



carif • oref  
Ile de La Réunion



CINOR • Saint-Denis • Sainte-Marie • Sainte-Suzanne

## COMMERCE - ZONE D'EMPLOI NORD ENJEUX ET PERSPECTIVES





# AVANT-PROPOS

Ce document étant le fruit d'un travail collectif et partagé, le CARIF-OREF, Pôle Emploi Réunion et la Maison de l'Emploi du Nord tiennent particulièrement à remercier la Direction des Entreprises, de la Concurrence, de la Consommation, du Travail et de l'Emploi, le Conseil Régional, la Communauté Intercommunale du Nord de La Réunion, la Mission Locale Nord, le PLIE intercommunal du Nord, les entreprises et l'ensemble des partenaires ayant contribué à sa réalisation.

Les notes enjeux et perspectives s'inscrivent dans une démarche régionale. Le CARIF-OREF, Pôle Emploi et les partenaires territoriaux ont conduit ces travaux d'anticipation sur chacune des microrégions de La Réunion en tenant compte des spécificités relatives à chacun de ces territoires.

## SOMMAIRE

<b>INTRODUCTION</b>	5
<b>INDICATEURS CLÉS DE L'EMPLOI SALARIÉ PRIVÉ DANS LE NORD</b>	5
Les entreprises	5
L'emploi salarié	6
Le marché du travail	9
Synthèse statistique	10
<b>SYNTHÈSE DES ATELIERS D'ÉCHANGE</b>	11
<b>LES FACTEURS CLÉS À ANTICIPER DANS L'ÉVOLUTION DU SECTEUR</b>	12
Grande distribution	12
Import	13
Commerce proximité	14
E-commerce	16
<b>LES PISTES D' ACTIONS</b>	18
Grande distribution	18
Import export	18
Commerce proximité	18
E Commerce	18
<b>SOURCES</b>	19



# INTRODUCTION

Les notes prospectives s'inscrivent dans le cadre des missions d'anticipation de l'activité, de l'emploi et de la formation. Ces missions étant partagées par le CARIF OREF, Pôle Emploi et la Maison de l'Emploi du Nord, un partenariat a donc été mis en place entre ces trois structures pour conduire ces travaux d'anticipation sur la zone d'emploi nord.

Cette démarche de prospective sectorielle et territoriale s'organise en deux temps :

1. Dans un premier temps, des ateliers d'échanges avec les partenaires institutionnels de l'emploi et de la formation permettent le croisement des indicateurs statistiques et des éléments d'anticipation collectés avec les connaissances empiriques des partenaires pour dégager les perspectives d'évolution des principaux secteurs d'activité et pour sélectionner trois secteurs sur lesquels préciser l'approche prospective dans le Nord.

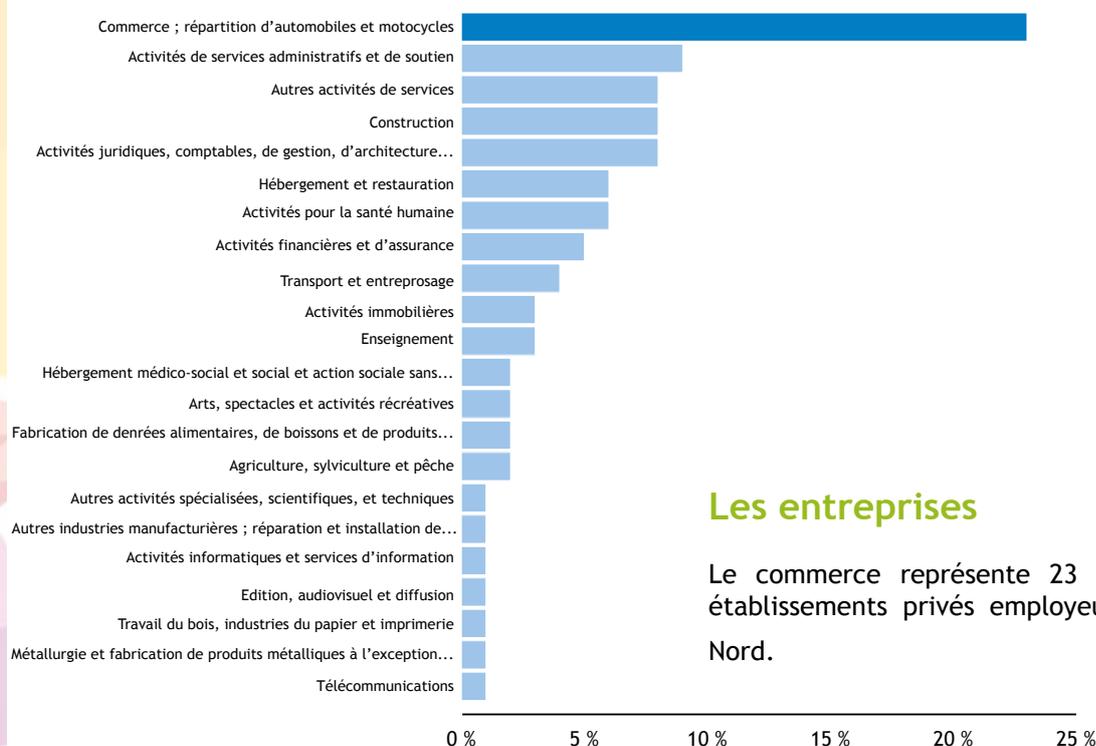
2. Dans un second temps, des entretiens avec les professionnels des secteurs sélectionnés apportent l'analyse qualitative indispensable à cette étude.

A l'issue des ateliers d'échange, les trois secteurs sélectionnés sont :

- Le nettoyage
- La sécurité
- Le commerce

La présente note synthétise les indicateurs de diagnostic produits et les éléments prospectifs capitalisés lors de cette démarche consacrée au secteur du commerce : observatoires prospectifs, rencontres professionnelles et institutionnelles.

## INDICATEURS CLÉS DE L'EMPLOI SALARIÉ PRIVÉ DANS LE NORD



### Les entreprises

Le commerce représente 23 % des établissements privés employeurs du Nord.

FIGURE 0 - Part des établissements employeurs par secteur d'activité dans le Nord en 2012 (source : ACOSS)

## L'emploi salarié

Le secteur du commerce n'est pas spécifique à la zone d'emploi Nord. En effet ce secteur d'activité étant fortement lié à la proximité de la demande finale, il est relativement bien réparti sur les quatre microrégions, proportionnellement à la population. Toutefois, ce

secteur constitue le premier secteur employeur de la zone d'emploi nord et représente 17 % de l'emploi salarié du territoire, soit environ 8 500 salariés.

