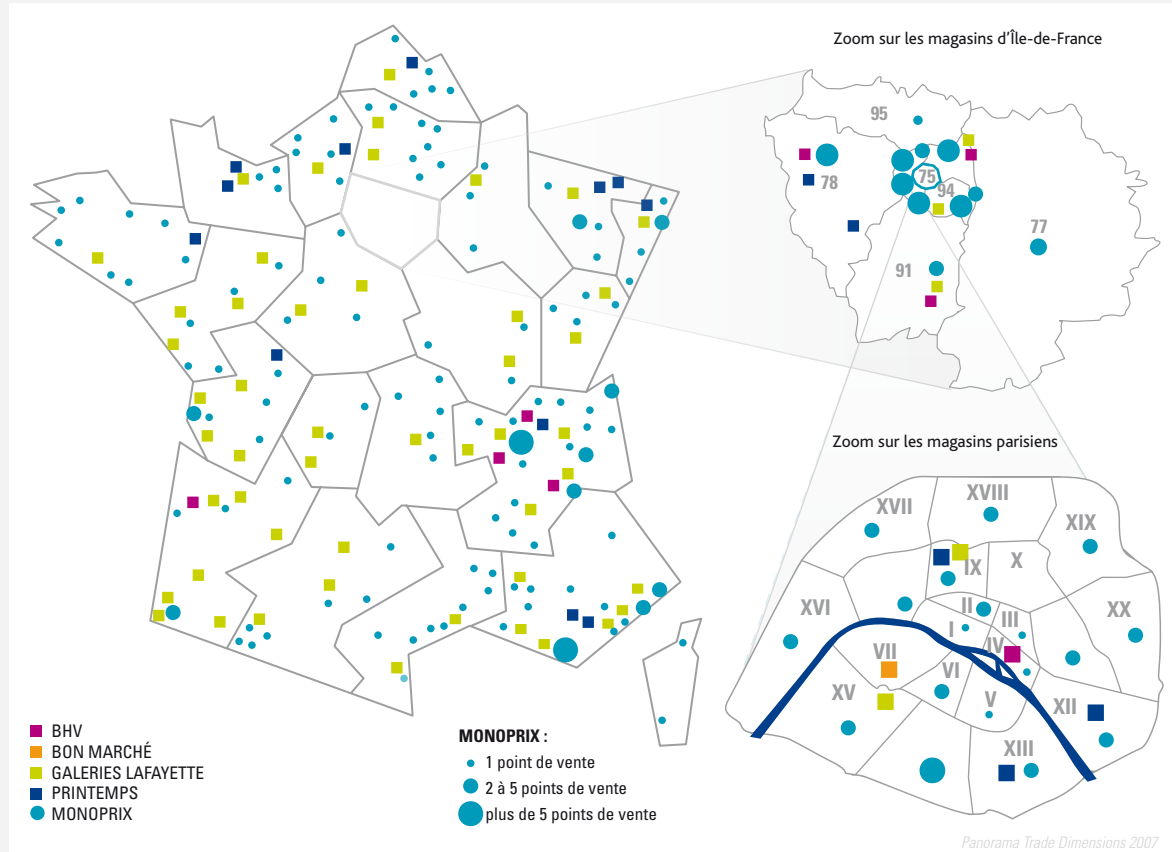
- 414 points de vente
- 8,1 milliards d'euros de chiffre d'affaires



L'univers des Grands Magasins et Magasins Multi-Commerces

Répartition géographique des points de vente

Les cinq grandes enseignes de la branche sont le BHV, le Bon Marché, les Galeries Lafayette, le Printemps et Monoprix. D'implantation résolument urbaine, ces entreprises se situent majoritairement dans les villes de plus de 100 000 habitants pour les Grands Magasins et de plus de 50 000 habitants pour les Magasins Multi-Commerces.



Données sociales

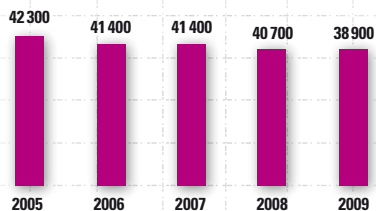
Ces données concernent l'ensemble des salariés au 31/12/2009, hors contrats aidés (contrats d'apprentissage, de professionnalisation et autres contrats aidés).

Effectifs salariés

Au 31 décembre 2009, la branche des Grands Magasins et Magasins Multi-Commerces emploie près de 38 900 salariés (hors alternance et autres contrats aidés), soit une diminution de 4,4 % par rapport à 2008.

Cette évolution globale varie selon le secteur d'activité : dans les Magasins Multi-Commerces, les effectifs salariés diminuent de 3 % entre 2008 et 2009 alors qu'ils diminuent de 6 % dans les Grands Magasins.

