

LE COMMERCE EN HAUTS-DE-FRANCE



Portrait de Région

2018

LE COMMERCE SUR LE TERRITOIRE

La région se caractérise par :

- **une population jeune** avec une proportion de moins de 25 ans élevée et une attractivité étudiante,
- la présence sur le territoire du **seul pôle de compétitivité lié au commerce** en France (PICOM),
- l'espace littoral impliquant :
 - **des exportations** représentant **10,7 %** des exportations françaises,
 - une **activité touristique** sur la façade ouest et des activités industrielles et portuaires sur la façade nord,
- **le regroupement de décisions et centrales d'achats** d'un grand nombre d'enseignes historiques (commerce à prédominance alimentaire, bricolage, commerces de détail non alimentaires, commerce succursaliste de l'habillement, commerce à distance), de dimension internationale pour certaines.

LES PRINCIPALES DYNAMIQUES EMPLOI FORMATION

PARTENARIAT RÉGIONAL FORCO/ APEC

Partenaire du Forco : APEC Hauts-de-France.

Périmètre : toutes les branches adhérentes au Forco.

Objectifs :

- articulation de notre offre de services Forco avec celle de l'APEC,
- appui au recrutement : « Matinales RH » dans les centres APEC et « ateliers pratiques RH »,
- synergie autour du CEP, du CPF et de l'entretien professionnel,
- égalité professionnelle : Diagnostic « Objectif Égalité Femme/Homme » sur une journée,
- sécurisation des parcours professionnels et coopération dans le cadre du CEP et CPF,
- opérations spécifiques dans les territoires.

LES CHIFFRES CLÉS

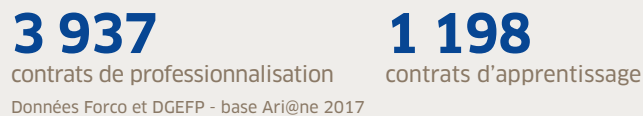


78 % des établissements ont **moins de 10 salariés**.

22 % relèvent de la branche du **commerce à prédominance alimentaire** en Hauts-de-France.



L'ALTERNANCE



INNOV'PME : UNE DÉMARCHE ET DES SOLUTIONS SUR MESURE, SE DÉVELOPPER ET SE RÉINVENTER

Partenaires du Forco : SILAB / ADIX.

Périmètre : toutes les branches adhérentes au Forco.

Objectifs :

- proposer aux entreprises une démarche d'analyse et de solutions sur mesure pour se développer, se réinventer et rester un acteur incontournable dans son secteur,
- thématiques proposées : « L'esthétisation du point de vente », « Marquer sa différence face à la concurrence », « Optimiser son service client », « Collecter des données clients », « Aménager les espaces en fonction du type de fréquentation ».

DONNÉES INTER-BRANCHES COMMERCE ET DISTRIBUTION

LES BRANCHES COMMERCE ET DISTRIBUTION

- Bricolage
- Commerce à distance
- Commerce à prédominance alimentaire (détail et gros)
- Commerce de détail de l'horlogerie-bijouterie
- Commerce des articles de sport et équipements de loisirs
- Commerce succursaliste de la chaussure
- Commerce succursaliste de l'habillement
- Commerces de détail non alimentaires
- Grands magasins et Magasins populaires
- Horlogerie commerce de gros
- Import-Export
- Optique-lunetterie de détail
- Professions de la photographie.

LES ATOUTS DU SECTEUR COMMERCE

Un secteur **jeune et intégrateur** sur le marché du travail. Le commerce est un secteur d'insertion et de réinsertion, porte d'entrée vers l'emploi, puisque **1 jeune sur 4 commence à travailler dans le commerce**, et **1/4** des salariés du commerce n'a aucun diplôme.

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

DÉLÉGATION HAUTS-DE-FRANCE

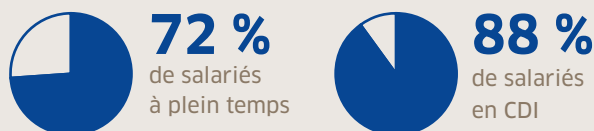
Les Rives de la Marque
157 bis avenue de la Marne - CS86020
59706 Marcq-en-Baroeul cedex
Tél. : 03 28 32 86 10
hautsdefrance@forco.org

LES SALARIÉS DU COMMERCE



Près de 8 salariés sur 10 sont employés-ouvriers.

Un secteur jeune et dynamique avec **45 % de salariés de moins de 35 ans.**



Les employés-commerciaux, les vendeurs, les hôtes de caisse représentent plus de la moitié des effectifs.

LES TENDANCES D'ÉVOLUTION

- **La montée en puissance du numérique** avec le développement des smartphones et des objets connectés. Le commerce connecté bouleverse les organisations : **la digitalisation des points de vente** engendre de nouvelles tâches, mais aussi de nouveaux métiers, et donc de nouvelles compétences,
- **Le multicanal**, qui conduit les acteurs du commerce de détail et de la distribution à adapter les magasins aux nouveaux comportements des clients, passant d'un format à l'autre, de l'achat en ligne à l'achat traditionnel, où chaque objet connecté joue un rôle,
- **Le shopping collaboratif** : le contexte économique incite à consommer différemment et favorise l'économie circulaire. Crowdfunding, co-voiturage, dépôt-vente, etc....