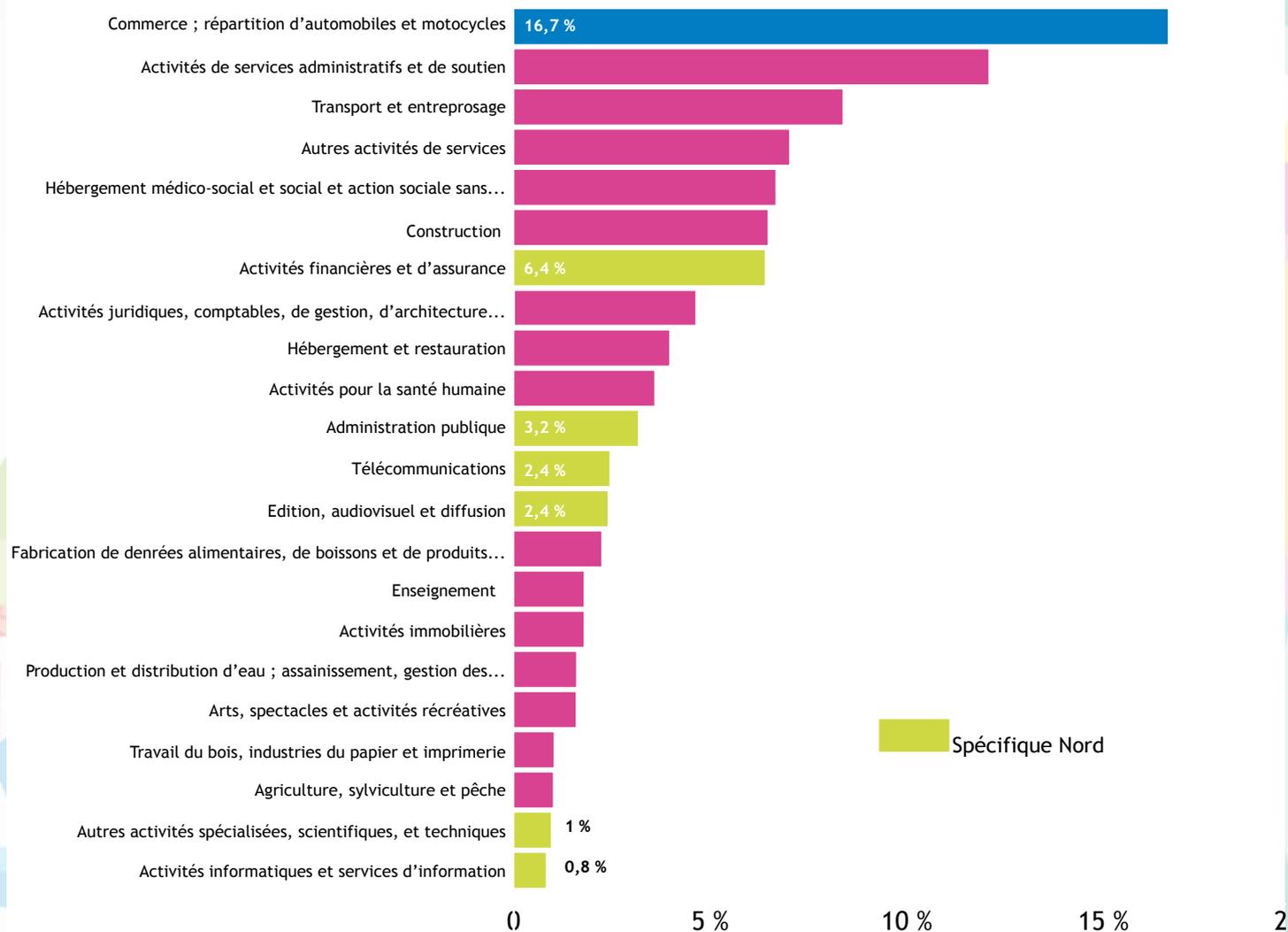


FIGURE I - Part des effectifs salariés privés par secteur d'activité dans le Nord en 2012 (Source : Acooss)<sup>1</sup>

<sup>1</sup> En vert sont représentés les secteurs qui sont spécifiques au Nord (dont la part des effectifs salariés est au moins 1,5 fois plus importante que celle de La Réunion).

Le secteur du commerce est l'un des deux secteurs dont les effectifs salariés sont en décroissance depuis 2008.

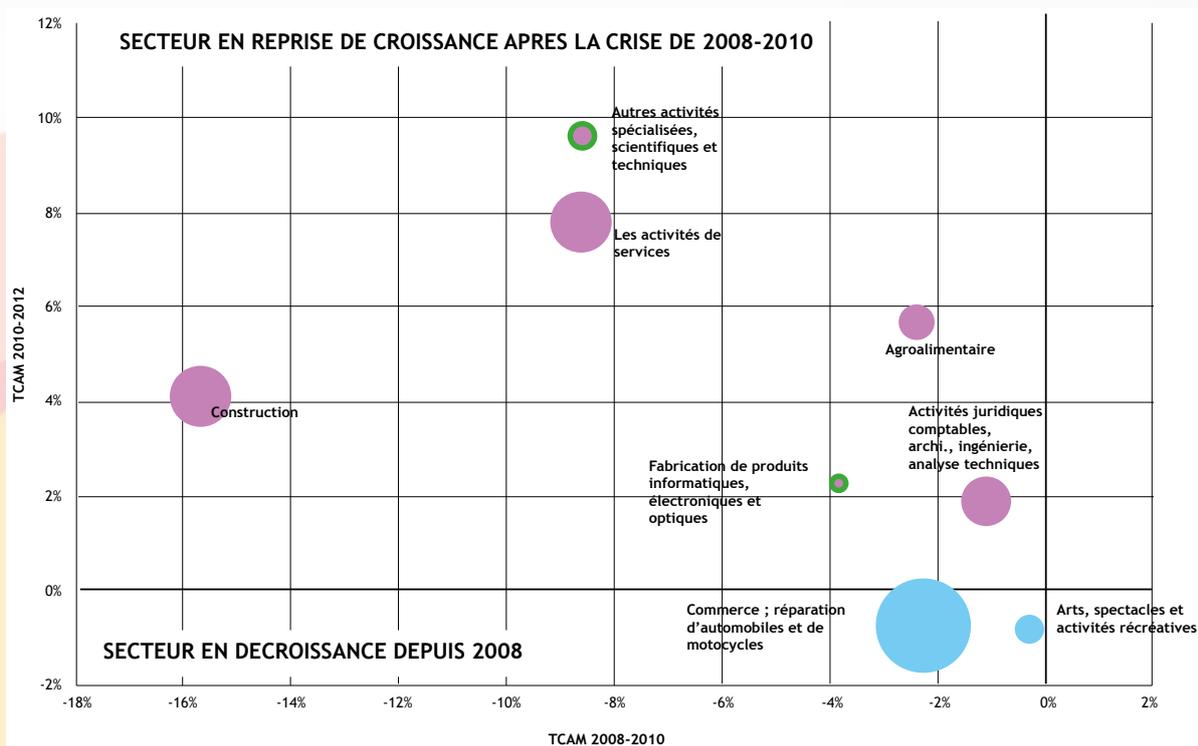


FIGURE 2 - Evolution des taux de croissance annuels moyens des effectifs salariés des secteurs de la zone d'emploi nord, affectés par la crise de 2008 (source : Acooss)

