

Commerce de détail (23)

En bref

Le commerce de détail regroupe toutes les entreprises dont l'activité principale est la revente (sans transformation) de biens neufs ou d'occasion destinés à être utilisés par les particuliers ou les ménages.

Avec plus de 82.000 postes de travail salarié, le commerce de détail reste un des principaux pourvoyeurs d'emplois en Wallonie même si on observe un ralentissement.

Depuis un certain temps, ce secteur est en pleine évolution : il est impacté par des facteurs économiques et nouvelles modalités de création de valeur, par des aspects réglementaires, par des préoccupations environnementales, par des facteurs sociétaux comme les évolutions des modes de consommation et surtout par des facteurs technologiques comme l'automatisation des processus et la digitalisation du parcours d'achat.

La crise sanitaire n'a pas apporté de réelle innovation dans le secteur du commerce de détail mais a plutôt contribué à accentuer ou à accélérer les évolutions préexistantes dans le secteur, en particulier celles liées à la digitalisation.

Si certains commerces rencontraient déjà des difficultés, particulièrement dans le non alimentaire, la crise sanitaire a précipité la disparition de détaillants indépendants fragilisés, ou non, avant la crise, la fermeture par les chaînes des points de vente moins rentables, des faillites et des pertes d'emploi.

Les effets liés à la crise sanitaire varient suivant la branche du secteur particulièrement hétérogène du commerce. Les conséquences de la pandémie de COVID-19 sur le commerce de détail alimentaire diffèrent substantiellement de celles sur le commerce non alimentaire puisque les commerces (physiques) « non essentiels » ont été contraints de fermer à deux reprises tandis que les commerces alimentaires ont pu poursuivre leurs activités. Si, au tout début de la crise sanitaire, la perturbation de la chaîne logistique était la principale préoccupation, elle s'est rapidement transformée en une impossibilité d'écouler les stocks de marchandises, pour les commerces non considérés comme essentiels, d'autant plus encore s'ils ne pratiquaient pas le commerce en ligne. Les commerçants qui avaient déjà développé la vente en ligne (ou qui ont su se lancer rapidement - la crise sanitaire ayant accéléré la décision de nombreux commerçants de vendre aussi online via une plateforme ou leur propre site) avec une logistique adaptée à la livraison à domicile ont mieux résisté.

Il paraît plus que jamais indispensable pour les acteurs du secteur du commerce d'investir ou de continuer à investir dans l'accélération du développement des capacités digitales pour s'adapter à ce besoin accru de technologie, sur toute la chaîne de valeur, et ainsi parvenir à améliorer l'expérience des clients à travers tous les canaux, physiques comme numériques, dans un souci de sécurité, d'hygiène et de service au client.

Si le commerce de détail est connu pour être relativement accessible aux personnes peu qualifiées, au fil du temps, le niveau de compétences nécessaires à l'exercice de la plupart des métiers du secteur tend à s'élever, notamment en raison des évolutions technologiques. Les technologies (Big Data, intelligence artificielle, internet des objets, réalité augmentée et virtuelle, blockchain, géolocalisation, paiements mobiles, ...) jouant un rôle de plus en plus important, la maîtrise des compétences numériques représente un réel atout pour les travailleurs du secteur.

	Nombre d'établissements en 2019	Nombre de postes de travail salarié en 2019	Nombre de travailleurs indépendants en 2019 (1)
Wallonie	13.862	82.309	38.725
Bruxelles-Capitale	5.216	31.600	11.373
Flandre	23.334	146.717	98.355

Belgique	42.412	260.626	150.250
----------	--------	---------	---------

Sources : ONSS - statistiques décentralisées juin 2019 et INASTI 2019, calculs le Forem

(1) Les indépendants exerçant en Belgique et résidant à l'étranger sont comptabilisés uniquement au niveau du pays. La somme des indépendants pour les 3 régions peut donc être inférieure au nombre d'indépendants en Belgique.

En détail

Activités du secteur

Description du secteur

Le secteur du commerce de détail (1) comprend le commerce de biens neufs ou d'occasion:

- essentiellement destinés à la consommation des particuliers ou des ménages
- par des magasins, des grands magasins, des comptoirs et des kiosques, des maisons de vente par correspondance, des colporteurs et des marchands ambulants, des coopératives de consommateurs, des maisons de ventes aux enchères, etc.

Le secteur se subdivise en plusieurs sous-secteurs :

- **Le commerce de détail en magasins non spécialisés.** Ce sous-secteur comprend les magasins d'alimentation générale, les supérettes, les supermarchés, les hypermarchés mais aussi les grands magasins et magasins proposant une large gamme de produits (alimentaires, boissons, habillement, articles de sport, cosmétiques, etc.).
- **Le commerce de détail alimentaire en magasin spécialisé.** Ce sous-secteur comprend les commerces de détail de fruits et légumes, boucherie, poissonnerie, confiserie, commerce de détail de boissons, tabac, etc.
- **Le commerce de détail de carburants automobiles en magasin spécialisé.**
- **Le commerce de détail d'équipements de l'information et de la communication en magasin spécialisé** (ordinateurs, consoles de jeux vidéo, télévisions, etc.).
- **Le commerce de détail d'autres équipements du foyer en magasin spécialisé.** Ce groupe comprend le commerce de détail d'équipements ménagers, tels que textiles (tissus, linges de maison, fils à tricoter, etc.), quincailleries, tapis, appareils électriques ou meubles, etc.
- **Le commerce de détail de biens culturels et de loisirs en magasin spécialisé.** Ce sous-secteur comprend le commerce de livres, journaux et périodiques, enregistrements musicaux et vidéo, articles de sport, jeux et jouets, etc.
- **Les autres commerces de détail en magasin spécialisé.** Ce groupe est composé de la vente d'une gamme particulière de produits non couverts ailleurs dans la nomenclature, tels que les articles d'habillement, chaussures et maroquinerie, produits pharmaceutiques et médicaux, montres, souvenirs, produits d'entretien, armes, fleurs, animaux de compagnie, biens d'occasion, etc.
- **Le commerce de détail sur éventaires et marchés.** Ce sous-secteur reprend le commerce de détail de tous types de produits neufs ou d'occasion présentés sur des éventaires, généralement mobiles, installés sur la voie publique ou sur un emplacement de marché déterminé.
- **Le commerce de détail hors magasin, éventaires ou marchés.** Ce groupe comprend le commerce de détail par correspondance, par Internet, par démarcheurs, par distributeurs automatiques, etc.
- **La réparation de biens personnels et domestiques.** Ce sous-secteur comprend la réparation et l'entretien de biens personnels et domestiques.

Le secteur aujourd'hui

Le commerce de détail regroupe toutes les entreprises dont l'activité principale est la revente (sans transformation) de biens neufs ou d'occasion destinés à être utilisés par les particuliers ou les ménages.

Avec plus de 82.000 postes de travail salarié, le commerce de détail reste un des principaux pourvoyeurs d'emplois en Wallonie même si on observe un ralentissement. En effet, si, depuis 2014, le nombre total de postes de travail salarié du secteur augmentait, à un an d'écart, la hausse enregistrée en 2018 qui était la plus faible des cinq dernières années (+ 0,8 % de 2017 à 2018, contre + 2,2 % de 2016 à 2017, + 1,4 % de 2015 à 2016, + 1,3 % de 2014 à 2015, + 1,9 % de 2013 à 2014) a été suivie d'une baisse en 2019 (- 1,0 % de 2018 à 2019). Globalement, l'emploi salarié total du secteur a augmenté de 5,1 % sur la période 2012-2019 mais c'est essentiellement dû à la hausse du nombre d'employés (+ 6,1 %), le nombre d'ouvriers ayant diminué (- 2,4 %).

Quant au nombre d'indépendants occupés dans le secteur, il s'est réduit de 5,2 % par rapport à 2012 alors que le nombre total d'indépendants, tous secteurs confondus, a augmenté de 13,9 % sur la période 2012-2019.

Depuis un certain temps, le commerce est en pleine évolution : il est impacté par des facteurs économiques et nouvelles modalités de création de valeur, par des aspects réglementaires, par des préoccupations environnementales, par des facteurs sociétaux comme les évolutions des modes de consommation et surtout par des facteurs technologiques comme l'automatisation des processus et la digitalisation du parcours d'achat.

Le secteur du commerce est soumis à une concurrence accrue.