Évolution des effectifs salariés



● Nb de salariés au 31/12

Observatoire prospectif du commerce

Répartition selon le secteur d'activité

Pour la première fois fin 2009, le nombre de salariés est plus important dans les Magasins Multi-Commerces.

Effectifs salariés selon le secteur d'activité



Observatoire prospectif du commerce

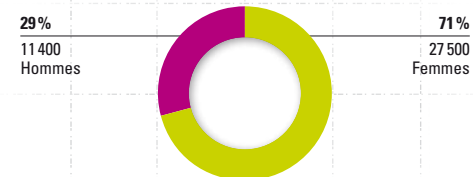


Caractéristiques des salariés

Répartition hommes/femmes

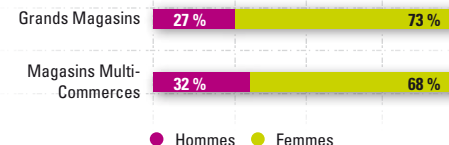
71% des salariés de la branche sont des femmes. Cette proportion varie peu depuis 2005. Les femmes représentent 68% des salariés des Magasins Multi-Commerces et 73% des salariés des Grands Magasins.

Répartition des salariés selon le sexe



Observatoire prospectif du commerce

Répartition des salariés selon le sexe et le secteur d'activité



● Hommes ● Femmes

Observatoire prospectif du commerce

2009 Repères et tendances

- 38 900 salariés (-4,4% par rapport à 2008)
- 881 milliards d'euros de masse salariale (-0,9%)
- 71% de femmes



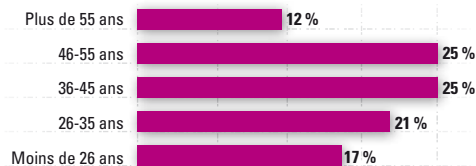
Classes d'âge

L'âge moyen des salariés de la branche s'élève à **39,4 ans**.

La proportion de salariés de 45 ans et plus dans la branche est une caractéristique distinctive de ses effectifs salariés. En 2009, cette proportion atteint 37% contre 23% sur l'ensemble du commerce de détail (source INSEE DADS 2008). Cette caractéristique est plus marquée dans les Grands Magasins (40% de salariés de 45 ans et plus) que dans les Magasins Multi-Commerces (32% de 45 ans et plus).

Avec un âge moyen de 40 ans, les femmes salariées dans la branche sont plus âgées que les hommes.

Répartition des salariés par âge



Observatoire prospectif du commerce

Âge moyen selon le secteur d'activité

	Grands Magasins	Magasins Multi-Commerces
Âge moyen	41 ans	38 ans

Observatoire prospectif du commerce

Âge moyen selon le sexe

	Hommes	Femmes
Âge moyen	38 ans	40 ans

Observatoire prospectif du commerce

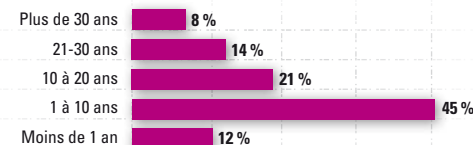
Ancienneté

L'ancienneté moyenne des salariés de la branche est de **11,5 ans**.

45% des salariés de la branche travaillent depuis au moins 10 ans dans la même entreprise.

C'est dans les Grands Magasins et parmi les femmes que l'ancienneté moyenne des salariés est la plus élevée.

Répartition des salariés par ancienneté



Observatoire prospectif du commerce

Ancienneté moyenne selon le secteur d'activité

	Grands Magasins	Magasins Multi-Commerces
Ancienneté moyenne	13 ans	10,3 ans

Observatoire prospectif du commerce

Ancienneté moyenne selon le sexe

	Hommes	Femmes
Ancienneté moyenne	10 ans	12 ans

Observatoire prospectif du commerce



2009 Repères et tendances

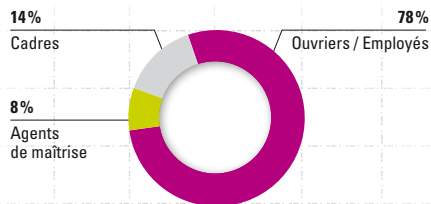
- Âge moyen : **39,4 ans**
- Ancienneté moyenne : **11,5 ans** (stable)

Statut professionnel

78% des salariés de la branche sont employés/ouvriers.

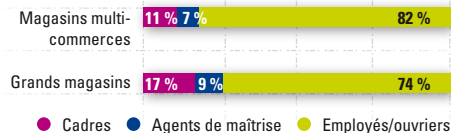
La proportion de cadres parmi les femmes a sensiblement augmenté, passant de 10% en 2007 à 11% en 2009.