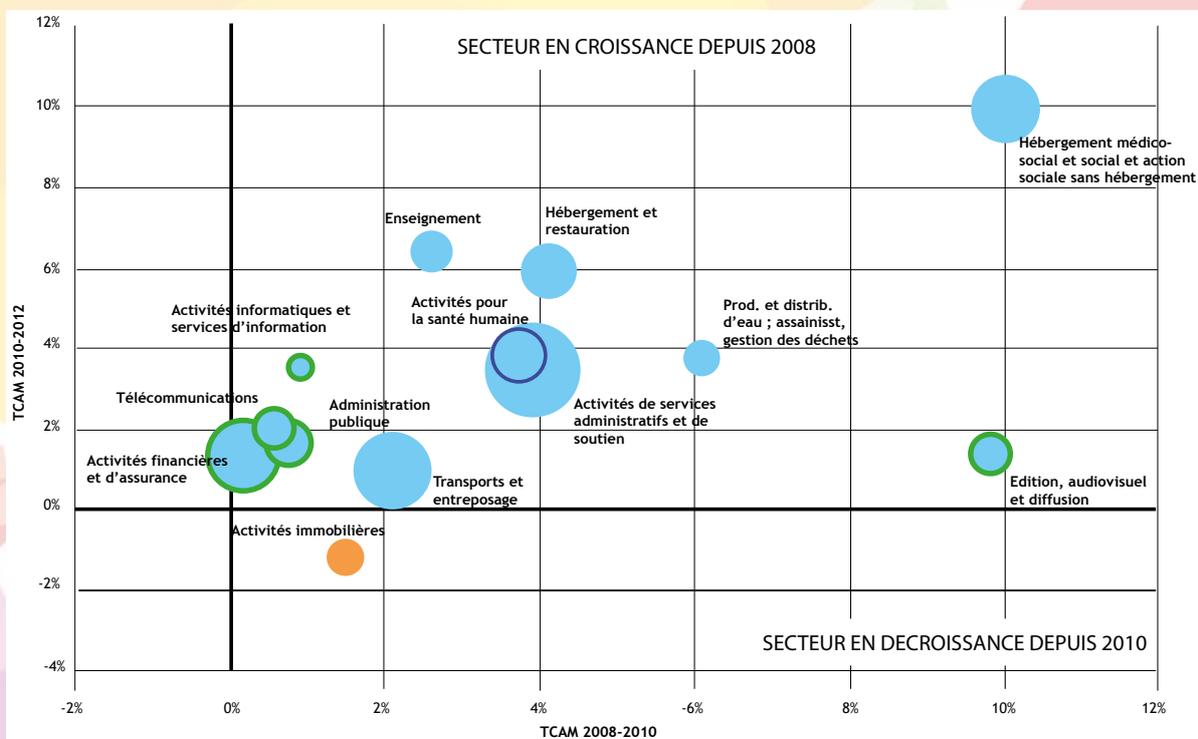
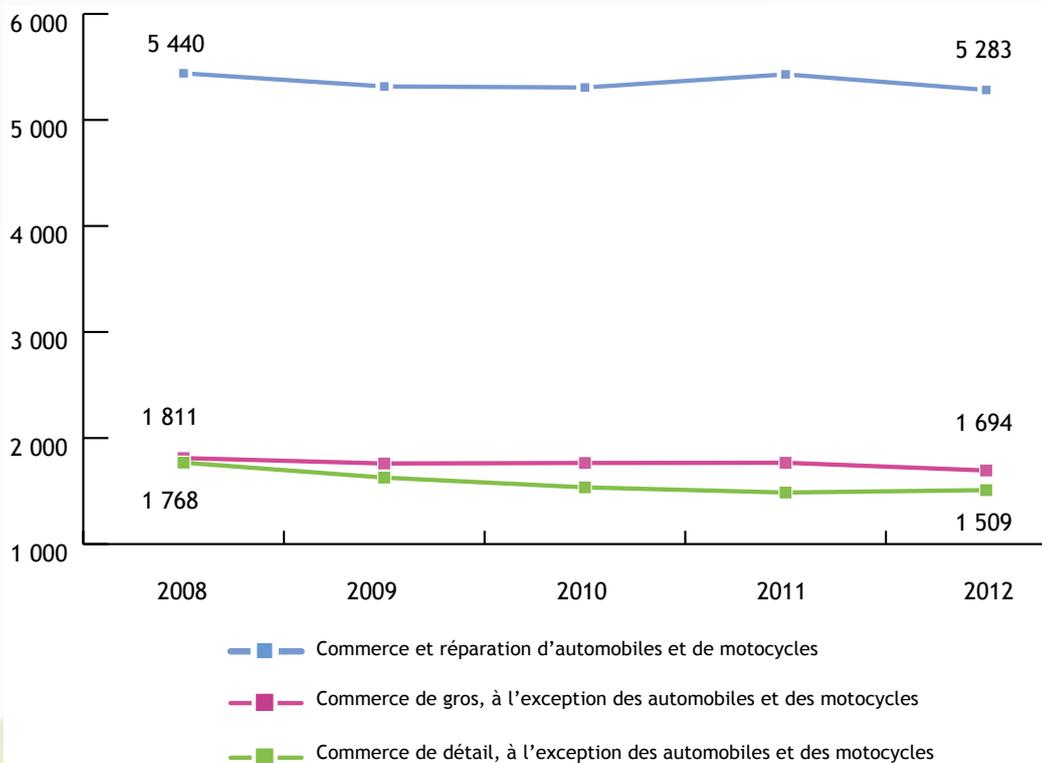


FIGURE 3 - Evolution des effectifs salariés des secteurs non touchés par la crise de 2008 (source : Acooss)<sup>2</sup>

2 Sur ce graphique les cercles sont proportionnels à la taille du secteur. Les cercles entourés de vert représentent les secteurs spécifiques à la zone d'emploi nord.

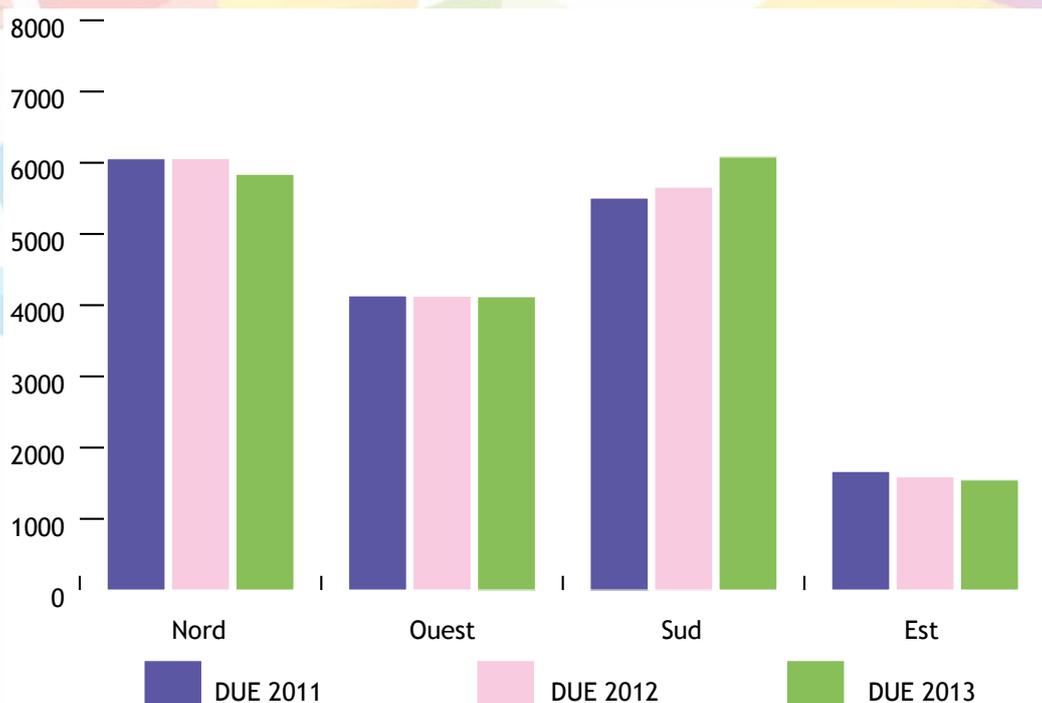
Le commerce, secteur clé de l'emploi salarié du Nord en termes de volume d'emplois, regroupe les sous-secteurs suivants :

- Commerce de détail (62 % des effectifs salariés du secteur) ;
- Commerce de gros (20 % des effectifs salariés du secteur) ;
- Commerce et réparation automobile (18 % des effectifs salariés du secteur).



Les effectifs du commerce de détail diminuent très légèrement. Dans le commerce et la réparation automobile, la baisse des effectifs salariés constatés depuis 2008 est significative (-15 % sur ces 5 années). Les effectifs du commerce de gros diminuent également, à un rythme moins important cependant que celui constaté pour le secteur automobile.