Les nouvelles technologies font de plus en plus partie du quotidien des ménages et des commerces, elles élargissent considérablement les possibilités de vente et d'achat mais tendent aussi à renforcer la concurrence entre les commerçants (showrooming, webrooming, réseaux sociaux, plateformes d'échanges, marketplaces, acteurs e-commerce nationaux ou étrangers,?...). L'arrivée de nouveaux joueurs (hard discounters, chaînes bio, magasins éphémères, ...) et la création de nouveaux formats (commerces de proximité, commerces de plus petite taille installés en centre-ville destinés aux clients recherchant des repas sains, flexibles et pratiques, ...) ont également contribué à augmenter la concurrence.

On assiste à une multiplication, voire à une interdépendance des canaux (web, mobile, magasins, objets connectés, réseaux sociaux, ...), une approche omnicanale combinant canaux physiques et numériques.

On ne peut plus vraiment distinguer e-commerce et distribution physique puisqu'ils sont de plus en plus complémentaires et interdépendants. Le consommateur a d'ailleurs souvent déjà réalisé une convergence des canaux physiques et numériques et recherche aussi, en magasin, une expérience « sans couture » comme s'il surfait sur Internet ou sur une application mobile. A côté de l'offre produit, l'expérience d'achat du consommateur est de plus en plus importante. Les entreprises doivent développer une stratégie de vente omnicanale pour parvenir à améliorer l'expérience des consommateurs à travers tous les canaux, physiques comme numériques et les accompagner au mieux. Le commerce devient « phygital » (5). Quelques exemples sont l'e-réservation qui permet au client de réserver un article en ligne en vue de l'essayer dans le point de vente, sans obligation d'achat; le « click and collect » qui permet d'acheter en ligne un article que l'on récupère en magasin ou encore la commande pour rupture d'extension de gamme qui permet au client de commander en ligne, depuis le magasin physique, un article qui n'est pas disponible. Le commerce de détail est de plus en plus connecté et intégré dans la vie quotidienne, avec l'essor de l'intelligence artificielle, des assistants vocaux et des chatbots.

Les clients sont de mieux en mieux informés.

Avec Internet et l'e-commerce, les clients adoptent de nouveaux comportements dans le choix de leurs achats, ils se renseignent davantage. Ils deviennent de plus en plus exigeants, d'où la nécessité de personnalisation/amélioration de la relation client, des produits et des services, d'offres de plus en plus ciblées et adaptées, prolongation de la relation client sous forme de services complémentaires (avant et après l'achat), livraisons plus rapides et à moindre coût, en tout temps et en tout lieu, ... tout en proposant des alternatives durables.

L'humain devient le centre de la relation client.

Face à un client hyper connecté, omnicanal, mobile, social, plus responsable, plus autonome, mieux informé et plus exigeant, certaines fonctions commerciales sont en pleine transformation avec les nouvelles technologies et l'utilisation de nouveaux outils digitaux mais pas seulement. Les compétences humaines de la vente sont indispensables. Les profils des commerciaux tendraient ainsi à évoluer vers des profils de vendeurs consultants, de conseillers, d'apporteurs de solutions adaptées maîtrisant l'excellence relationnelle pour répondre aux besoins des clients de mieux en mieux informés et de plus en plus exigeants et les fidéliser.

Face aux nombreuses évolutions, les commerces ont tendance à se diriger vers un modèle davantage orienté vers le conseil, l'accompagnement, le service («?servitization?»), l'expérience client, l'image et la personnalisation, pour se différencier, tout en étant associé au canal digital.

La numérisation de l'économie marque le secteur du commerce depuis plusieurs années et la crise du coronavirus a provoqué un essor de l'e-commerce.

La crise sanitaire de la COVID-19 n'a pas apporté de réelle innovation dans le secteur du commerce de détail mais a plutôt contribué à accentuer ou à accélérer les évolutions préexistantes dans le secteur, en particulier celles liées à la digitalisation.

Les effets de la crise sanitaire varient suivant la branche du secteur particulièrement hétérogène du commerce de détail. Le commerce de détail alimentaire a relativement bien traversé la crise sanitaire. A l'inverse, le commerce de détail non alimentaire fait partie des secteurs les plus touchés et de grandes enseignes qui étaient déjà vulnérables avant la crise se retrouvent en grande difficulté, notamment dans le secteur de la mode. Si, au tout début de la crise sanitaire, la perturbation de la chaîne logistique était la principale préoccupation, elle s'est rapidement transformée en une impossibilité d'écouler les stocks de marchandises, pour les commerces non considérés comme essentiels, d'autant plus encore s'ils ne pratiquaient pas le commerce en ligne. Les commerçants qui avaient déjà développé la vente en ligne (ou qui ont su se lancer rapidement - la crise sanitaire ayant accéléré la décision de nombreux commerçants de vendre aussi on-line via une plateforme ou leur propre site) avec une logistique adaptée à la livraison à domicile ont mieux résisté.

Que ce soit pour l'alimentaire ou le non alimentaire, les clients ont eu plus recours qu'avant la crise au commerce en ligne, aux services d'enlèvement de commande, aux paiements automatisés et aux livraisons à domicile mais ils continuent aussi à rechercher, en magasin, une expérience fluide, comme s'ils surfaient sur Internet ou sur une application mobile.

Les grandes enseignes comme les petits détaillants locaux (e-commerce de proximité) doivent tirer les enseignements des changements dans les comportements des consommateurs et leurs manières d'acheter. Il paraît plus que jamais indispensable pour les acteurs du secteur du commerce de détail d'investir ou de continuer à investir dans l'accélération du développement des capacités digitales pour s'adapter à ce besoin accru de technologie, sur toute la chaîne de valeur, et ainsi parvenir à améliorer l'expérience des consommateurs à travers tous les canaux, physiques comme numériques, dans un souci de sécurité, d'hygiène et de service au client.

A côté des investissements stratégiques en matière de sécurité et d'hygiène, des investissements dans les technologies pourraient contribuer à augmenter les ventes en rassurant le client (technologies de réalité augmentée dans les commerces de vêtements pour éviter les essayages, technologies de balises (beacons) pour réguler les flux de clients dans les centres commerciaux ou encore casques de réalité virtuelle pour visualiser sa future cuisine sans se déplacer, ...).

Assurer un parcours d'achat omnicanal fluide, on-line comme off-line, semble plus que jamais indispensable pour attirer et fidéliser le client, tout en garantissant sa sécurité (ainsi que celle du personnel), dans une atmosphère rassurante. L'expérience client repose désormais non seulement sur le phygital (2) mais aussi sur un besoin de sécurité.

Il est impossible de savoir où les consommateurs feront leurs achats, après la période de rattrapage, s'ils continueront à privilégier les commerces de proximité, les supermarchés locaux et l'e-commerce, comme pendant les périodes de confinement.

Si le recours plus important à l'e-commerce devait se matérialiser de manière durable, il constituera, selon la BNB (3), un véritable enjeu pour l'économie belge du fait que ces achats en ligne proviennent à l'heure actuelle majoritairement de l'étranger. D'après les derniers chiffres du Digital Scoreboard de la Commission européenne (4), en 2019, 43,27% des consommateurs établis en Belgique ont fait des achats en ligne auprès de vendeurs basés dans d'autres pays de l'Union européenne (c'est encore plus élevé qu'en 2018 : 38,8 %), soit quasi le double de la moyenne de l'Union européenne (22,17%), ce qui entraîne des pertes de chiffre d'affaires et d'emplois pour les entreprises et des pertes fiscales pour les autorités belges.

Alors que certains commerces rencontraient déjà des difficultés avant la crise, particulièrement dans le non alimentaire, la crise sanitaire a précipité la disparition de détaillants indépendants déjà fragilisés, ou non, avant la crise, la fermeture par les chaînes des points de vente moins rentables, des faillites et des pertes d'emploi.

Si le commerce de détail est connu pour être relativement accessible aux personnes peu qualifiées, au fil du temps, le niveau de compétences nécessaires à l'exercice de la plupart des métiers du secteur tend à s'élever, notamment en raison des évolutions technologiques. Les technologies (Big Data, intelligence

artificielle, internet des objets, réalité augmentée et virtuelle, blockchain, géolocalisation, paiements mobiles, ...) jouant un rôle de plus en plus important, la maîtrise des compétences numériques représente un réel atout pour les travailleurs du secteur.

