

## L'alternance dans la branche du commerce de détail non alimentaire

**Mai 2021**



## PANORAMA DE L'ALTERNANCE DANS LA BRANCHE DU COMMERCE DE DÉTAIL NON ALIMENTAIRE

### L'alternance dans la branche des commerces de détail non alimentaires en 2019



**3 790**  
alternants



6% du total des alternants de l'Opcommerce



54% de femmes



76% en apprentissage



24% en contrat pro.



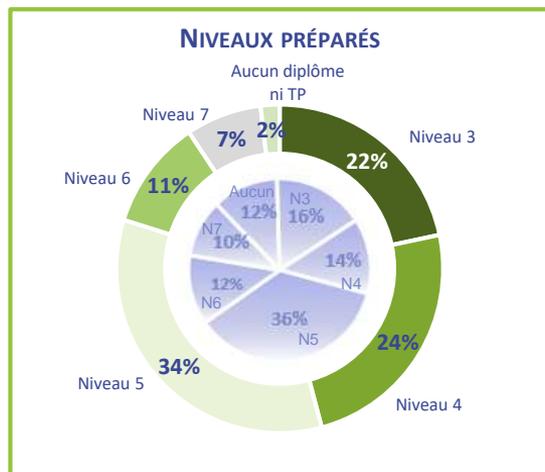
894 OF mobilisés



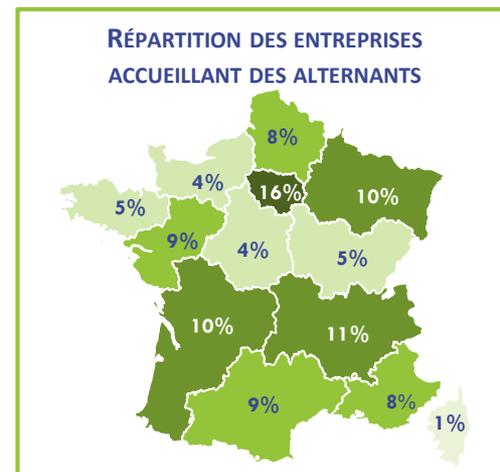
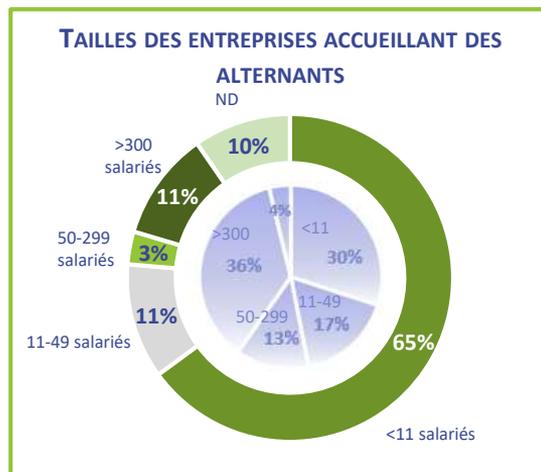
Les alternants représentent 5% du nombre de salariés

### TOP DES FORMATIONS LES PLUS SUIVIES PAR LES ALTERNANTS

- BTS – Management commercial opérationnel
- BAC PRO – Commerce
- CAP – Employé de vente spécialisé (option B)
- BTS – Négociation et digitalisation de la relation client
- CAP – Employé de commerce multi-spécialités



Le centre représente la répartition dans l'ensemble des branches du commerce



Sources : Opcommerce, traitement KYU Lab

## MÉTHODOLOGIE : NOMBRE ET PROFILS DES RÉPONDANTS

---

Profil des entreprises répondantes

Envoi d'un sondage entre février et mars 2021 – 72 répondants pour la branche du commerce de détail non alimentaire

**79 %** des entreprises répondantes au sondage et issues de la branche de commerce de détail non alimentaire ont accueilli un alternant au cours des 4 dernières années, contre 83 % dans l'ensemble des branches du commerce. *Source : Sondage KYU entreprises, 68 répondants.*

