

LE COMMERCE DE DÉTAIL EN WALLONIE

Le Forem, dans le cadre de sa mission d'analyse des besoins du marché de l'emploi, a initié depuis 2002 un ensemble d'études approfondies d'écosystèmes¹ maillant l'activité sociale et économique en Wallonie².

Paru en 2003, l'écosystème du commerce et de la distribution fait l'objet en 2013 d'une actualisation qualitative des constats. Le but de l'étude est d'appréhender la vision actuelle et prospective que les acteurs ont du développement de leur écosystème et de son environnement. Divers aspects y sont abordés : le système des valeurs, l'image de ses métiers et de leur évolution ; les normes et la réglementation en vigueur, la vision de la concurrence, la gestion des ressources humaines, ... Plus largement, c'est

le fonctionnement de l'écosystème, de l'économie et des facteurs environnementaux qui sont examinés. L'objectif est également de fournir au Forem une compréhension de la dynamique d'évolution de l'écosystème et des besoins de formation explicites et latents qui y émergent.

Cette nouvelle édition se concentre plus particulièrement sur le commerce de détail. L'approche s'est basée sur des interviews approfondies³ (avec un zoom sur l'e-commerce réalisé via un questionnaire en ligne⁴) et décrit quelques-unes des évolutions observées ces 10 dernières années, sans pour autant prétendre à l'exhaustivité. Ce focus présente une brève synthèse du rapport complet accessible via le site du Forem (voir note 2).

MUTATIONS ET NOUVEAUX ENJEUX

Dans un climat économique européen morose, le revenu des ménages est sans conteste en lien direct avec les habitudes d'achat. Les ménages tentent de limiter leurs dépenses, ou du moins de dépenser « mieux ». Ainsi, le prix est le premier critère d'achat pour plus d'un consommateur sur deux, viennent ensuite la qualité, la fraîcheur du produit et le goût (en ce qui concerne l'alimentation). Les appellations et labellisations sont de plus en plus nombreuses mais ne font pas partie des critères déterminants. Par contre, il y a un intérêt de la part de tous les consommateurs pour des produits « éthiques ».

Le phénomène de vieillissement de la population, l'arrivée de nouvelles technologies (scanners individuels, achats en ligne, moteurs de comparaison des prix, géolocalisation des produits, publicités ciblées en fonction des habitudes d'achats, ...) vont élargir considérablement les possibilités de vente mais aussi la concurrence entre commerçants.

ÉTAT DU SECTEUR

Depuis plus d'une décennie, l'offre commerciale se développe principalement en périphérie des centres urbains, souvent au détriment des centres villes où le nombre de commerces vides tend à croître.

Globalement la Belgique, avec 18 commerces pour 1 000 habitants, se caractérise par une forte densité commerciale comparativement à d'autres pays d'Europe. En Wallonie, cinq grandes villes se démarquent par leur densité commerciale (Mons, Charleroi, Namur, Louvain-la-Neuve et Liège), alors qu'en Flandre la couverture commerciale est plus dense et se répartit de manière plus homogène entre grandes et petites villes.

Par ailleurs, le commerce de gros et de détail est le premier secteur pourvoyeur d'emplois indépendants, avec plus de 90 000 indépendants en Wallonie⁵, dont, plus

d'un sur deux est âgé de plus de 45 ans. Seulement 16 % d'entre eux ont moins de 35 ans. La question de la reprise de nombreux commerces liée aux départs en pension va donc se poser prochainement. Au travail indépendant, s'ajoutent à l'écosystème du commerce de détail plus de 76 000 postes de travail salarié en Wallonie⁶. Les seules provinces de Liège et de Hainaut concentrent près de 65 % de l'emploi salarié.

Le tissu entrepreneurial wallon est composé de 12 758 unités locales d'établissements dont près de 7 sur 10 emploient moins de 5 salariés. Le nombre de sites employant entre 5 et 99 travailleurs a tendance à croître, au détriment des plus petites structures employant moins de 5 travailleurs.