La Wallonie doit assurer la montée en compétences générales en adéquation avec la transformation digitale des employeurs. Dans sa Déclaration de politique wallonne 2019-2024 (5), le Gouvernement indique d'ailleurs qu'il convient de poursuivre la sensibilisation et la formation des acteurs du commerce de détail à l'usage des outils numériques et aux nouveaux concepts en matière d'expérience d'achat combinant lieu physique et vente en ligne. Il s'engage à : valoriser et intégrer les pôles logistiques wallons dans la chaîne de valeur de l'e-logistique ; à fédérer les initiatives et acteurs en faveur de l'e-commerce dans le cadre d'une approche à l'échelle de la région, en identifiant les secteurs prioritaires d'action et poursuivre nos efforts pour rendre la Wallonie attractive à l'égard des acteurs importants de la vente en ligne ; à accélérer la mise en œuvre du programme de développement de l'initiative « Commerce connecté » afin de mieux accompagner les commerçants dans la révolution numérique ; à développer des outils numériques promouvant les quartiers commerçants et organisant l'achat en ligne de biens vendus par les commerces locaux.

La formation est une des clés majeures pour mieux positionner la Wallonie en matière de commerce connecté, notamment. Anticiper les besoins en compétences et en formations est relativement complexe pour un secteur qui évolue très rapidement, comme la distribution et l'e-commerce.

Depuis plusieurs années, Le Forem veille à structurer et adapter l'offre de formation professionnelle organisée en Wallonie à une analyse de l'environnement et des besoins des employeurs, de l'économie. Il réalise des travaux prospectifs (6) afin de percevoir les évolutions futures des secteurs et métiers en vue d'influencer l'offre de prestation pour répondre aux besoins de demain.

En 2013, Le Forem a entamé une démarche prospective visant à déterminer, à l'aide d'une approche globalisante et objectivante, les « métiers d'avenir » pour la Wallonie. Ces analyses visent à influencer l'offre de services interne mais aussi externe au Forem (accompagnement/formation/orientation), à favoriser le partenariat et à informer le public. Une première publication "Métiers d'avenir" (7), dans une vision à moyen terme et pour la Wallonie, qui balayait les différents facteurs d'évolution du secteur et leurs effets présumés sur l'évolution des métiers est parue.

Sur base des métiers d'avenir ainsi identifiés, une analyse en profondeur « métier par métier » se fondant sur la méthode Ability2Perform est mise en œuvre depuis 2014 et permet de mieux cerner les évolutions des métiers et d'adapter, après l'analyse de grands domaines de transformation attendus, l'offre de prestations. Les métiers de data scientist, de directeur commercial, de responsable des ventes à l'international, de responsable marketing digital, de community manager, de coordinateur logistique IT, de manager logistique et de conseiller clientèle ont, par exemple, été analysés (8).

En 2016, Le Forem a organisé, pour chaque domaine d'activités stratégiques de Wallonie (DAS), des tables rondes réunissant une série d'experts internes et externes, afin de réaliser une analyse approfondie des grandes tendances de la transition numérique et de ses effets sur les activités, les métiers et les compétences du secteur du commerce qui ont fait l'objet d'une publication (9). Les experts ont entre autres souligné la nécessité de compléter les compétences en vente par la gestion des moyens de paiements en e-commerce ; la capacité de coordonner l'ensemble des services pour qu'il y ait une cohérence entre tous les canaux de vente (e-commerce et autres) incluant les opérations depuis l'approvisionnement jusqu'à la logistique ; la capacité de comprendre les mécanismes couverts par l'ERP (Enterprise Resource Planning ou Progiciels de Gestion Intégrés) dans la vente ; la capacité de percevoir les liens entre les dispositifs (CRM - Customer Relationship Management ou Gestion de la Relation Client) qui devient une qualité nécessaire chez les managers mais aussi d'autres spécialistes ; la capacité d'interpréter des chiffres de vente en e-commerce ; la capacité de calculer la rentabilité d'un site e-commerce en lien avec les KPI (Key Performance Indicator ou indicateurs clés de performance), etc.

En 2018, de nouvelles tables rondes (10) ont été organisées afin d'adapter les constats de 2016 et particulièrement de les prioriser. Lors de la table ronde du DAS Commerce, les experts ont mentionné davantage de compétences en lien avec la digitalisation de l'économie : « Pour de nombreux métiers, il apparaît indispensable d'ajouter des modules sur l'aspect digital, technologique... ». Les experts ont également rappelé l'importance des compétences non-techniques (attitude centrée client, motivation, dynamisme, leadership, assertivité, empathie, communication en réunion d'équipes, prioriser, gestion du temps, du stress, d'un conflit interne ou avec un client, ...).

Chaque année, le Forem dresse la liste des fonctions critiques et en pénurie (11), laquelle reprend des métiers pour lesquels on observe des difficultés de recrutement des entreprises (problème de qualification, expérience nécessaire, maîtrise des langues, conditions de travail, etc.). Parmi ceux-ci, certains sont en

pénurie de main-d'œuvre, c'est-à-dire que, pour ces métiers, on note également un manque quantitatif de candidats. Pour les métiers en pénurie, il existe, sous certaines conditions, des dispenses pour suivre des études de plein exercice, de promotion sociale ou une formation en alternance. Dans la liste 2020, on retrouve, entre autres, le délégué commercial en biens d'équipements professionnels (M/F/X), le responsable commercial (M/F/X), l'assistant commercial (M/F/X), le directeur de grande surface (M/F/X), l'attaché technico-commercial (M/F/X) (pénurie).

(1) Source : SPF Economie, P.M.E., Classes Moyennes et Energie, NACE-BEL 2008 Nomenclature des activités économiques avec notes explicatives.

(2) Le « phygital » est un concept marketing qui désigne l'alliance des boutiques physiques et du digital.

(3) Source : BNB, La crise sanitaire et les différentes mesures qu'elle a engendrées continuent de peser sur le rebond de la consommation privée en Belgique, 29 juillet 2020.

Voir <https://www.nbb.be/fr/articles/la-crise-sanitaire-et-les-differentes-mesures-quelle-engendrees-continuent-de-peser-sur-le>.

(4) Source : Digital Scoreboard de la Commission européenne. Voir https://digital-agenda-data.eu/datasets/digital_agenda_scoreboard_key_indicators/visualizations

(5) Source : Déclaration de politique wallonne 2019-2024. Voir https://www.wallonie.be/sites/default/files/2019-09/declaration_politique_regionale_2019-2024.pdf

(6) Voir <https://www.leforem.be/chiffres-et-analyses/prospectives.html>

(7) Métiers d'avenir - Etats des lieux du secteur du commerce de gros et de détail. Voir https://www.leforem.be/MungoBlobs/1391423795024/17_Commerce_gros_detail.pdf

(8) Voir : <https://www.leforem.be/chiffres-et-analyses/metiers-d-avenir-prospectives-abilitic2perform.html>

(9) Métiers d'avenir 4.0 - Effets de la transition numérique sur le secteur de la distribution et de l'e-commerce. Voir https://www.leforem.be/MungoBlobs/1391428411855/20160614_MAV_4_0_Synthese_E_COMMERCE%2C0.pdf

(10) Analyse des besoins en formation professionnelle par domaine d'activités stratégiques en Wallonie. Voir https://www.leforem.be/MungoBlobs/1391441225807/20181001_Prospectives_Analyse_besoins_en_formation.PDF

(11) Métiers en tension de recrutement en Wallonie - Liste des métiers/fonctions critiques et en pénurie (hors métiers de l'enseignement) - Liste 2020. Voir https://www.leforem.be/MungoBlobs/1391501709248/202006_Analyse_metiers_tension_recrutement_wallonie_2020.pdf