FIGURE 4 - Evolution des effectifs salariés du commerce dans le Nord (cours : AcoSS)



La stabilité des DUE dans le Nord entre 2011 et 2012 est le résultat d'une hausse sensible de la dynamique d'embauche à Sainte-Suzanne cumulée à une diminution constatée sur Saint-Denis. La baisse sur le Nord entre 2012 et 2013 est due à une chute de la dynamique d'embauche sur Sainte-Suzanne.

FIGURE 5 - Evolution des DUE du commerce par zone d'emploi (source : CGSS)

## Le marché du travail

Le secteur du commerce représente 12,9 % des offres d'emploi enregistrées par Pôle Emploi en 2013 (soit 1 316 offres d'emploi). 61 % de ces offres d'emploi sont des offres d'emploi durable (plus de 6 mois).

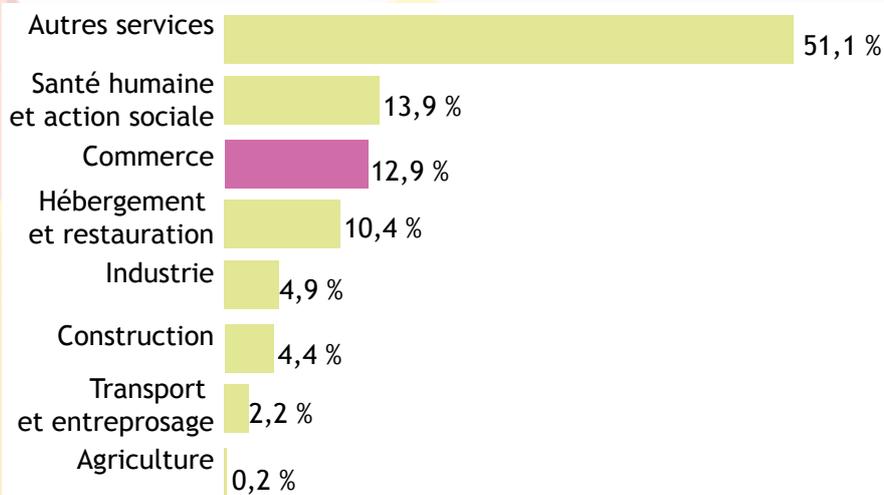
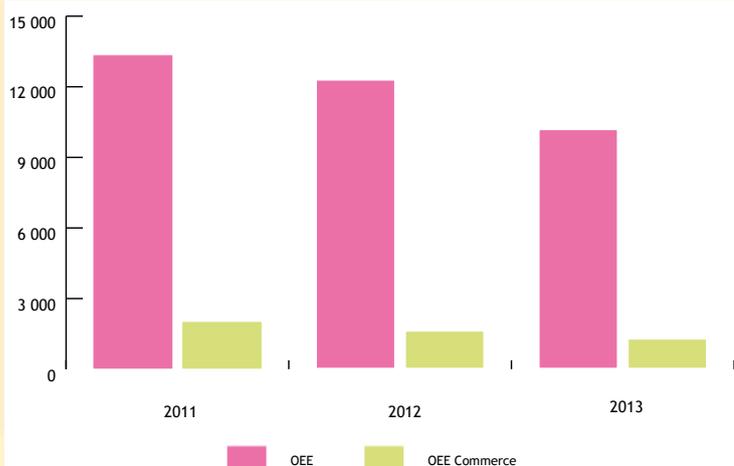
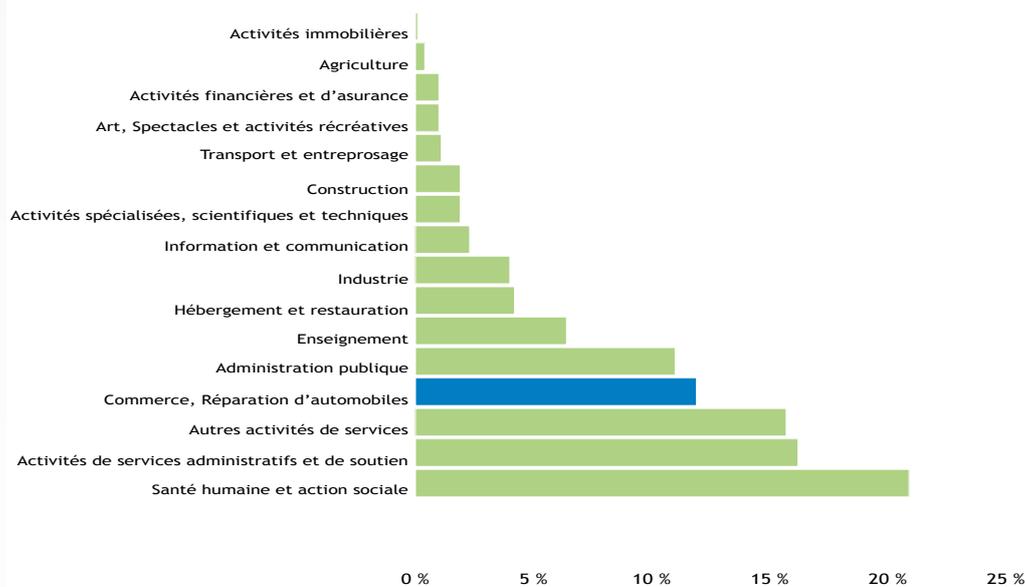


FIGURE 6- Répartition des OEE<sup>3</sup> par secteur d'activité en 2013 - zone d'emploi Nord (source : Pôle Emploi)



On constate une diminution d'offre d'emploi collectée par Pôle Emploi dans le Nord de 2011 à 2013. En taux d'évolution, cette chute est plus sensible pour le commerce comparée à l'ensemble des offres du Nord (- 35 % sur les trois années pour le commerce contre - 23 % pour l'ensemble des offres d'emploi).

FIGURE 7- Evolution des OEE<sup>3</sup> de la zone d'emploi Nord (source : DIECCTE, Pôle Emploi, traitement MDEN)



12 % des offres d'emploi collectées par Pôle Emploi sous forme d'emploi aidé relèvent du secteur commerce.

FIGURE 8- Part des OEE en contrat aidé de la zone d'emploi Nord par secteur d'activité en 2012 (source : Pôle Emploi)

Les métiers en tensions récurrentes entre 2010 et 2013 (tension constatée durant au moins deux années sur les 4 années de 2010 à 2013) sont les suivants :

- Relation technico-commerciale, animation de vente
- management de rayons et merchandising
- mécanique automobile

Fin juin 2013, 4 151 demandeurs d'emploi recherchaient du travail dans le secteur du commerce, soit 13 % des demandeurs d'emploi.