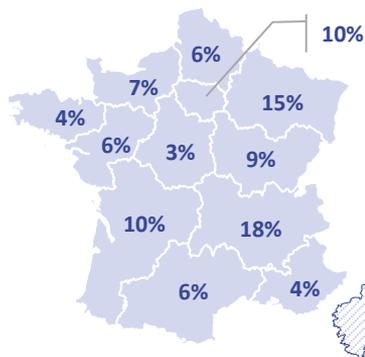
RÉPARTITION PAR TAILLE DES ENTREPRISES

*Source : Sondage KYU entreprises, 68 répondants.*



RÉPARTITION RÉGIONALE DES ENTREPRISES

*Source : Sondage KYU entreprises, 71 répondants.*



IMPLANTATION DES POINTS DE VENTE DES ENTREPRISES

*Source : Sondage KYU entreprises, 72 répondants.*



**61 %** des entreprises répondantes ont plus de 10 années d'ancienneté. *Source : Sondage KYU entreprises, 72 répondants*

**44 %** des entreprises répondantes estiment que dans 5 ans leur entreprise sera sensiblement la même. 18 % des entreprises répondantes estiment que dans 5 ans leur entreprise se sera développée sur d'autres territoires ou dans d'autres domaines. *Source : Sondage KYU entreprises, 71 répondants*



## **PARTIE 1 : CRITÈRES AMENANT AU CHOIX DE L'ALTERNANCE ET/OU DU SECTEUR**

---

Vision des jeunes : le choix de l'alternance



**98 %** des alternants ont une perception **positive ou très positive** de l'alternance.

Les principales sources d'information qui influencent le choix des alternants sont la famille, Internet, les amis puis les sites spécialisés (Onisep, L'Etudiant...).

Source : Sondage KYU alternants, 44 répondants.

Les alternants déclarent pour : Source : Sondage KYU alternants et anciens alternants, 59 répondants.



que leur formation était une évidence, un choix enthousiaste et assumé.



que leur formation était une opportunité qu'ils ont saisie.

Avantages



L'ALTERNANCE VUE PAR LES ALTERNANTS

Source : Sondage KYU alternants et anciens alternants, 59 répondants.

Freins



La rémunération pendant la formation

1

La difficulté à trouver une entreprise

L'accès plus facile à un emploi après la formation

2

Les rythmes qui peuvent être contraignants

Formation concrète et pratique

3

Le manque d'information sur l'alternance

Quelque soit le niveau de diplôme, les alternants gardent la même perception de l'alternance.

PERCEPTION DES...



Entreprises

Selon les entreprises, les principales raisons qui expliquent le choix des jeunes de suivre une formation en alternance sont la rémunération pendant la formation, la possibilité de suivre une formation concrète et pratique, la possibilité de sortir du système scolaire classique après la formation. A l'inverse, les principaux freins sont la difficulté à trouver une entreprise, l'image de l'alternance et le manque de communication sur celle-ci.

Source : Sondage KYU entreprises, 56 répondants.



CFA/OF

La vision des OF est concordante avec celle des entreprises concernant les avantages de l'alternance. En revanche, au niveau des freins, ils pointent davantage le manque d'informations / de communication sur l'alternance.

Source : Sondage KYU OF, 114 répondants.

Vision des entreprises : le choix de l'alternance

86 %



des entreprises de la  
branche ont une vision  
positive de l'alternance,  
contre 58% dans l'ensemble  
des branches du commerce

Source : Sondage KYU  
entreprises, 67 répondants.

Avantages



L'ALTERNANCE VUE PAR LES ENTREPRISES

Source : Sondage KYU entreprises, 68 répondants.

Freins



L'alternance permet de recruter à moindre coût

1

L'entreprise ne trouve pas d'alternant qui corresponde à ses attentes (respect des codes de l'entreprise)

L'alternance permet de contribuer à la formation,  
de transmettre

2

Les retours sur investissement de l'alternance sont trop incertains

Les alternants apportent de nouvelles compétences à  
l'entreprise, et stimulent l'innovation

3

L'alternance est trop compliquée à mettre en place et à suivre



L'alternant est un opérationnel qui apporte une aide sérieuse à la personne expérimentée avec qui il travaille!