Répartition des salariés selon le statut professionnel



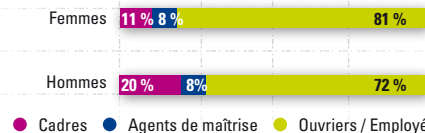
Observatoire prospectif du commerce

Répartition des salariés selon le statut professionnel et le secteur d'activité



Observatoire prospectif du commerce

Répartition des salariés selon le sexe et le statut professionnel



Observatoire prospectif du commerce

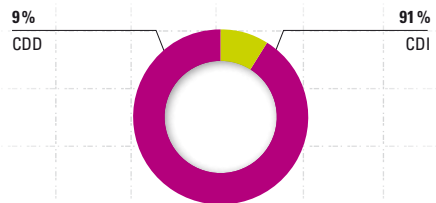
Nature du contrat de travail

Fin 2009, 91% des salariés de la branche sont titulaires d'un contrat à durée indéterminée.

Cette proportion est plus élevée dans les Magasins Multi-Commerces (92%) que dans les Grands Magasins (90%).

En revanche, elle est identique selon le sexe des salariés : 91% des hommes et 91% des femmes occupent un contrat à durée indéterminée.

Répartition des salariés selon la nature du contrat de travail



Observatoire prospectif du commerce

Durée du travail

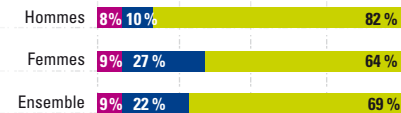
69% des salariés de la branche travaillent à temps plein.

La proportion de temps partiel diminue progressivement depuis 2006 (- 4 points).

Cette diminution concerne davantage les femmes et se retrouve plus particulièrement dans les Magasins Multi-Commerces.

En 2009, 27% des salariés des Grands Magasins et 34% des salariés des Magasins Multi-commerces travaillent moins de 35 heures par semaine.

Durée du travail selon le sexe



- Temps partiel de moins de 21 h/semaine
- Temps partiel de moins de 35 h/semaine
- Temps plein

Observatoire prospectif du commerce

2009 Repères et tendances



● 91% de CDI (+ 2 points par rapport à 2008)

● 69% de temps plein (+ 1 point par rapport à 2008)



Formation professionnelle

Précautions méthodologiques : La partie « plan de formation » présente les actions de formation financées au titre des fonds du plan de formation (plan de formation de l'entreprise et DIF). Les données représentent des salariés formés et non des stagiaires (un stagiaire est compté autant de fois que le salarié a suivi de formations).

Données générales

En 2009, le montant total des dépenses engagées par les entreprises de la branche, au titre de la formation professionnelle, est estimé à : **17 millions d'euros, soit un effort de formation équivalent à 2,1% de la masse salariale brute de la branche.**

43% des salariés de la branche ont bénéficié d'au moins une formation au cours de l'année 2009, soit près de 17 000 salariés formés.

Parmi ces salariés formés, la proportion de femmes a sensiblement augmenté par rapport à 2008, passant de 63 à 65% (pour 35% d'hommes).



Plan de formation

99% des salariés ayant bénéficié d'une formation ont été pris en charge dans le cadre du plan de formation.

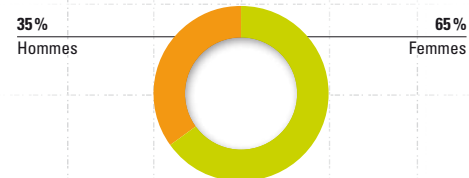
65% des bénéficiaires de ce dispositif sont des femmes, 63% relèvent de la catégorie employés/ouvriers et 40% sont âgés de 45 ans et plus.

43% des formations dispensées ont pour principale thématique la « technique de produit ».

Domaines de formation	% de stagiaires	Parmi les femmes	Parmi les hommes
Technique produit	43%	46%	39%
Hygiène et sécurité	19%	16%	25%
Commerce	15%	17%	11%
Ressources humaines	8%	7%	10%
Administration	5%	5%	5%
Informatique	5%	6%	5%
Autre	3%	3%	5%
Langues étrangères	1%	1%	-
Total	100%	100%	100%

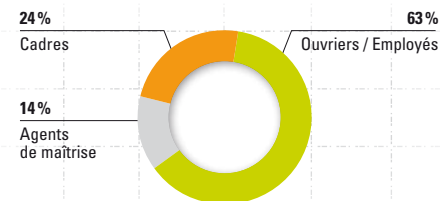
Observatoire prospectif du commerce

Répartition des bénéficiaires par sexe



Observatoire prospectif du commerce

Répartition des bénéficiaires par statut professionnel



Observatoire prospectif du commerce

2009 Repères et tendances

- 17 millions d'euros de dépenses formation, soit 2,1% de la masse salariale brute
- 43% des salariés formés (+ 4 points par rapport à 2008), dont 65% de femmes (+ 2 points par rapport à 2008)