## Synthèse statistique

		Commerce	Zone d'emploi nord	Source
Emploi	Nombre de salariés privés en 2012	8 500	50 960	Accoss
	Dont commerce et réparation auto-moto	1 509	-	
	Evolution emploi salarié 2012 - 2008	-6 %	4 %	CGSS
	DUE 2013	5 837	42 670	
	Evolution DUE 2013-2012	-4 %	4 %	
Marché du travail	DEFM (juin 2013)	4 151	31 414	Pôle Emploi
	dont % de DELD	46 %	82 %	
	OEE (de janvier 2013 à décembre 2013)	1 316	10 218	
	dont % OEE durables	58 %	41 %	
Formation	% de DE entrés en formation financée Pôle Emploi	18 %		Pôle Emploi
	dont employé en libre service	5 %		
	dont vente spécialisée	4 %		
	dont caisse	3 %		

3 Offre d'emploi enregistrée par le réseau Pôle Emploi

# SYNTHÈSE DES ATELIERS D'ÉCHANGE

ATOUPS	FREINS
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Offre de formation étoffée</li> <li>• Pôles commerciaux denses, avec l'implantation des hypermarchés</li> <li>• Croissance de la population et des besoins</li> <li>• 1<sup>er</sup> secteur pourvoyeur d'offres d'emploi dans le nord</li> <li>• Les nouveaux métiers en développement : designer packaging (chaîne de fabrication, emballage), designer produit, designer graphique (associé aux techniques commerciales et marketing), designer numérique.</li> <li>• Le 2<sup>ème</sup> sous-secteur enregistrant le plus d'offres d'emploi demeure la vente en habillement et accessoires de la personne avec 591 offres d'emploi enregistrées.</li> </ul> <p>Réparation automobile Secteur dynamique</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Inadéquation offre de formation en alternance et profil des stagiaires : aptitude, pré requis</li> <li>• Manque de profils commerciaux du fait des rémunérations, notamment pénurie de candidats sur la vente de produits à haute valeur ajoutée</li> <li>• Difficultés du statut de commercial (déplacement, fixe faible ou inexistant et commissions)</li> <li>• Statut auto-entrepreneur avec les charges à assumer après deux années d'exercice</li> <li>• Faiblesse de la branche</li> <li>• Inadéquation certains volets du projet urbain et l'implantation de commerce de proximité</li> <li>• Coût du bail commercial</li> </ul> <p>Réparation automobile Fermeture centre de formation des apprentis au profit du SUD</p>
OPPORTUNITES	MENACES
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pousée démographique</li> <li>• Projets urbains facilitateurs (Espace Océan, surfaces commerciales de proximité, hyper, Beauséjour,...) et innovation Eco box</li> <li>• Evolution mentalité des commerçants (horaires d'ouverture notamment)</li> <li>• Marketing des services commerciaux</li> <li>• Innovations : « e-commerce »,...</li> <li>• Mise en place d'une filière de distribution et de vente des produits issus de l'agriculture Biologique</li> </ul> <p>Réparation automobile Sinistralité en progression Vieillessement du parc automobile</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Turn over croissant</li> <li>• Développement du temps partiel</li> <li>• Coût des loyers et du foncier</li> <li>• Flexibilité et pluriactivité</li> </ul> <p>Réparation automobile Accentuation du clivage constructeurs / petits garages avec les évolutions technologiques</p>

Source : Eléments issus de l'atelier du 26 septembre 2013

# LES FACTEURS CLÉS À ANTICIPER DANS L'ÉVOLUTION DU SECTEUR

Du fait des caractéristiques spécifiques des différentes branches du commerce, l'analyse a porté sur 4 segments :

- la grande distribution
- l'import
- le commerce de détail de proximité (vêtement, supérette et optique)
- le e-commerce

## Grande distribution

### Evolution activité

La tendance à la stabilisation des effectifs de la grande distribution devrait se poursuivre dans un territoire Nord qui a atteint une phase de maturité.

#### » Analyse qualitative territoriale

Les effectifs de la grande distribution dans le Nord devraient se stabiliser au profit d'autres zones d'emploi dont la zone de chalandise progresse davantage (seule une extension paraît envisageable dans le Nord).

Le Nord a atteint une phase de maturité en matière d'équipements de grande distribution.

Les créations d'emploi dans le secteur du commerce vont essentiellement provenir du développement des galeries marchandes (commerce de proximité).



### Evolution réglementaire

Une veille réglementaire déjà intégrée dans les pratiques de la grande distribution

#### » Synthèse d'informations nationales

La multiplication des lois sanitaires, sociales et fiscales se poursuit et l'appareil de la grande distribution a déjà été contraint de s'adapter à cet arsenal, mais des modifications sont sans cesse à intégrer : ainsi, la loi de consommation Hamon obligera à revoir l'équilibre entre grande distribution et fournisseur, avec notamment une clause de renégociation obligatoire des prix dans les contrats de certains produits alimentaires.

### Evolution technologique

L'échange de données informatisées en voie de généralisation, avec des répercussions sur les métiers commerciaux et comptables

#### » Synthèse d'informations nationales

La radio-identification (à partir des radio-étiquettes sur chaque produit permettant de supprimer les comptages manuels en caisse) est une menace pour les emplois d'hôte de caisse. L'accompagnement des salariés pour l'utilisation de ces outils constituera un chantier important pour les distributeurs. Les mutations sont à anticiper à moyen terme à l'échelle nationale (source : Facteurs de changement 2 - Territoires 2040 - revue d'étude et de prospective n°6 - DATAR - Auteur : Philippe Moati)

La commande vocale se développe comme technique nouvelle dans les métiers de la logistique.

#### » Analyse qualitative territoriale

Le facteur principal à anticiper est le nouvel environnement numérique de travail avec l'échange de données informatisées entre fournisseurs et acheteurs. Une mise à niveau des fournisseurs permettraient de fluidifier les échanges et la communication entre systèmes d'information. L'ensemble des fournisseurs ne pourront pas adopter ce mode d'échange à l'horizon 5 ans (arbitrage coût d'équipement et gain financier, culture du papier,...), mais des efforts devront être faits pour intégrer les acteurs dans cet environnement numérique d'avenir. Les mutations sont à anticiper du côté des assistants commerciaux et assistant comptables, notamment vers un renforcement du contrôle des flux d'échanges de données.

### Evolution sociétale

Un attrait toujours vivace des courses en hypermarchés

#### » Synthèse d'informations nationales

Le commerce évolue vers une offre servicielle qui prend en compte l'individualisation de la demande. Les outils du marketing relationnel s'affinent. Ces évolutions conduiront dans les 15 prochaines années à l'accentuation du clivage entre « d'une part des enseignes qui, suivant un modèle néofordien, mettraient en avant une offre low cost pour les consommateurs à forte contrainte budgétaire et/ou non impliqués par rapport aux produits vendus, et des enseignes visant à la création de valeur ajoutée commerciale par la différenciation, l'enrichissement de la relation commerciale, la création de valeur immatérielle ». (source : Facteurs de changement 2 - Territoires 2040 - revue d'étude et de prospective n°6 - DATAR - Auteur : Philippe Moati)

#### » Analyse qualitative territoriale

La sortie associée aux courses en hypermarchés est encore ancrée dans les modes de consommer à La Réunion,

ainsi que l'attrait des clients pour les promotions et les prospectus publicitaires. Les sites internet de grandes surfaces se sont développés et permettent un comparatif plus étendu de l'offre pour le consommateur, sans pour autant remettre en cause l'achat en magasin. Peu de perspectives sont envisagées pour le mode d'achat « drive » du fait des habitudes de consommation.

La prise en compte du gaspillage et le don aux associations caritatives sont en place mais pourraient se développer.

### Evolution RH, management

Des promotions internes encouragées sur l'encadrement intermédiaire, mais qui semblent difficiles à développer sur les fonctions de caisse et de directions de magasins. Des tensions persistantes sur les métiers de bouche

#### » Synthèse d'informations nationales

Des difficultés de recrutement sont rencontrées dans les métiers de bouche (bouchers notamment). Le niveau de formation requis lors des recrutements reste majoritairement le niveau V (CAP/BEP) pour les employés ouvriers et le niveau III (BTS) pour l'encadrement.

#### » Analyse qualitative territoriale

La promotion interne est encouragée, davantage dans la filière employé de libre-service vers chefs de rayon (dont 70 % sont issus de promotion interne) ou chef de département (40 % issus promotion), que sur les métiers de caisse ou de directeur de magasin (ressource humaine extérieure en majorité).

