



ETUDE SUR L'ÉVOLUTION DES MÉTIERS ET ANALYSE DES BESOINS EN COMPÉTENCES Branche des Commerces de détail non alimentaires (CDNA)

CONTEXTE DE L'ÉTUDE

Les Commerces de détail non alimentaires (CDNA) évoluent sous l'effet combiné de l'évolution des comportements de consommation, de la digitalisation des parcours d'achat, de la montée des exigences de service, et de l'intégration progressive des enjeux environnementaux et réglementaires. Les consommateurs sont aujourd'hui plus informés, plus comparateurs, plus exigeants sur la qualité de service, la disponibilité et la rapidité, plus attentifs à la durabilité, à la réparabilité et à la seconde vie des produits et plus hybrides dans leurs parcours d'achat en ligne ou en magasin.

Dans ce contexte, **le magasin physique ne disparaît pas : il se repositionne**. Sa valeur ajoutée repose de plus en plus sur le **conseil, la relation humaine, la réassurance, la qualité de l'expérience et les services associés**.

Ces évolutions se traduisent par une **complexification des organisations** : multiplication des flux, articulation entre vente et logistique, montée de la circularité, exigences accrues de traçabilité et de conformité.

Dans un tissu économique composé majoritairement de TPE et PME, ces transformations sont souvent absorbées sans création de postes dédiés, renforçant la polyvalence, la densification du travail et la nécessité d'une montée en compétences structurée.

LES ENJEUX

RÉPONDRE À DES CONSUMMATEURS PLUS EXIGEANTS ET AUTONOMES

Le rôle du commerce physique évolue vers la sécurisation de la décision, la pédagogie, la personnalisation et la valeur d'usage.

RENDRE SOUTENABLE LA DENSIFICATION DES RÔLES

La polyvalence nécessite une organisation clarifiée, un management de proximité outillé et une professionnalisation des compétences hybrides.

STRUCTURER LES COMPÉTENCES LIÉES À LA CIRCULARITÉ ET À LA CONFORMITÉ

La circularité devient un enjeu opérationnel et un levier de différenciation.

RENFORCER L'ATTRACTIVITÉ ET LA RECONNAISSANCE DES MÉTIERS

Besoin de parcours lisibles, de reconnaissance des compétences et de valorisation des savoir-faire.

TRANSFORMATIONS CLÉS DE LA BRANCHE DES COMMERCE DE DETAIL NON ALIMENTAIRES (CDNA)

HYBRIDATION DES PARCOURS D'ACHAT

Les consommateurs combinent recherche en ligne, comparaison, puis passage en magasin.

→ Le point de vente devient un lieu de conseil, d'essai, de réassurance et de service, plus qu'un simple lieu d'information produit.

MONTÉE DES ATTENTES DE SERVICE

Livraison, retrait rapide, retours simplifiés, SAV efficace.

→ Le service devient un facteur décisif de choix et de fidélisation.

DÉVELOPPEMENT DE LA CONSOMMATION RESPONSABLE

Attente de produits durables, réparables, réutilisables.

→ Intégration progressive de la reprise, du reconditionnement et de la seconde vie.

INTENSIFICATION DES FLUX OMNICAUX

Click & collect, e-réservations, retours croisés.

→ Les équipes gèrent simultanément flux physiques et digitaux.

RENFORCEMENT DES EXIGENCES RÉGLEMENTAIRES

Traçabilité, information consommateur, conformité environnementale.

→ Adaptation des processus, outils et pratiques commerciales.

MÉTHODOLOGIE

L'étude repose sur une approche croisée combinant :



Analyse documentaire
sectorielle et réglementaire



Enquête par questionnaire auprès
des consommateurs, des
entreprises et des salariés



Entretiens qualitatifs avec
des entreprises et acteurs
clés



Analyse des activités et
compétences par métier



Identification des évolutions
et besoins en formation



Elaboration de recommandations
stratégiques

Cette méthodologie permet de relier évolution des attentes clients, transformations sectorielles, impacts métiers et leviers emploi-formation.

IMPACTS SUR LES MÉTIERS ET COMPÉTENCES

VENDEUR CONSEIL

- ➔ Évolution vers un conseiller expert capable de rassurer un client informé.
- **Compétences clés** : pédagogie, valorisation de la durabilité et des services (SAV, reprise), gestion des parcours omnicanaux.

VENDEUR PRINCIPAL / CHEF DE RAYON

- ➔ Rôle renforcé de référent et coordinateur d'activités.
- **Compétences clés** : coordination entre flux et vente, gestion de situations clients complexes, appui aux équipes.

RESPONSABLE ET ADJOINT DE MAGASIN

- ➔ Passage à un rôle de pilote d'une organisation plus dense et hybride.
- **Compétences clés** : pilotage transversal (vente, flux, digital), organisation de la polyvalence, management de proximité, intégration de la RSE.

MÉTIERS LOGISTIQUES ET DE FLUX

- ➔ De la logistique interne à une logistique directement liée à l'expérience client.
- **Compétences clés** : gestion des flux omnicanaux, traitement des retours, traçabilité, usage d'outils numériques.

TECHNICIENS/REPARATEURS

- ➔ Montée en puissance des activités liées à la seconde vie des produits.
- **Compétences clés** : diagnostic, réparation, reconditionnement, pédagogie client, intégration des enjeux de durabilité.

TENDANCES COMMUNES

- ➔ Plus de relation client
- ➔ Plus de services et durabilité
- ➔ Plus de digital opérationnel
- ➔ Plus de coordination et de polyvalence

BESOINS EN FORMATION ET DISPOSITIFS MOBILISABLES

La formation devient un levier pour adapter les métiers aux nouvelles attentes clients.

BESOINS PRIORITAIRES

- Posture de **vendeur-conseil face à un client informé**
- Argumentation sur la **valeur d'usage et la durabilité**
- Organisation des **flux omnicanaux**
- Gestion des **retours et de la circularité**
- Maîtrise des **outils digitaux en magasin**
- Compétences de **management de proximité**
- Intégration de la **RSE dans les pratiques métier**

Formats adaptés aux TPE/PME

- Modules courts, directement applicables
- Formation en situation de travail
- Parcours transversaux vente + digital + service
- Mutualisation inter-entreprises

LEVIERS ET RECOMMANDATION STRATÉGIQUES

1

POSITIONNER LE MAGASIN COMME LIEU CENTRAL DU CONSEIL ET DE LA RELATION

Former à la posture conseil, valoriser l'expertise produit, outiller le discours client.

2

PROFESSIONNALISER DES COMPÉTENCES HYBRIDES

Croiser relation client, technique, digital et organisation du travail.

3

SOUTENIR LES TPE/PME PAR LA MUTUALISATION

Parcours partagés, ressources pédagogiques communes, formations territorialisées.

4

FAIRE DE LA RSE UN PILIER MÉTIER

Intégrer durabilité, traçabilité et conformité dans les pratiques quotidiennes.

CE QU'IL FAUT RETENIR

La branche des CDNA connaît une recomposition progressive et durable :

- Les comportements de consommation évoluent et les organisations doivent continuer de s'adapter
- Le magasin reste central, mais sa valeur repose sur le service et le conseil
- Les métiers se complexifient et deviennent plus hybrides
- La polyvalence doit être structurée et accompagnée
- La circularité devient une réalité opérationnelle
- La formation est un levier stratégique de compétitivité

OPPORTUNITÉS À SAISIR

Ces transformations offrent des perspectives positives pour la branche :