1 La notion d'écosystème suppose qu'à l'échelle du territoire observé, les entreprises considérées forment un système, c'est-à-dire qu'elles entretiennent des rapports similaires avec un environnement commun. La similarité concerne l'offre de produits/services (répondant à des besoins/fonctions voisin(e)s), le type de marché auquel elles s'adressent, le type de contraintes/réglementations légales auxquelles elles sont soumises, et éventuellement par le type de rapports qu'elles entretiennent entre elles (chaînes de sous-traitances, fournitures de biens/services, complémentarité, concurrence, etc.)

2 Les rapports de synthèse des études écosystèmes sont consultables sur le site du Forem : <http://www.leforem.be/chiffres-et-analyses/analyses-et-actualites/marche-de-l-emploi-wallon-analyses/ecosystemes.html>

3 La première enquête se base sur des interviews conduites en face à face auprès de 48 acteurs du secteur en Wallonie (PME, associations sectorielles, etc.).

4 La deuxième enquête a permis de récolter les avis de 42 entreprises sur leurs pratiques de l'e-commerce et leurs besoins en compétences en la matière.

5 INASTI, fin décembre 2011. Les données INASTI ne permettent pas de distinguer le commerce de gros du commerce de détail.

6 ONSS, données décentralisées à fin 2010.

Plus de 95 000 demandeurs d'emploi inoccupés (DEI) étaient positionnés à fin 2012 sur un métier de l'écosystème, soit une hausse de 6,2% par rapport à 2011¹. La demande d'emploi est majoritairement féminine (66% de femmes), jeune (50% des DEI sont âgés de moins de 30 ans) et peu scolarisée (50% n'ont pas dépassé le secondaire du 2ème degré). Un peu moins de la moitié des DEI présente une durée d'inoccupation inférieure à un an.

Enfin en 2012, le Forem a géré 10 349 opportunités d'emploi (ou postes) issues du secteur du commerce de détail, ce qui représente une diminution de 12,7% par rapport à

2011. Tous métiers confondus, le type de contrat le plus fréquemment proposé est le contrat intérimaire (32,6%), suivi par le contrat à durée indéterminée (30,8%). Ce classement peut être cependant très différent selon le métier analysé.

Les contrats étudiants sont essentiellement proposés dans les magasins de la distribution, alors que le Plan Formation Insertion (P.F.I.) concerne davantage des métiers de l'artisanat alimentaire. D'après les offres reçues par le Forem, l'expérience et le diplôme ne sont pas les principaux critères pour prétendre à ces emplois dans le commerce de détail.

QUELQUES GRANDS CONSTATS

À l'issue des enquêtes, différents constats peuvent être tirés. Avant toute chose, précisons que la taille de l'entreprise conditionne les différents maillons de la chaîne d'activité et de la gestion. Ainsi, une tendance à la **bipolarisation des entreprises de l'écosystème apparaît**. Cette distinction se

fait suivant le nombre de postes de travail occupés, entre les très petites structures (moins de 5 travailleurs) et les autres. Ce facteur influence tous les maillons de la chaîne d'activité.



Source : le Forem

La **flexibilité** est un autre élément central de l'écosystème. Les horaires d'ouverture et de fermeture ont évolué ces dernières années. Cette flexibilité des horaires a des répercussions sur le personnel de vente. Les horaires sont d'ailleurs cités comme premier facteur responsable du turn-over dans le secteur. Les sites d'entreprises de petite taille requièrent également une flexibilité dans les tâches, et donc des compétences multiples et variées que le personnel doit maîtriser.

La **franchise dans le secteur de la distribution en Belgique est fort répandue**. Les indépendants isolés et les petits commerces s'estiment souvent bien « seuls » face à l'ensemble des tâches et des imprévus à gérer.

Le **recrutement dans l'écosystème serait à « deux vitesses »**, entre les petites structures recrutant dans l'urgence, et les moyennes et grandes structures, disposant de moyens plus importants leur permettant d'organiser des procédures de recrutement standardisées, planifiées.

¹ Un demandeur d'emploi peut se positionner sur un ou plusieurs métiers d'un même ou de différents secteurs.

Les **candidatures spontanées** sont utilisées en premier lieu par les entreprises de l'écosystème lors du recrutement. Pour les profils plus difficiles à trouver, d'autres canaux de recrutement sont évoqués (sites spécialisés, agences de placement, annonce dans la presse, ...). Les difficultés de recrutement se posent principalement pour le personnel de la vente en alimentation et du personnel de vente de produits techniques. Le personnel d'encadrement et de management est également fort prisé. Selon les personnes interrogées, les difficultés de recrutement sont en partie liées aux salaires jugés peu attractifs ainsi qu'à la flexibilité des horaires (travail en soirée, le week-end, les jours fériés).