Professionnalisation

En 2009, les fonds gérés par le FORCO au titre de la professionnalisation ont permis de financer, au bénéfice des entreprises de la branche, les actions suivantes :

- 183 contrats de professionnalisation
- 830 stagiaires en période de professionnalisation
- 16 formations tuteurs

À noter en 2008 :

- 180 contrats de professionnalisation
- 623 stagiaires en période de professionnalisation
- 273 formations tuteurs

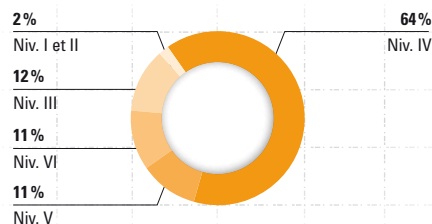


Contrat de professionnalisation

- 183 contrats de professionnalisation
- Essentiellement des CDD (3 CDI)
- 84% visent un diplôme d'État, 16% un titre ou un diplôme homologués
- Les deux tiers sont des titres ou diplômes de niveau IV (Bac)

Les principaux diplômes préparés sont le BTS Management des Unités Commerciales et le Bac Pro Commerce (60% des contrats).

Contrats selon le niveau de l'Éducation nationale



Les caractéristiques des bénéficiaires diffèrent sensiblement de celles de 2008 : 63% sont des femmes (57% en 2008) et 95% sont âgés de moins de 26 ans (88% en 2008).

Période de professionnalisation

Le nombre de bénéficiaires d'une période de professionnalisation a connu une augmentation de 33% entre 2008 et 2009 (623 vs 830). Parallèlement, la durée moyenne de ces formations diminue et passe de 44 à 40 heures.

Les caractéristiques des stagiaires sont les suivantes :

- 82% sont des femmes
- 61% ont un statut d'employé/ouvrier, 23% celui d'agent de maîtrise et 16% celui de cadre
- 34% sont âgés de 45 ans et plus

La CPNEFP des Grands Magasins et Magasins Multi-Commerces a défini des parcours par grande famille de métiers de professionnalisation dans lesquelles s'inscrivent les modules de formation.

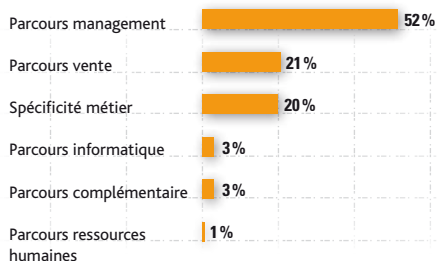
En 2009, la moitié des stagiaires a consacré la majeure partie de sa formation à une action relevant du parcours management.

2009 Repères et tendances

- 183 contrats de professionnalisation, dont 84% de diplôme d'État
- Augmentation de 33% des stagiaires en période de professionnalisation entre 2008 et 2009



Stagiaires selon l'action dominante de leur période



FORCO

Formation de tuteur

16 formations de tuteurs ont été dispensées en 2009 (273 en 2008). Leur durée moyenne s'établit à 13 heures.

Parmi les salariés ayant bénéficié de ces formations :

- 69% sont des femmes
- 31% relèvent de la catégorie des employés/ouvriers
- 88% ont entre 26 et 35 ans

Droit individuel à la formation (DIF)

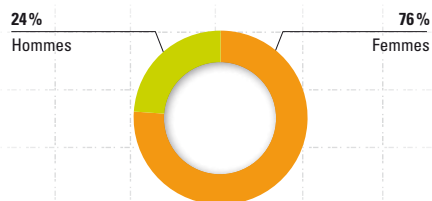
Tout salarié à temps plein bénéficie d'un DIF de 21 heures par année.

En 2009, près de 611 salariés (environ 1,6% des effectifs) des Grands Magasins et Magasins Multi-Commerces ont consommé des heures au titre du droit individuel à la formation.

76% des salariés ayant utilisés le DIF en 2009 sont des femmes. La durée moyenne des heures consommées au titre de ce dispositif est de 18,4 heures par salarié, soit un total de 11 250 heures.

Parmi les 611 salariés ayant consommés des heures au titre du DIF, 357 (58%) ont été pris en charge par le FORCO au titre de la professionnalisation (DIF prioritaire).

Répartition par sexe



Observatoire prospectif du commerce

2009 Repères et tendances

- En 2009, 1,6% des salariés ont consommé en moyenne 18,4 heures de formation au titre du DIF