## PANORAMA DE L'ALTERNANCE DANS LA BRANCHE DU COMMERCE DE DÉTAIL NON ALIMENTAIRE

### Le choix du secteur du commerce et de la distribution

#### PERCEPTION DES...



Entreprises

Tout comme les entreprises toutes branches confondues, les entreprises de la branche avancent les mêmes raisons que les jeunes pour expliquer leur choix de réaliser une formation en alternance dans le secteur du commerce : les conditions de travail favorables, la possibilité de se former en alternance, la notoriété de leur entreprise. A l'inverse, les raisons pour lesquelles les jeunes pourraient ne pas choisir le secteur du commerce sont le manque d'opportunités d'emploi, et la rémunération espérée.

Source : Sondage KYU entreprises, 44 répondants.



CFA/OF

Les CFA/OF avancent également les mêmes raisons pour le choix des jeunes de s'orienter vers le secteur du commerce et les mêmes freins.

Source : Sondage KYU OF, 113 répondants.

#### DANS LE SECTEUR DU COMMERCE DE DÉTAIL NON ALIMENTAIRE, LES ALTERNANTS...

Source : Sondage KYU alternants et anciens alternants, 141 répondants.



88%

des alternants pensent que leur métier est une opportunité d'évoluer professionnellement.

68%

des alternants voient leur métier comme une activité qui a du sens.

Source : Sondage KYU alternants et anciens alternants, 59 répondants.

#### PARTI DES PROPOSITIONS POUR LESQUELLES LES ALTERNANTS AURAIENT CHOISI LE SECTEUR DU COMMERCE OU LE COMMERCE DE DÉTAIL NON ALIMENTAIRE, ILS ONT CHOISI :

Source : Sondage KYU alternants et anciens alternants, 59 répondants.

1 La possibilité de se former en alternance

3 Les perspectives d'évolutions professionnelles dans le secteur

2 Les opportunités d'emploi

4 La notoriété de l'entreprise

## **PARTIE 2 : RETOURS D'EXPÉRIENCE CONCERNANT L'ALTERNANCE**

---

Retour d'expérience concernant l'alternance par les alternants

**33%** des alternants n'ont rencontré aucune difficulté pour trouver une entreprise, contre 36 % dans l'ensemble des branches du commerce.

Dans la région AURA, cette part chute à 13%. Les principales difficultés évoquées par les alternants de cette région sont les difficultés à trouver le bon interlocuteur dans l'entreprise et le manque d'accompagnement de l'OF. Les alternants réalisant un CAP/BEP ont eu significativement moins de difficulté à trouver une entreprise que les autres niveaux (100% déclarent n'avoir eu aucune difficulté).

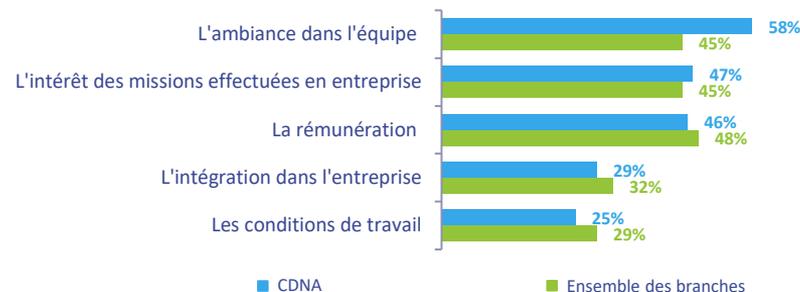
**36%** des alternants ont mis entre 1 et 3 mois avant de trouver une entreprise, contre 38% dans l'ensemble des branches du commerce.