Le premier **critère de sélection** cité par les entreprises interrogées, est la « la motivation, le dynamisme, le courage et la volonté de bien faire ». Vient en deuxième position « le sens commercial, l'écoute et la serviabilité à la clientèle ». À l'exception des fonctions dirigeantes ou très

commerciales, l'expérience n'apparaît pas être un critère prépondérant. Par ailleurs, les principaux freins à l'embauche seraient de l'ordre du comportement des candidats (problème d'attitude, d'hygiène, d'élocution).

Le **travail étudiant** est principalement utilisé, d'après les entreprises répondantes, pour soulager le personnel fixe en place lors des vacances ou période de surcharge. Les étudiants sont particulièrement appréciés pour leur moindre coût, leur assiduité et leur grande flexibilité par rapport aux horaires.

La **politique de formation** dans les très petites structures se limite souvent à l'apprentissage « sur le tas » et à l'auto-formation. Le réseau de formation des fournisseurs est par ailleurs souvent utilisé, satisfaisant 70 % des employeurs interrogés.

LES MÉTIERS DE DEMAIN

Les métiers de la vente vont probablement connaître des évolutions/hybridations de compétences, plus que voir apparaître de nouveaux métiers à proprement parler.

Le développement de l'e-commerce devrait, selon les répondants, créer une série de métiers « hybrides », entre métier de l'informatique et métier spécialiste de la vente en ligne. Les connaissances les plus recher-

chées par les entreprises interrogées et actives dans l'e-commerce sont liées au développeur-programmeur spécialisé en e-marketing, ainsi qu'au webmaster. Fait rassurant, trois répondants sur quatre actifs dans l'e-commerce affirment vouloir continuer à investir dans les 3 à 5 ans dans l'e-commerce.

Zoom sur l'e-commerce : une pratique en expansion

L'e-commerce en Belgique, bien qu'en retard par rapport à ses voisins européens, est en pleine croissance. La troisième enquête sur l'e-commerce publiée par Comeos¹ indique que 6 Belges sur 10 ont déjà acheté en ligne.

En termes d'impact sur l'emploi, l'Agence wallonne de télécommunication (AWT) met en évidence que 15 % des e-commerçants wallons déclarent avoir recruté du nouveau personnel pour cette application et 22 % ont l'intention d'en recruter.

Selon l'enquête en ligne du Forem auprès des e-commerçants², plus de 70 % des répondants ayant franchi le « cap » de l'e-commerce, ont vu leur chiffre d'affaires évoluer positivement, de même que leur clientèle se diversifier. Ils considèrent dans leur majorité que l'e-commerce est amené à devenir incontournable et envisagent à moyen terme de continuer à investir dans ce dispositif.

QUE RETENIR ?

L'emploi intérieur wallon dans le commerce révèle un secteur vieillissant porté par les indépendants. La forte densité commerciale à l'échelle du pays se manifeste de manière peu homogène sur le territoire wallon.

Certaines mutations à l'œuvre dans le secteur ou son environnement vont induire un élargissement des possibilités de vente et, de facto, une concurrence entre commerçants.

Les entreprises actives dans le commerce de détail appartiennent à un même écosystème, qui témoigne de fonctionnements internes et de rapports à l'environ-

nement similaires. Les principaux éléments en sont la bipolarisation des entreprises selon le nombre de postes qui y sont occupés, la flexibilité des horaires de travail et dans les tâches assumées, la franchise courante dans la distribution. En matière de pratiques en ressources humaines, le recrutement différerait selon la taille de la structure et poserait une série de difficultés ; la candidature spontanée serait le premier canal utilisé, et les qualités personnelles primerait sur l'expérience ; le travail étudiant serait prisé à certaines périodes clés ; enfin les petites structures opteraient davantage pour l'apprentissage sur le terrain.

¹ <http://www.comeos.be/files/docs/105421fr.pdf>

² Les répondants à cette enquête sont de très petites ou moyennes entreprises affiliées à l'AWT (Agence wallonne de télécommunication).