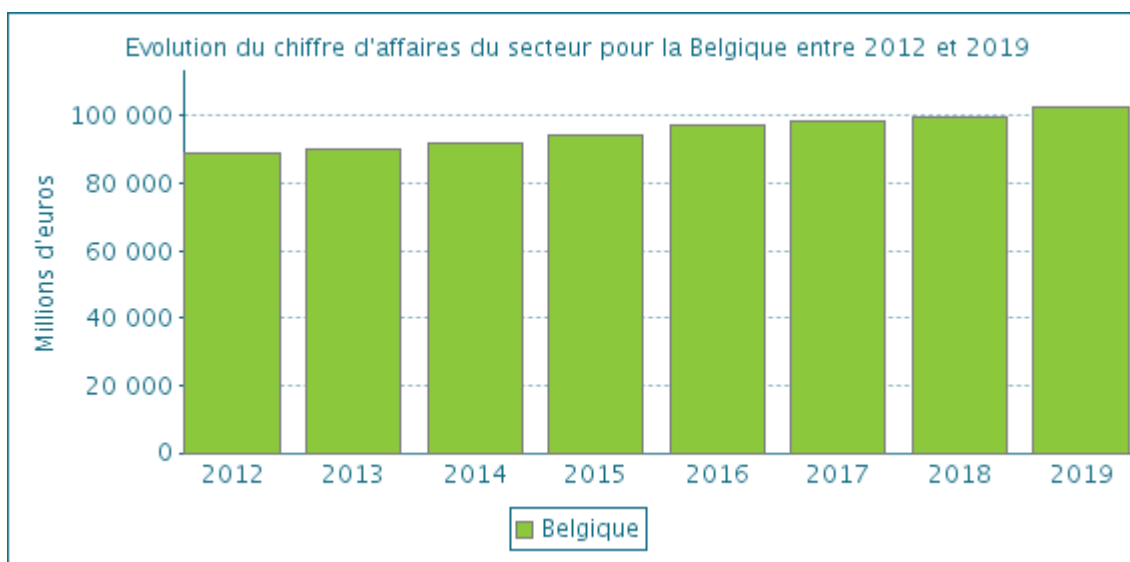
Positionnement économique du secteur

Chiffre d'affaires

En Belgique, le chiffre d'affaires réalisé par le secteur du commerce de détail a atteint 102,5 milliards d'euros en 2019, ce qui représente une hausse de près de 3 % à un an d'écart et de 15 % par rapport à 2012.

Le principal sous-secteur est le commerce de détail en magasin non spécialisé (c'est-à-dire les magasins d'alimentation générale, les supérettes, les supermarchés, les hypermarchés mais aussi les grands magasins et magasins proposant une large gamme de produits (alimentaires, boissons, habillement, articles de sport, cosmétiques, etc.). Il génère à lui seul près de la moitié (47 %) du chiffre d'affaires total du secteur.

Viennent ensuite les autres commerces de détail en magasin spécialisé (vente d'articles d'habillement, chaussures et maroquinerie, produits pharmaceutiques et médicaux, montres, souvenirs, produits d'entretien, fleurs, biens d'occasion, etc.) qui fournissent plus du cinquième du chiffre d'affaires total du secteur puis le commerce de détail d'autres équipements du foyer en magasin spécialisé (équipements ménagers tels que textiles (tissus, linges de maison, fils à tricoter, etc.), quincailleries, tapis, appareils électriques ou meubles, etc.) qui génère un dixième du chiffre d'affaires total du secteur.

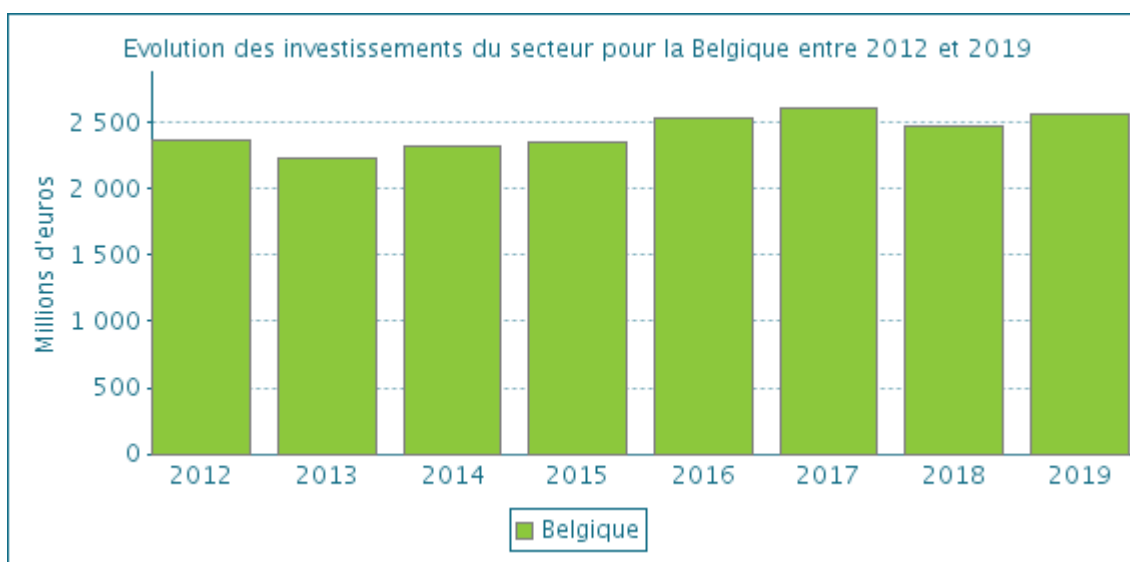


Source : Direction générale Statistique - Statistics Belgium, calculs le Forem

Investissements

En 2019, en Belgique, les investissements des entreprises du commerce de détail sont repartis à la hausse à un an d'écart (+ 4 %) pour atteindre 2,57 milliards d'euros, après avoir enregistré une baisse de 5 % en 2018.

Près de la moitié des investissements du secteur (47 %) ont été réalisés dans le sous-secteur du commerce de détail en magasin non spécialisé (c'est-à-dire les magasins d'alimentation générale, les supérettes, les supermarchés, les hypermarchés mais aussi les grands magasins et magasins proposant une large gamme de produits (alimentaires, boissons, habillement, articles de sport, cosmétiques, etc...)), plus du quart (27 %) dans le sous-secteur des autres commerces de détail en magasin spécialisé (vente d'articles d'habillement, chaussures et maroquinerie, produits pharmaceutiques et médicaux, montres, souvenirs, produits d'entretien, fleurs, biens d'occasion, etc.), 9 % dans le sous-secteur du commerce de détail d'autres équipements du foyer en magasin spécialisé (équipements ménagers tels que textiles (tissus, linges de maison, fils à tricoter, etc.), quincailleries, tapis, appareils électriques ou meubles, etc.) et 8 % dans le sous-secteur du commerce de détail alimentaire en magasin spécialisé.