Les alternants de la région Grand Est trouvent davantage leur alternance en moins d'un mois (67% contre 27% en moyenne) tandis que dans la région Auvergne Rhône Alpes, les alternants mettent davantage plus de 3 mois à trouver une entreprise (63% contre 30% en moyenne au sein de la branche) Là encore, les niveaux CAP/BEP et Bac se distinguent par une embauche très rapide, puisqu'ils sont plus de 60% à avoir trouvé une entreprise en moins d'un mois.

Source : Sondage KYU anciens alternants, 59 répondants.

LES 5 PRINCIPAUX FACTEURS DE SATISFACTION DES ALTERNANTS AU COURS DE LEUR ALTERNANCE

Source : Sondage KYU alternants et anciens alternants , 59 répondants.



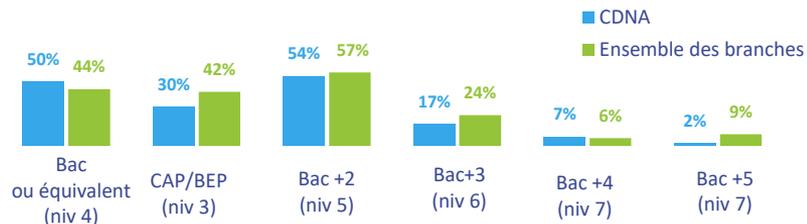
UNE VISION CONCORDANTE AVEC CELLE DES ALTERNANTS DE L'ENSEMBLE DES BRANCHES

Les alternants ayant réalisé leur alternance dans une entreprise de la branche du commerce de détail non alimentaire sont globalement en accord avec les alternants de l'ensemble des branches sur les facteurs qui ont contribué à leur satisfaction durant leur alternance : si pour l'ensemble des alternants, c'est l'ambiance qui arrive en première position, la rémunération n'est pas loin derrière. Les alternants du commerce de détail non alimentaire insistent aussi sur l'apprentissage pratique qu'ils ont tiré de leur expérience et la découverte de la réalité du terrain.

## Accueil en entreprise et profils accueillis

### NIVEAU DE FORMATION VISÉ PAR LES ALTERNANTS ACCUEILLIS DANS LES ENTREPRISES RÉPONDANTES

Source : Sondage KYU entreprises, 68 répondants.



### PRINCIPAUX MÉTIERS SUR LESQUELS LES ENTREPRISES ONT ACCUEILLI DES ALTERNANTS



Vente



Caisse/employé commercial

**23 %** des entreprises ont formé un ou plusieurs maîtres d'apprentissage ou tuteurs pour ce rôle. Source : Sondage KYU entreprises, 47 répondants.

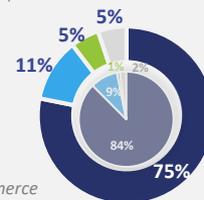
Les principales formations suivies sont des formations en interne, des formations proposées par la chambre des Métiers, des formations externes ou proposées en e-learning.



### IMPACT DE LA CRISE SANITAIRE EN 2020

Source : Sondage KYU entreprises , 46 répondants.

- Aucun impact particulier
- Annulation des recrutements prévus
- Arrêt/suspension de l'ensemble des contrats en cours
- Arrêt/suspension d'une partie des contrats en cours



Le centre représente la répartition dans l'ensemble des branches du commerce

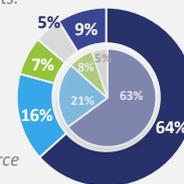
La Normandie a été la plus touchée, la part des entreprises n'ayant subi aucun impact particulier tombe à 0% dans la région.

En Bretagne, 5% des entreprises ont arrêté ou suspendu leur contrat en cours contre 1% en moyenne dans la branche.

### CONSÉQUENCES DE LA CRISE SUR LE RECOURS À L'ALTERNANCE PAR LES ENTREPRISES DANS LES 12 PROCHAINS MOIS

Source : Sondage KYU, 44 répondants.