Un turn-over est constaté sur les métiers de chefs de rayons, probablement du fait de ce poste à forte pression, intégré dans un parcours vers d'autres fonctions à responsabilité hors grande distribution. Le chef de rayon est en effet à la croisée de fonction gestionnaire (compte d'exploitation), managériale (équipe d'employés, gestion des emplois précaires pour le dépotage des containers,...), négociation et marketing commercial et logistique (gestion de stock).

Des difficultés de recrutement sont constatées localement sur les métiers de bouche en grande surface. Le volet artisanal de ces métiers est peu développé dans la grande distribution comparé aux commerces de proximité.

## Import

### Evolution activité

Vers une stabilité du volume d'affaires à La Réunion, sur un marché européenisé et dans un contexte de « métiers à haute technicité » - L'accent mis sur le critère qualité.

#### » Synthèse d'informations nationales

L'évolution du commerce interentreprises porte sur des exigences de qualification des métiers techniques et commerciaux, au regard de la technicité croissante des solutions proposées et de la montée en puissance des enjeux commerciaux.

Les montants des transactions et des produits sont en progression.

En terme de commerce mondial, « l'apparition et l'expansion des chaînes d'approvisionnement mondiales sont un événement majeur qui a profondément transformé - et continuera probablement de transformer - le commerce mondial et l'ensemble de l'économie mondiale. »

« La part des services dans les intrants et les produits des entreprises manufacturières a augmenté, et la frontière entre les marchandises et les services est de plus en plus floue. La numérisation et l'impression en 3D sont des exemples de cette zone grise entre les marchandises et les services. »

(source : OMC-Rapport sur le commerce Mondial 2013



#### » Analyse qualitative territoriale

Le secteur se répartit entre un segment importateurs (concentré autour de 5 acteurs pour la grande distribution) et un volet agents de marques (anciennement grossistes).

Le volume d'affaire est important du fait de l'insularité : quasiment chaque acteur économique génère des besoins d'importation. La tendance est plutôt à la stabilité du volume d'affaires, avec un marché mature et très européenisé à La Réunion (18 hyper, 70 super).

Avec le tassement du volume d'affaires, le critère qualité du produit et du service doit être mis en avant (différenciation du produit) à condition que les volumes de vente se maintiennent (gage de la pérennité d'une marque). Le développement du critère qualité est au cœur des métiers d'assistant commercial et marketing.

### Approche territoire

L'approche des métiers de l'import-export se développe à l'échelle du marché régional, avec cependant des logiques de concentration des bureaux dans les pôles d'échanges internationaux de l'île (Le Port, Saint-Denis et Sainte-Marie). Les grandes zones de chalandises du commerce de l'île sont le Nord et le Sud, avec des opportunités de nouvelles installations dans l'Ouest.

## Evolution réglementaire

Une veille réglementaire déjà intégrée dans les pratiques des importateurs.

### » Analyse qualitative territoriale

La concentration des acteurs de l'importation, voire parfois leur intégration dans une structure multinationale, leur permettent de bénéficier de services juridiques et fiscaux.

## Evolution technologique

L'échange de données informatisées en voie de généralisation, notamment dans un contexte d'internationalisation.

### » Synthèse d'informations nationales

Face à l'évolution des modes de distribution et des pratiques de consommation, les entreprises du négoce s'engagent dans la voie du commerce électronique et s'approprient les technologies de l'information et de la communication (TIC) : 64 % des entreprises utilisent déjà un progiciel unique de gestion comptable, commerciale et de gestion des stocks et 60 % un système d'échange de données informatisées (EDI).



Enfin, les entreprises s'adaptent aux exigences croissantes de l'internationalisation des activités :

- tous secteurs confondus, un quart a développé ses ventes à l'étranger durant les dernières années (37 % dans le « non alimentaire ») ;
- un tiers a dans le même temps modifié ses approvisionnements. Avec un facteur clé dans le développement des échanges avec les fournisseurs étrangers : l'utilisation des TIC.

### » Analyse qualitative territoriale

L'échange de données informatisées est en place entre un groupe d'acteurs de la distribution et leurs fournisseurs

depuis deux ans. Il engendre des évolutions de métiers au niveau de la relation acheteur-fournisseur, avec des compétences techniques de maîtrise de logiciels spécialisés et de contrôle des systèmes automatiques.

Ce nouveau mode d'échange de données est une innovation à intégrer par les acheteurs-fournisseurs qui ne le pratiquent pas, au risque d'être marginalisés.

## Evolutions sociétale

Prise en compte de la nécessité de réduction des déchets (conditionnement)

### » Analyse qualitative territoriale

Les préoccupations écologiques sont davantage prises en compte dans les relations commerciales : la réduction des déchets va par exemple conduire à des conditionnements spécifiques et la nécessité de recycler les produits.

Les activités du commerce sont intégrées dans les flux mondiaux permanents de capitaux et de marchandises, avec l'accélération des échanges et des traitements de l'information.

## Evolution RH, management

Faible turn-over chez les commerciaux de l'import export, mais problématique de renouvellement du personnel dans le transport logistique et parcellisation des tâches.

### » Synthèse d'informations nationales

24 % des entreprises déclarent être souvent ou très souvent confrontées à la problématique du renouvellement du personnel (30 % dans le commerce de gros alimentaire). Les métiers de chauffeurs-livreurs, manutentionnaires et vendeurs itinérants sont les plus « sensibles ».

### » Analyse qualitative territoriale

Un faible turn-over est constaté sur le volet commercial de la branche importateur.

Le manque de conscience professionnelle des nouveaux entrants dans le secteur est souligné par certains employeurs. Cette caractéristique pourrait s'expliquer par la parcellisation des tâches qui déshumanise le travail et diminue la polyvalence, notamment dans les métiers du transport logistique.

## Commerce proximité

### Evolution activité

30 nouveaux magasins dans l'optique à 10 ans, en priorité dans les galeries marchandes- Stabilité dans les commerces d'habillement

### » Analyse qualitative territoriale

**Optique**  
A l'échelle régionale et dans le domaine de l'optique, le

potentiel de développement à 10 ans est de 30 magasins supplémentaires. 70 magasins sont actuellement présents, avec 107 opticiens recensés ; sur un marché en progression.

### Habillement

Il est constaté une stagnation voire une baisse de l'activité avec les crises successives (chikungunya, ralentissement activité 2008,...), l'augmentation des charges (loyers, cotisations patronales), sans soutien des banques. L'activité de commerce de détail d'habillement doit constamment anticiper les futures tendances de la mode.

### Approche territoire

La principale contrainte est l'accès aux magasins dans les centres villes. Les perspectives de développement sont davantage situées dans les centres commerciaux et les galeries commerciales.

Des complémentarités restent à bâtir entre l'offre de services centre-ville et centres commerciaux.

### Evolution réglementaire

Peu de perspectives pour la vente sur internet dans l'optique avec l'organisation de la profession et des ophtalmologistes.

#### » Analyse qualitative territoriale

### Optique

L'évolution réglementaire importante à venir concerne les relations assurances - commerces d'optique, et notamment les négociations sur la baisse des prix des opticiens. Le cadre réglementaire reste flou, avec d'un côté une tendance au déremboursement de l'optique par la Sécurité Sociale, les possibilités de commander les lunettes sur internet (loi Hamon) et de l'autre la nécessité de présenter une ordonnance pour se faire délivrer des lunettes.

La vente sur internet représente aujourd'hui moins de 1 % des ventes. Il est peu probable que ce mode d'achat se développe à La Réunion, avec la résistance des professions ophtalmologistes et opticiens pour ce type d'achat.