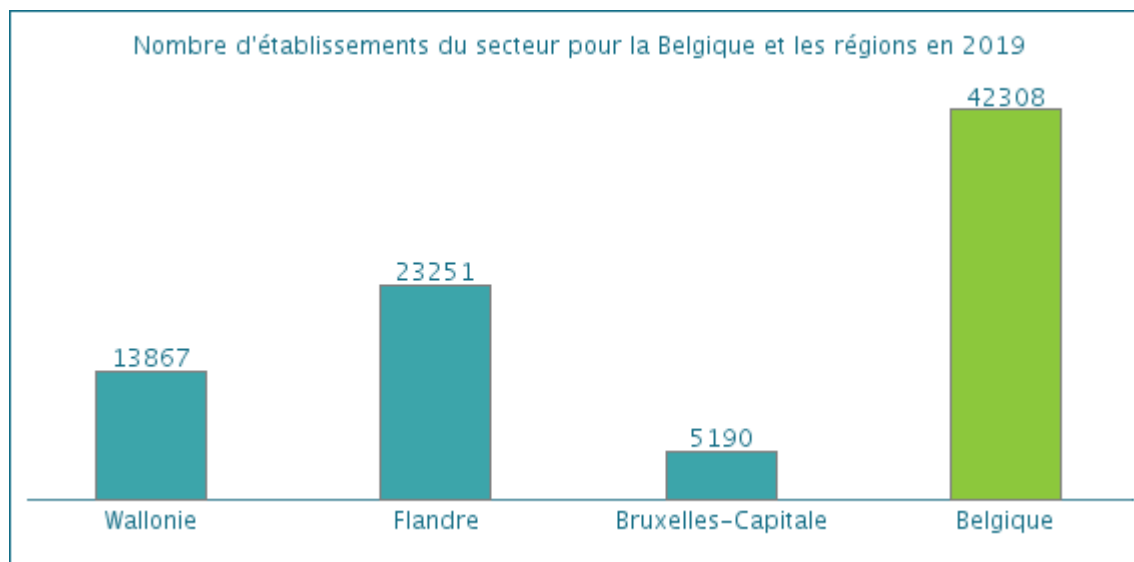


Source : Direction générale Statistique - Statistics Belgium, calculs le Forem

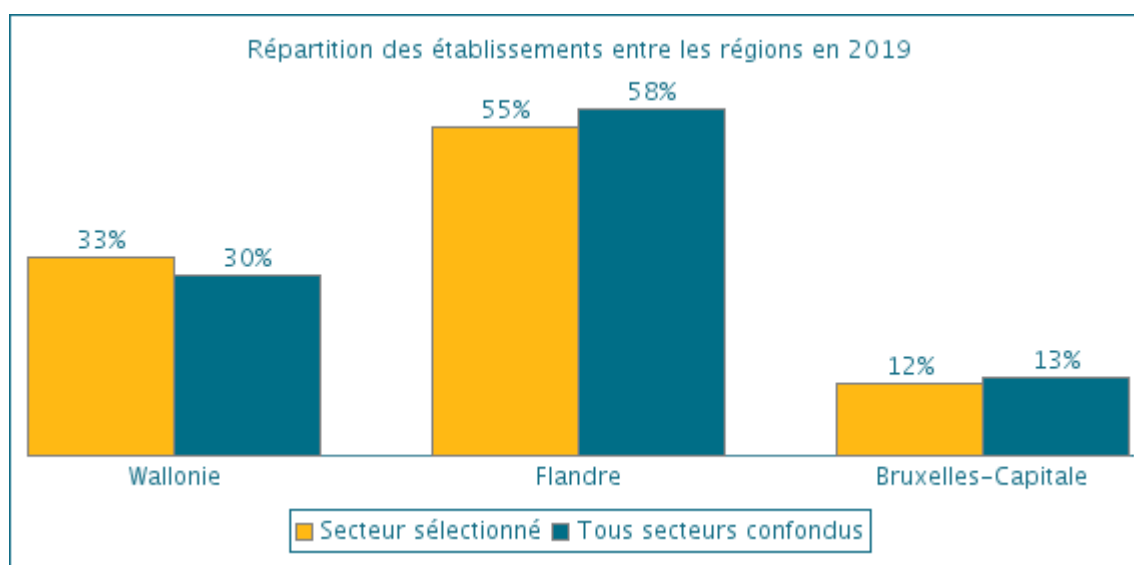
Belgique

En 2019, le secteur du commerce de détail regroupait 42.308 entreprises (1) en Belgique, soit 14 % du total des entreprises du pays, tous secteurs confondus.

55 % des entreprises du secteur du commerce de détail sont situées en Flandre, 33 % en Wallonie et 12 % à Bruxelles-Capitale. Cette répartition des entreprises du secteur entre les régions est fort semblable à la répartition, tous secteurs confondus.



Source: ONSS, statistiques décentralisées, 30 juin 2019, calculs le Forem

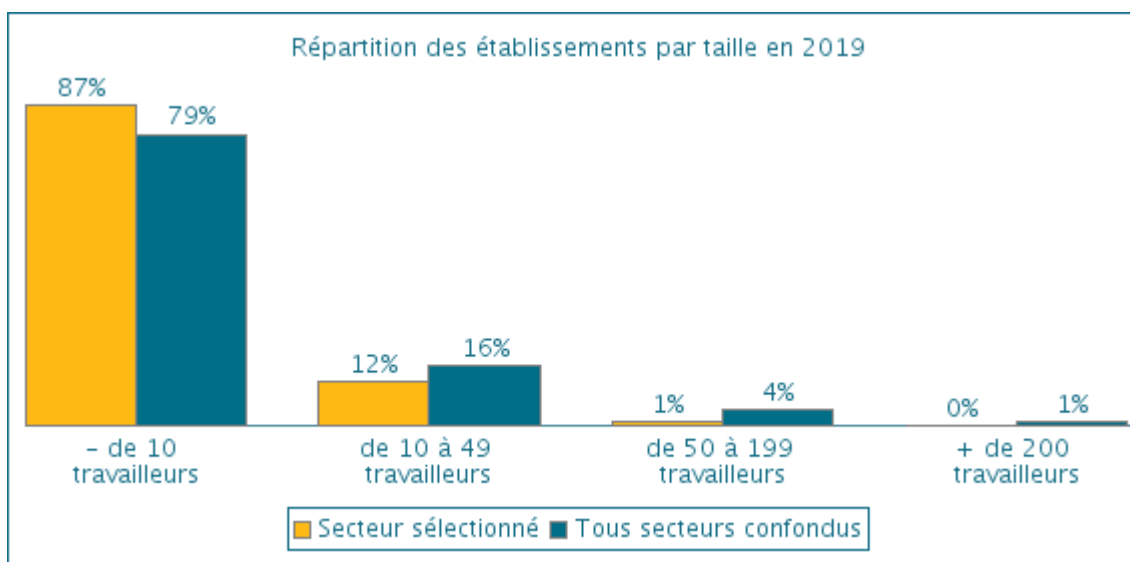


Source: ONSS, statistiques décentralisées, 30 juin 2019, calculs le Forem

Wallonie

En Wallonie et pour l'année 2019, le commerce de détail regroupe 13.867 entreprises, soit 16 % de l'ensemble des entreprises situées en Wallonie.

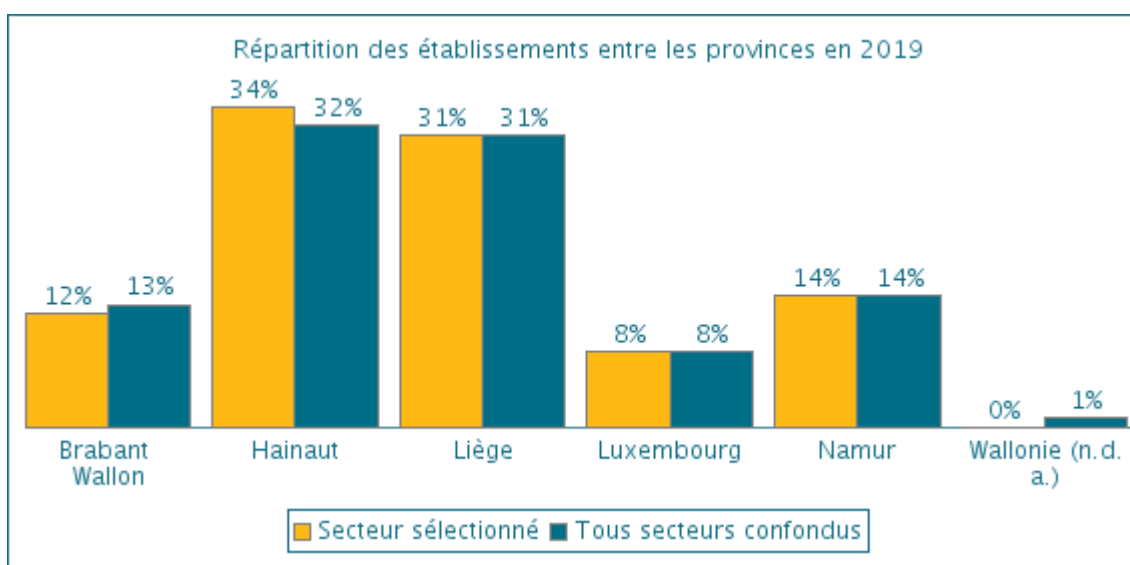
En Wallonie, 87 % des entreprises du commerce de détail occupent moins de 10 travailleurs, contre 79 % si on considère l'ensemble des entreprises, tous secteurs confondus. Les entreprises de 10 à 49 travailleurs représentent 12 % du total du secteur et 16 %, tous secteurs confondus. Les entreprises de 50 à 199 travailleurs représentent à peine 1 % des entreprises du commerce de détail, contre 4 % du total des entreprises, tous secteurs confondus.



Source: ONSS, statistiques décentralisées, 30 juin 2019, calculs le Forem

En Wallonie, la répartition par province des entreprises du secteur du commerce de détail est fort semblable à celle de l'ensemble des entreprises, tous secteurs confondus.

Les provinces de Hainaut (34 %) et de Liège (31 %) concentrent deux tiers des entreprises du commerce de détail.



Source: ONSS, statistiques décentralisées, 30 juin 2019, calculs le Forem

(1) Le terme "établissement" désigne, pour les statistiques ONSS, l'unité d'établissement c'est-à-dire un lieu d'activité, géographiquement identifiable par une adresse où s'exerce au moins une activité de l'entreprise. Il ne faut donc pas confondre avec la notion d'employeur (un employeur peut compter différentes unités d'établissement).

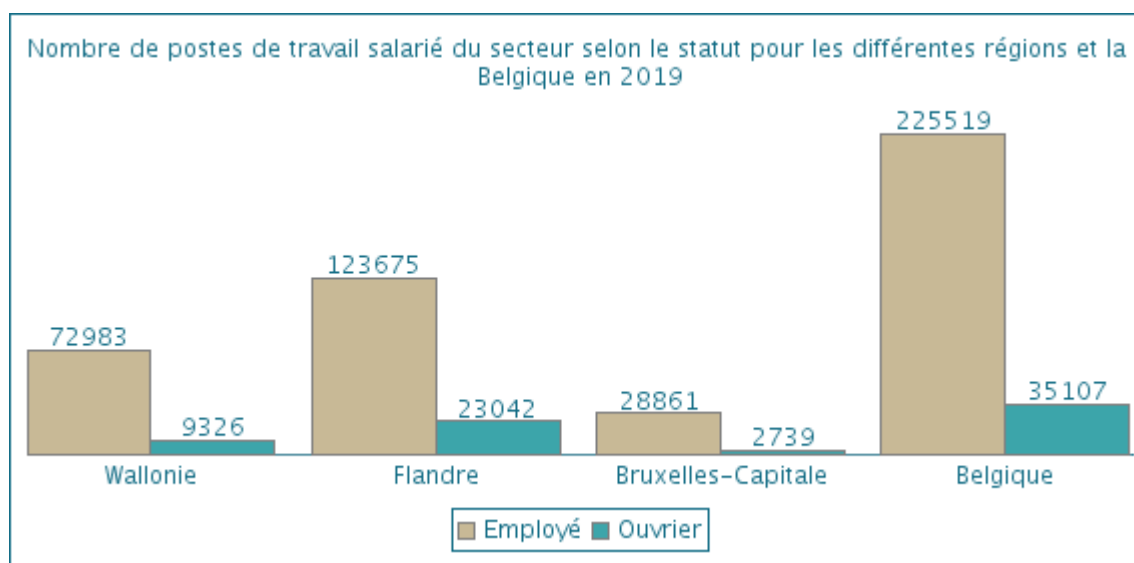
Emploi dans le secteur

Niveau d'emploi

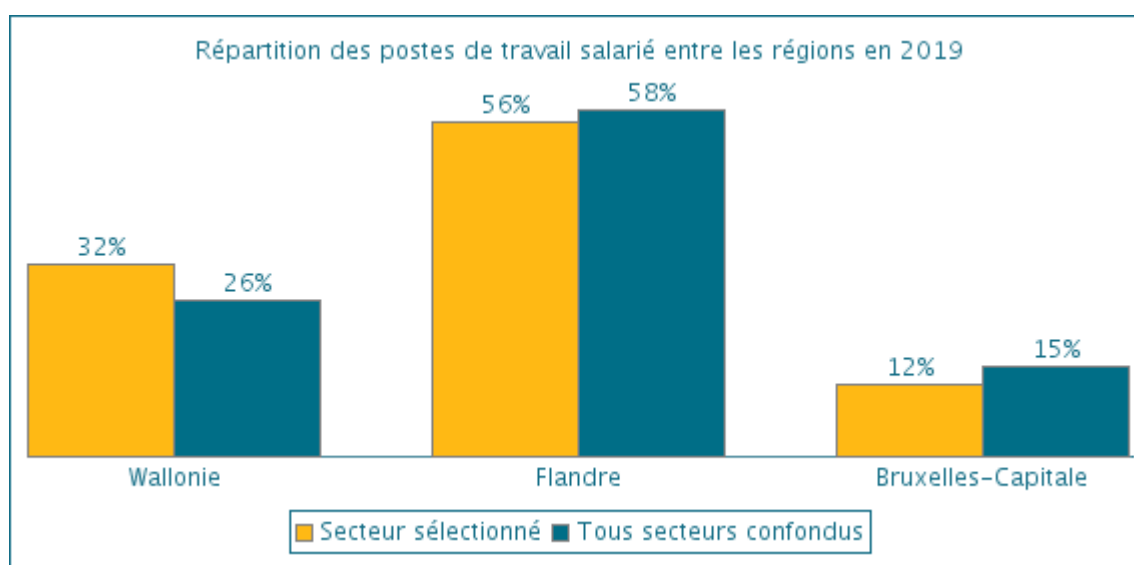
Belgique

Avec 260.626 postes de travail salarié (1) en 2019 (dont 87 % d'employés et 13 % d'ouvriers), le commerce de détail représente plus de 6 % de l'emploi salarié total du pays.

La répartition des postes de travail salarié du commerce de détail entre les trois régions indique que la Flandre concentre 56 % de ces postes, contre 32 % pour la Wallonie et 12 % pour Bruxelles-Capitale. Par rapport à 2012, l'emploi salarié dans le secteur a augmenté de 4 %.



Source: ONSS, statistiques décentralisées, 30 juin 2019, calculs le Forem



Source: ONSS, statistiques décentralisées, 30 juin 2019, calculs le Forem

Wallonie

En 2019, la Wallonie compte 82.309 postes de travail dans le secteur du commerce de détail, soit près de 8 % de l'emploi salarié total de la région.

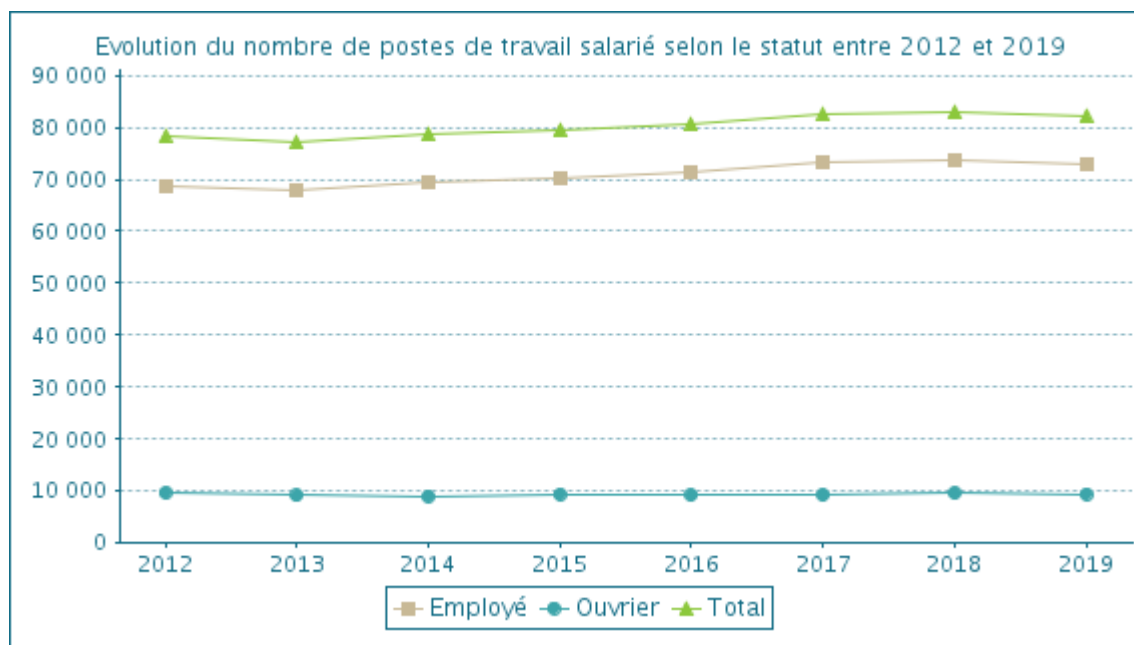
89% des travailleurs du secteur sont des employés et 11% des ouvriers.

Le principal sous-secteur est celui du commerce de détail en magasin non spécialisé (c'est-à-dire les magasins d'alimentation générale, les supérettes, les supermarchés, les hypermarchés mais aussi les grands magasins et magasins proposant une large gamme de produits (alimentaires, boissons, habillement, articles de sport, cosmétiques, etc...) qui concentre 40% des postes de travail salarié du commerce de détail. Viennent ensuite les autres commerces de détail en magasin spécialisé (vente d'articles d'habillement, chaussures et maroquinerie, produits pharmaceutiques et médicaux, montres, souvenirs, produits d'entretien, fleurs, biens d'occasion, etc.) qui regroupent 28 % des postes de travail salarié du secteur, le commerce de détail d'autres équipements du foyer en magasin spécialisé (équipements ménagers tels que textiles (tissus, linges de maison, fils à tricoter, etc.), quincailleries, tapis, appareils

électriciens ou meubles, etc.) avec 13 % des postes de travail salarié du secteur et le commerce de détail alimentaire en magasin spécialisé avec 8 % des postes.