Les facteurs importants d'évolution pour le volume des ventes est la communication sur la possibilité de renouvellement des lunettes sans nouvelle consultation d'un ophtalmologue, si la précédente ordonnance date de moins de 3 ans et la possibilité donnée aux médecins généralistes de prescrire des corrections visuelles.

### Evolution technologique

L'optique profite des innovations en matière de protection contre la mauvaise lumière bleue. Le commerce s'adapte aux promotions par les TIC.

#### » Analyse qualitative territoriale

### Optique

Issus de la recherche appliquée, de nouveaux verres permettent de protéger de la mauvaise lumière bleue is-

sue des écrans et des LED. Des mesures personnalisées sont réalisées en magasin et permettent d'adapter les verres.



Cette innovation vient renforcer l'activité d'optique.

### Habillement

L'essor des TIC permet de nouveaux modes de promotion : ainsi les catalogues en lignes des produits et nouveauté, doublés d'une assistance téléphonique, sont des arguments commerciaux importants.

### Evolution sociétale

Vieillesse et expositions aux écrans renforcent l'activité optique.

#### » Analyse qualitative territoriale

### Optique

Le vieillissement de la population et la progression du temps passé devant les écrans confortent le développement du secteur.

Un accent doit également être porté à la prévention des troubles oculaires.

Une partie de la population développe des pratiques de consommations à l'extérieur de l'île, tandis que la consommation locale devrait être privilégiée.

### Evolution RH, management

Vers une diminution du turn-over des opticiens avec les premières promotions du BTS opticien lunetier - Formation interne pour les fonctions acheteurs dans les commerces de détail d'habillement et partenariat Pôle emploi pour l'embauche des saisonniers.

#### » Analyse qualitative territoriale

### Optique

Un turn-over est constaté sur la profession d'opticien,

liée à l'origine extérieure de l'île de ces professionnels. Ces constats ainsi que la progression de l'activité ont motivé la signature de l'accord cadre pour l'emploi et la formation de la branche lunetterie à La Réunion en 2012, avec la consolidation de la filière de formation opticien lunetier : le niveau bac pro est assuré par la Chambre de Métiers (bac pro optique lunetterie avec 15 places offertes depuis 2012) et le lycée Vincenzo en formation initiale (bac pro monteur vendeur).

La Chambre de Métiers a lancé la première formation BTS opticien lunetier en 2013, avec un quota de 20 places. Un projet de diplôme universitaire optique est à l'étude.

Ces formations doivent répondre aux besoins de la profession face au turn-over constaté.

La profession de monteur vendeur doit être une première étape vers la montée en compétences d'opticien lunetier, avec progressivement davantage d'opticiens présents dans un magasin. Des possibilités de poursuite en licence professionnelle ou master sont envisageables.

Des besoins spécifiques de management sont identifiés à destination des opticiens, afin de conduire les équipes du magasin.

#### **Habillement**

Un partenariat avec Pôle Emploi permet des facilités d'embauche des saisonniers durant les fêtes.

Les fonctions acheteurs peuvent être assurées grâce à des formations internes auprès des cadres, recrutés à niveau BTS.

## **E-commerce**

### **Evolution activité**

Une progression des ventes qui devrait se poursuivre, notamment pour les sociétés implantées à La Réunion (avantage qualité relation client).

#### **» Synthèse d'informations nationales**

En 2013, malgré la dégradation du contexte économique, les ventes sur internet ont continué de progresser. Le montant total des ventes s'affiche en hausse de 14 % sur un an, alors que le nombre de transactions a lui augmenté de 18 %. Confirmant sa forte croissance en 2013, le secteur

du e-commerce, a cru cette année huit fois plus vite que le commerce traditionnel, de plus en plus fortement tiré par les TPE/ PME.

#### **» Analyse qualitative territoriale**

Une distinction peut être faite entre le e-commerce et le M-commerce ou commerce mobile, qui correspond à l'utilisation de la téléphonie mobile pour l'acte d'achat et de vente (applications commerciales développées sur terminaux mobiles).

Le e-commerce apparaît aujourd'hui comme un secteur porteur à La Réunion, du fait de la couverture internet de l'île et du débit proposé par les fournisseurs d'accès qui rendent désormais possibles ce type d'échanges sur le WEB. Une dizaine de PME fonctionnent sur une activité de e-commerce à La Réunion.

Des success-story réunionnaises confortent l'image innovante du secteur, avec notamment l'entreprise Colypays et des indépendants qui se lancent à partir de blogs.

L'implantation de ces sociétés à La Réunion est un avantage en termes de qualité du service logistique : la relation client est plus souple et peut jouer sur la proximité pour la clientèle réunionnaise (conditions renégociées de renvoi de la marchandise en cas de problème par exemple).

#### **Approche territoire**

La dimension du territoire apparaît peu dans cette activité de e-commerce, à condition de disposer d'une bonne connexion et de locaux de stockage.

#### **Evolution réglementaire**

Après les grandes évolutions des années précédentes, vers un renforcement de la protection des données personnelles.

#### **» Synthèse d'informations nationales**

Achats sur internet : un délai de rétractation étendu : Le délai de rétractation pour les achats en ligne et après un démarchage passe de sept à quatorze jours.

Jusqu'alors tolérés, les sites de vente en ligne de lunettes et de lentilles sont légitimés par la loi qui prévoit que « les prescriptions de verres correcteurs devront indiquer la valeur de l'écart pupillaire du patient afin de faciliter l'achat sur Internet ». Cette valeur permet de commander sur internet des lunettes sans avoir à prendre soi-même ces mesures indispensables pour le réglage des montures.

#### **» Analyse qualitative territoriale**

L'évolution réglementaire suit la tendance observée les années précédentes de renforcement de la protection du consommateur, avec un développement des articles de droit sur la relation de vente. Mais les principales évolutions ont déjà eu lieu.

Les facteurs à anticiper concernent la protection des données et la mise en conformité avec les préconisations de la Commission Nationale Informatique et Libertés. Ainsi, les sites de e-commerce relèvent en général de la norme simplifiée n° 48 relative aux fichiers de clients et de pros-



pects ( déclaration simplifiée).

## Evolution technologique

Vers le développement des applications mobiles.

### » Synthèse d'informations nationales

Même si le principal support d'achat sur Internet reste l'ordinateur, on observe cependant une baisse de ce support. A l'inverse, l'utilisation de la tablette gagne du terrain et l'achat via le mobile/Smartphone enregistre une hausse en 2013. Le mobile, devenu un canal de vente incontournable sera à coup sûr la forte tendance de 2014. Les nouveaux consommateurs sont continuellement connectés via leur smartphone, outil naturel pour l'achat en ligne.

### » Analyse qualitative territoriale

Les savoirs Web évoluent rapidement, mais un socle de base est requis autour de la maîtrise des langages HTML et CSS. Il s'agit ensuite de pouvoir s'adapter aux évolutions technologiques du Web, notamment orientées applications mobiles. Le site peut-être externalisé à La Réunion (si la clientèle cible est réunionnaise) ou dans les pays continentaux qui proposent ce service avec un débit supérieur si l'activité vise également les clientèles continentales.

## Evolution sociétale

Des actes d'achat par internet en progression, à condition de privilégier le sens pratique de la relation commerciale.

### » Synthèse d'informations nationales

Internet voit émerger de nouvelles tendances de consommation. En 2013, des internautes ont opté pour les achats groupés aux producteurs. En 2014, la consommation collaborative va prendre de l'ampleur, surtout auprès des jeunes clients. Le e-commerce est aussi une source d'opportunités importante en ce qui concerne les ventes en ligne. L'étude de KPMG (cf. sources) a permis d'identifier que 63 % des propriétaires de boutiques physiques et de sites marchands ont bénéficié d'un impact positif du virtuel sur le physique : le Web To Store devient une réalité quotidienne. 61 % des commerces qui développent le e-commerce ont connu une augmentation de la fréquentation de leur magasin, 59 % d'entre eux une meilleure information de leur clientèle et 51 % d'entre eux un chiffre d'affaires en progression sur les ventes physiques.