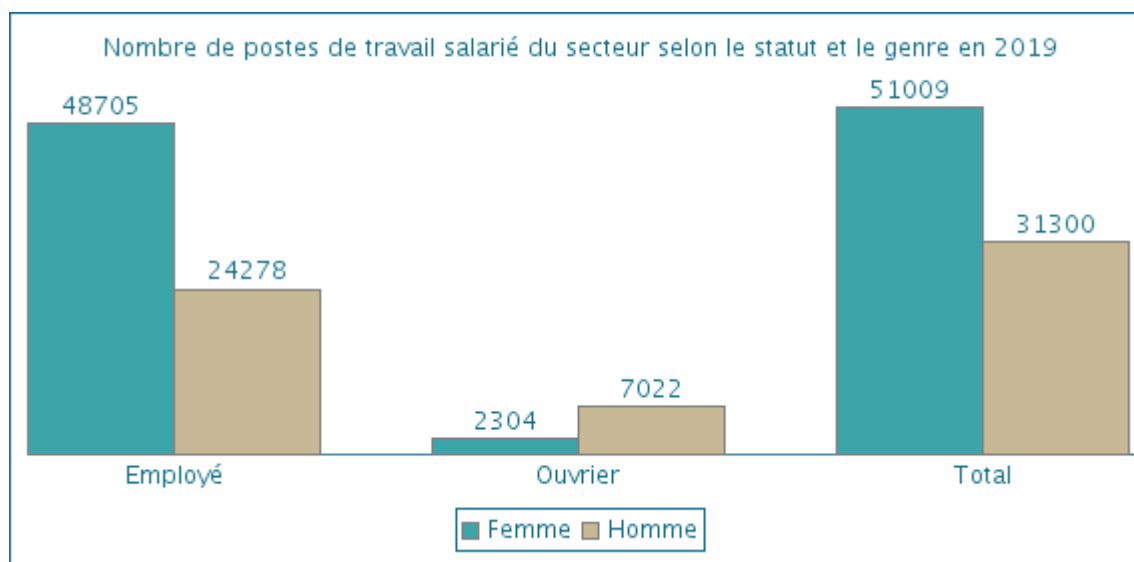
Après cinq années de hausse sur base annuelle, le nombre total de postes de travail salarié du secteur s'est réduit de 1 % (soit - 827 postes) en 2019, par rapport à 2018.

Si, globalement, l'emploi salarié total du secteur a augmenté de 5,1 % sur la période 2012-2019 c'est essentiellement dû à la hausse du nombre d'employés (+ 6,1 %) ; le nombre d'ouvriers ayant diminué (- 2,4 %).



Source: ONSS, statistiques décentralisées, 30 juin 2012-2019, calculs le Forem

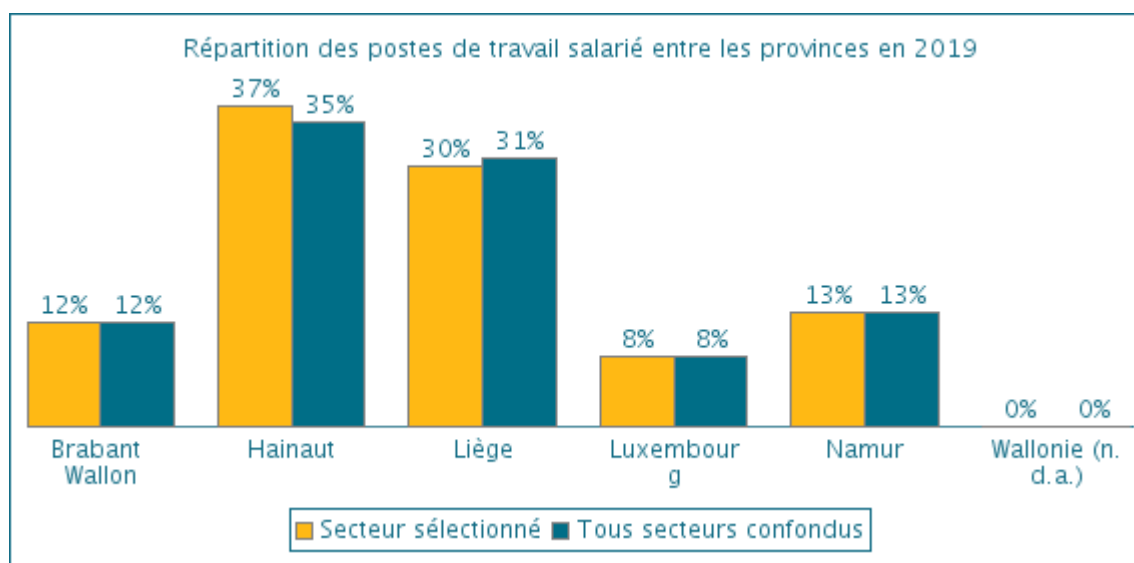
En Wallonie, 62 % des postes de travail salarié dans le commerce de détail sont occupés par des femmes. La part des femmes atteint 67 % parmi les employés, contre seulement 25 % parmi les ouvriers.



Source: ONSS, statistiques décentralisées, 30 juin 2019, calculs le Forem

En Wallonie, ce sont les provinces de Hainaut (37%) et de Liège (30 %) qui sont les plus pourvoyeuses d'emplois salariés dans le secteur du commerce de détail. Si on considère l'emploi salarié de l'ensemble des

secteurs, la répartition par province est fort semblable à celle observée pour le seul secteur du commerce de détail.



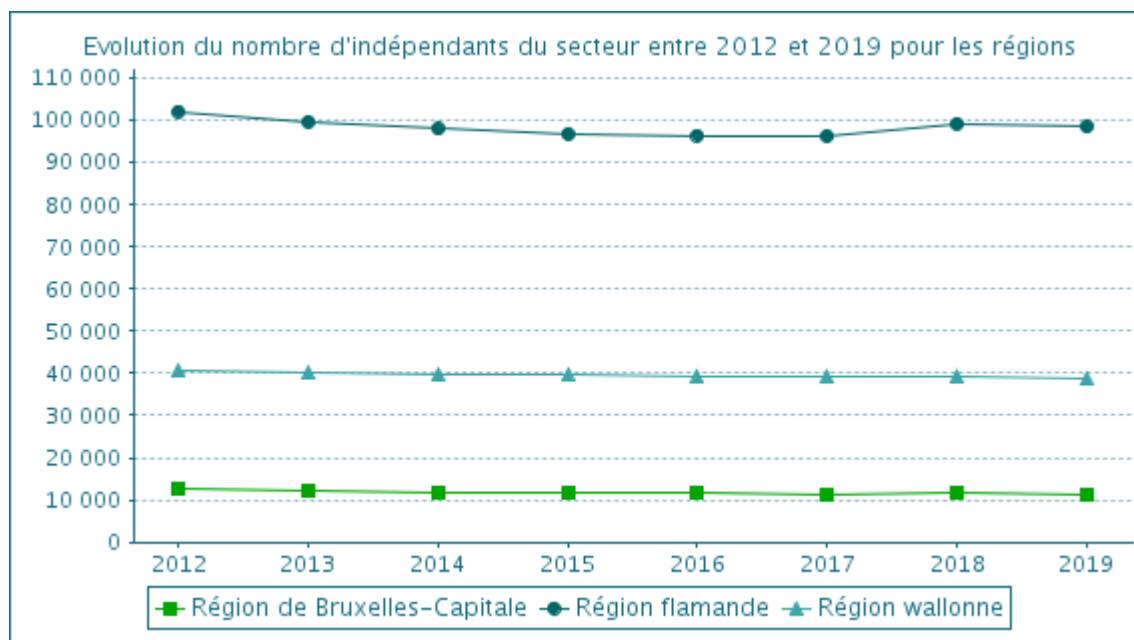
Source: ONSS, statistiques décentralisées, 30 juin 2019, calculs le Forem

Les indépendants

En 2019, 13,7% des indépendants (2) résidant en Belgique (soit 150.250 personnes) exercent leur activité dans le secteur du commerce de détail.

La majorité de ces indépendants proviennent de Flandre (66 %, contre 26 % de Wallonie et 8 % de Bruxelles-Capitale).

Par rapport à 2012, dans le secteur du commerce de détail, le nombre d'indépendants a diminué de 4,4% en Belgique (- 3,6 % en Flandre, - 5,2 % en Wallonie et - 8,9 % à Bruxelles-Capitale).



Source : INASTI 2012 - 2019, calculs le Forem

Associations sectorielles

Ci-dessous vous trouverez une liste non-exhaustive d'associations sectorielles (fédérations patronales, associations paritaires, centres de compétences, clusters ou autres).

APB	Association Pharmaceutique Belge
	http://https://www.apb.be/fr/corp/Pages/default.aspx

APLSIA	Association Professionnelle du Libre Service Indépendant en Alimentation
	http://https://www.aplsia.be/

APVD	Association Professionnelle de la Vente Directe
	http://www.apvd.be

BFTF	Belgian Fair Trade Federation
	http://www.bftf.be

BRAFCO	Fédération Butane Propane
	http://www.brafco.be/FR

COMEOS	Fédération pour le commerce et les services
	http://https://www.comeos.be/home

EDUCAM	Centre de coordination pour la formation dans le secteur automobile et dans les secteurs du commerce du métal, de la récupération des métaux et des métaux précieux
	http://https://www.educam.be

FeBeD	Fédération belge des distributeurs en boissons
	http://www.febed.be

Forem Formation Management et Commerce	Centre de compétence dans les domaines du management, du commerce, de la grande distribution, de l'exportation et de la création d'activités
	http://https://www.formation-management-commerce.be/

FPB	Fédération pétrolière de Belgique
	http://https://www.petrofed.be/fr

FWH asbl	Fédération wallonne Horticole
	http://www.fwhnet.be/

IREC	Fonds de formation de l'industrie belge Mode & Confection
	http://https://www.irec.be/

IVB	Association Interprofessionnelle pour la Viande Belge http://https://www.ivb-interprof.be/interprofessionele-vereniging-voor-het-belgisch-vlees.html?lang=2
LFB	Association des libraires francophones de Belgique http://https://www.librairesfrancophones.org/europe-libraires/belgique.html
RECREABEL	Association belge de fournisseurs d'équipements de jeu, de mobilier de parc et jardin et d'autres produits et services destinés au secteur récréatif http://https://www.fedustria.be/fr/textile-bois-ameublement/hout-meubelindustrie/andere/recreabel

Commissions paritaires

Ci-dessous vous trouverez les principales commissions paritaires liées au secteur.

Numéro de la CP	Intitulé de la CP
100	Commission paritaire auxiliaire pour ouvriers
109	Commission paritaire de l'industrie de l'habillement et de la confection
119	Commission paritaire du commerce alimentaire
124	Commission paritaire de la construction
126	Commission paritaire de l'ameublement et de l'industrie transformatrice du bois
127	Commission paritaire pour le commerce de combustibles
149	Commission paritaire des secteurs connexes aux constructions métallique, mécanique et électrique
201	Commission paritaire du commerce de détail indépendant
202	Commission paritaire pour les employés du commerce de détail alimentaire
207	Commission paritaire pour employés de l'industrie chimique
211	Commission paritaire pour employés de l'industrie et du commerce du pétrole
218	Commission paritaire nationale auxiliaire pour employés
302	Commission paritaire de l'industrie hôtelière
311	Commission paritaire des grandes entreprises de vente au détail
312	Commission paritaire des grands magasins
313	Commission paritaire pour les pharmacies et offices de tarification

Métiers du secteur

Les métiers les plus demandés par le secteur d'activités, c'est-à-dire classés par ordre décroissant du nombre d'opportunités d'emploi gérées par le Forem en 2020 en provenance de ce secteur.

[Vendeur/vendeuse en produits frais \(commerce de détail\) \(14212\)](#)

Métiers du groupe: Vendeur détaillant en produits frais (1421201)

[Employé/employée de libre-service \(14111\)](#)

Métiers du groupe: Réassortisseur (1411101)

[Préparateur/préparatrice en boucherie et produits carnés \(47122\)](#)

Métiers du groupe: Boucher (4712201), Préparateur en produits carnés (4712202)

[Préparateur/préparatrice en boulangerie-viennoiserie \(47111\)](#)

Métiers du groupe: Boulanger (4711101)

[Agent/agente du stockage et de la répartition de marchandises \(43311\)](#)

Métiers du groupe: Préparateur de commandes en logistique (4331103), Magasinier (4331101)

[Hôte/hôtesse de caisse de libre-service \(14112\)](#)

Métiers du groupe: Caissier de libre-service (1411201)

[Vendeur/vendeuse en alimentation générale \(14213\)](#)

Métiers du groupe: Vendeur en alimentation générale (1421301)

[Vendeur/vendeuse en articles de luxe \(non alimentaires\) \(14226\)](#)

Métiers du groupe: Vendeur en articles de luxe (non alimentaires) (1422601)

[Vendeur/vendeuse en équipement de la personne \(14223\)](#)

Métiers du groupe: Vendeur en équipement de la personne (1422301)

[Vendeur/vendeuse en produits utilitaires \(outillage, bricolage, droguerieetc.\) \(14221\)](#)

Métiers du groupe: Vendeur en produits utilitaires (outillage, bricolage, droguerie) (1422101)

[Caissier/caissière \(14121\)](#)

Métiers du groupe: Caissier (hors libre service) (1412101)

[Vendeur/vendeuse en équipement du foyer \(14222\)](#)

Métiers du groupe: Vendeur en équipement du foyer (1422201)

[Responsable des ventes \(33113\)](#)

Métiers du groupe: Responsable commercial (3311301), Responsable de la promotion des ventes (3311302)

[Directeur/directrice de magasin \(33124\)](#)

Métiers du groupe: Directeur de grande surface (3312401), Directeur de magasin de détail (3312402)

[Cadre de gestion administrative des ventes \(33115\)](#)

Métiers du groupe: Assistant commercial (3311502), Responsable de gestion administrative des ventes (3311501), Responsable de la relation clientèle (3311503)

[Préparateur/préparatrice en pâtisserie-confiserie \(47112\)](#)

Métiers du groupe: Glacier (Préparateur en produits de pâtisserie-confiserie) (4711204), Confiseur (4711203), Chocolatier (4711202), Pâtissier (4711201)

[Conducteur-livreur/conductrice-livreuse \(43113\)](#)

Métiers du groupe: Chauffeur service express (4311305), Chauffeur livreur (sur une tournée) (4311302)

[Vendeur/vendeuse en produits culturels et ludiques \(14225\)](#)

Métiers du groupe: Vendeur en produits culturels, ludiques et artistiques (1422501)

Conducteur/conductrice de transport de marchandises (réseau routier) (43114)

Métiers du groupe: Chauffeur de poids lourd (4311401)

Chef de rayon produits frais (14113)

Métiers du groupe: Chef de rayon produits alimentaires (1411301)

Fleuriste (14227)

Métiers du groupe: Vendeur fleuriste (1422701)

Attaché commercial/attachée commerciale en biens de consommation auprès des entreprises (14313)

Métiers du groupe: Délégué commercial en biens de consommation (1431301)

Agent administratif/agente administrative d'entreprise (12121)

Métiers du groupe: Aide-comptable (1212101), Employé administratif (1212104)

Préparateur/préparatrice en pharmacie (24213)

Métiers du groupe: Assistant pharmaceutico-technique (2421301)

Nettoyeur/nettoyeuse de locaux et de surfaces (11211)

Métiers du groupe: Technicien de surface (1121101)

Codes NACE

Le secteur Commerce de détail est composé des codes Nace-Bel 2008 suivants :

- 47.1 Commerce de détail en magasin non spécialisé
- 47.2 Commerce de détail alimentaire en magasin spécialisé
- 47.3 Commerce de détail de carburants automobiles en magasin spécialisé
- 47.4 Commerce de détail d'équipements de l'information et de la communication en magasin spécialisé
- 47.5 Commerce de détail d'autres équipements du foyer en magasin spécialisé
- 47.6 Commerce de détail de biens culturels et de loisirs en magasin spécialisé
- 47.7 Autres commerces de détail en magasin spécialisé
- 47.8 Commerce de détail sur éventaires et marchés
- 47.9 Commerce de détail hors magasin, éventaires ou marchés
- 95.2 Réparation de biens personnels et domestiques

N.B. Cette plateforme d'information donne un éclairage sur différentes facettes du marché de l'emploi: les secteurs d'activités, les métiers et professions, les études et formations professionnalisantes. Elle n'a pas de prétention à fournir une analyse exhaustive de tous les aspects de l'activité du marché du travail.