Le e-commerce développe son offre de services : « Le e-commerce et, plus généralement, Internet offrent de formidables outils pour mettre en place une relation personnalisée de masse, pour tisser un lien avec les clients qui s'étende au-delà de la transaction commerciale pour établir une connivence autour de centres d'intérêt ou de valeurs partagés, organiser les clients en communautés, prodiguer conseils et assistance... » (source : Facteurs de changement 2 - Territoires 2040 - revue d'étude et de prospective n°6 - DATAR - Auteur : Philippe Moati)

### » Analyse qualitative territoriale

Le mode de consommer par internet est dans une phase

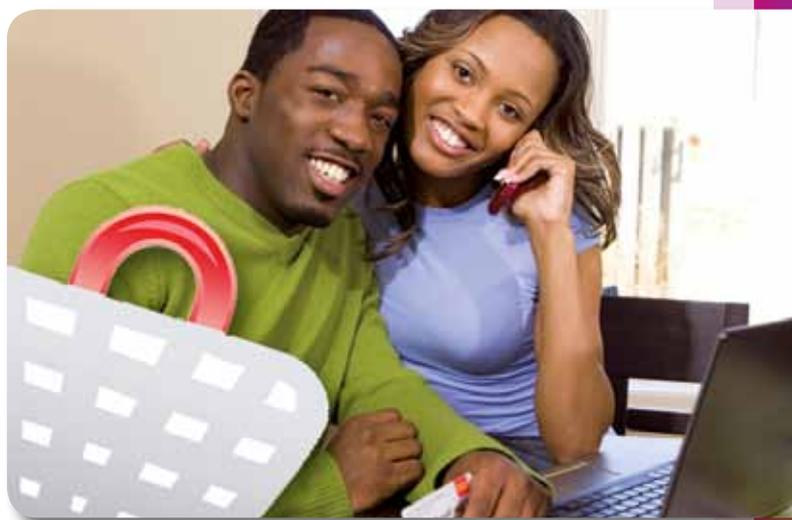
ascendante, portée par l'offre, la comparaison immédiate des prix et les conditions d'achat (horaires et lieu). Ce nouvel acte d'achat est effectif à condition de bien traduire la relation commerciale sur internet, en mettant l'accent sur le sens pratique et les réponses concrètes.

## Evolution RH, management

Les compétences de Web master à maîtriser en interne des entreprises de e-commerce.

### » Synthèse d'informations nationales

Le e-commerce, est un acteur clé du marché de l'emploi en France. L'emploi connaît une forte progression sur ce secteur. Les 138 000 sites recensés par la Fevad ont représenté potentiellement cette année plus de 20 000 nouveaux emplois dont plus de 15 % ont été réalisés par des TPE/PME. Les intentions de recrutement représentent près de 40 000 emplois sur un total de 140 000 emplois prévus dans les secteurs de l'industrie et des services (étude KPMG Le profil du e-commerce, 2013).



### » Analyse qualitative territoriale

Les besoins en compétences sur la fonction commerciale ciblent des tranches d'âges moyennes, du fait de l'expérience requise. Un certain turn-over est sensible sur cette fonction, avec de nombreuses offres et des métiers complexes.

La fonction logistique peut avoir recours à des missions d'intérim du fait des pics d'activité avec le dépotage des containers.

Par contre la fonction stratégique de webmaster est maîtrisée en interne. Les compétences dans ce domaine ne sont pas nécessairement très spécialisées, mais doivent comprendre le socle de base de maîtrise des langages et d'adaptation au contexte commercial.

L'offre de formation est étoffée, avec notamment la formation développeur-intégrateur solution intranet/internet, mais parfois peu connue (licence professionnelle spécialité commerce électronique).

Les échanges entre les centres de formation et les entreprises doivent se renforcer, afin de mieux articuler les savoirs théoriques et les connaissances pratiques.

# LES PISTES D' ACTIONS

## Grande distribution

- Revaloriser les filières de formation des métiers de la logistique et de la grande distribution, avec le projet de développement d'une école de la grande distribution dans le Nord.
- A noter qu'aucune place d'apprentissage n'est proposée dans le Nord en matière de transport logistique, à l'inverse du commerce plutôt bien représenté avec 150 inscrits en apprentissage sur les 1 200 apprentis du Nord (31/12/2011)
- Proposer aux assistants commerciaux, acheteurs, assistants comptables et comptables, employés de libre service et chefs de rayon, mais également aux fournisseurs de grande distribution les modules adaptés de formation continue sur le volet réglementaire et échanges de données informatisées. Par exemple à destination des employés de libre service, pré remplissage des bons de commande, manipulation des texon pour la gestion des stocks,...

## Import

- Module de formation continue sur les systèmes d'information dans le cadre des échanges de données informatisées.
- Approche qualité et respect de l'environnement : diminution des déchets, modes de conditionnement et de transport, recyclage et filières responsabilité du producteur (partenariat avec le Cluster Green notamment).
- Maîtrise des langues et des TIC dans le cadre de la mondialisation.

## Commerce proximité

- Anticiper le prolongement de la filière de formation optique vers des niveaux licence professionnelle ou master.
- Module management à destination de l'encadrement du commerce de proximité.

Optique

- Module TIC sur la mise en ligne de catalogue de produits

Habillement

## E Commerce

- Développer les modules de formation HTML et CSS au sein des formations commerciales
- Parmi les spécialisations émergentes, des accents particuliers pourront être mis sur les technologies mobiles (géolocalisation, smartphone, tablette,...), la E-réputation et les correspondants informatiques et libertés, les fonctions de responsable sécurité.

# SOURCES

Auteur	Titre	ANNEE
Carif Oref	<i>Fiches sectorielles Commerce</i>	2012
Observatoire prospectif du commerce	<i>Commerce de détail et de gros à prédominance alimentaire-repères et tendances</i>	2011
FEVAD-Catherine Barba	<i>2020 : la fin du e-commerce ou l'avènement du commerce connecté</i>	2011
FCD	<i>Les métiers du commerce et de la distribution grandes et moyennes surfaces</i>	
Observatoire du commerce inter entreprise	<i>Les métiers de l'import export</i>	
Observatoire du commerce inter entreprise	<i>Le contrat d'étude prospective du commerce interentreprises</i>	2011
Oxatis, KPMG	<i>Le profil du e-commerce</i>	2014
Documentation Française-DATAR-Philippe Moati	<i>Territoires 2040- Des facteurs de changement_2</i>	
Organisation mondiale du commerce	<i>Rapport sur le commerce mondial 2013</i>	2014

# Carif-Oref Réunion



carif ■ oref

Ile de La Réunion

Directeur de publication

Jean-René HOAREAU

Collaboration

Olivier DEBRAY

Jean-Max BOYER (Maison de l'Emploi du Nord)

Raphaël SERRIER (Maison de l'Emploi du Nord)

Mise en page

Samuelle GRONDIN

Crédits photo

© fotolia

Adresse Physique

190, rue des Deux Canons

Imm. Futura, RDC

97495 Sainte-Clotilde Cedex

Tél. : 0262 28 30 47

Fax : 0262 28 04 44

Courriel : [contact@cariforef-reunion.net](mailto:contact@cariforef-reunion.net)

Site web : [www.cariforef-reunion.net](http://www.cariforef-reunion.net)