- Aucune
- Hausse des recrutements d'alternants prévus
- Légère baisse des recrutements d'alternants prévus
- Baisse importante des recrutements d'alternants prévus
- Recrutement d'alternants alors que pas prévu



Le centre représente la répartition dans l'ensemble des branches du commerce

Les entreprises de Nouvelle Aquitaine, de Bretagne et d'Occitanie anticipent davantage une baisse du recrutement d'alternants (respectivement 40% et 33% contre 7% en moyenne dans la branche).

## **PARTIE 3 : INSERTION PROFESSIONNELLE APRÈS L'ALTERNANCE**

---

Après l'alternance

**72 %** des alternants ayant réalisé leur alternance dans une entreprise de la branche du commerce de détail non alimentaire ont ensuite intégré cette entreprise, contre 42% dans l'ensemble des branches du commerce.

Source : Sondage KYU anciens alternants 18 répondants.

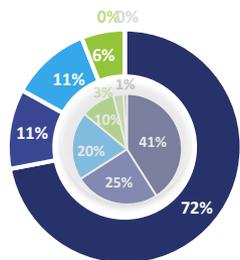
**56 %** des alternants jugent que leur 1<sup>er</sup> emploi est totalement cohérent avec la formation qu'ils ont réalisée, contre 49% dans l'ensemble des branches du commerce.

Source : Sondage KYU anciens alternants, 18 répondants.

**53 %** des alternants recommanderaient à leur proche la formation en alternance, contre 56% dans l'ensemble des branches du commerce.

Source : Sondage KYU alternants, 59 répondants.

APRÈS LEUR ALTERNANCE, LES JEUNES : Source : Sondage KYU anciens alternants, 18 répondants.



- Ont intégré l'entreprise dans laquelle ils ont réalisé leur alternance
- Ont changé de secteur
- Ont intégré une autre entreprise d'un secteur proche / identique
- Sont toujours en recherche d'emploi
- Ont poursuivi leur formation
- Ont créé leur propre structure / sont devenus indépendants

Le centre représente la répartition dans l'ensemble des branches du commerce



CFA/OF

Selon les OF/CFA, les raisons qui poussent certains alternants de ces métiers à s'orienter vers d'autres secteurs que le commerce à l'issue de leur formation sont des opportunités professionnelles dans d'autres secteurs, la volonté de découvrir d'autres secteurs ou de poursuivre en formation.

TYPE DE CONTRAT DU 1<sup>ER</sup> EMPLOI DANS LA BRANCHE DU COMMERCE DE DÉTAIL NON ALIMENTAIRE .

Source : Sondage KYU anciens alternants, 52 répondants.

83 % CDI

17 % CDD

0 % Intérim

63 % CDI

26 % CDD

6 % Intérim

Ensemble des branches du commerce.

L'INSERTION DANS L'ENTREPRISE D'ACCUEIL DIFFÈRE SELON LE NIVEAU DE DIPLÔME

Les bacs + 5 ont été plus nombreux à changer d'entreprise ou de secteur à la fin de leur alternance.

## Bilan de l'alternance pour les entreprises



54%

**des entreprises recrutent systématiquement ou régulièrement leur alternant à l'issue du contrat, contre 64 % dans l'ensemble des branches du commerce.**

Source : Sondage KYU entreprises, 45 répondants.



38%

**des alternants restent ensuite plus de 2 ans dans l'entreprise qui les a recrutés, contre 45% dans l'ensemble des branches du commerce.**

*Les anciens alternants de niveau CAP restent davantage plus de deux ans (52%).*

Source : Sondage KYU entreprises, 39 répondants.



13%

**des entreprises souhaitent recruter plus d'alternants dans les 3 prochaines années, contre 12% dans l'ensemble des branches du commerce.**

Source : Sondage KYU entreprises, 46 répondants.



83%

**des anciens alternants de la branche ont trouvé un emploi en moins de 3 mois.**

*Le niveau de diplôme n'apparaît pas comme un critère différenciant, tous ont trouvé rapidement un emploi.*

Source : Sondage KYU alternants et anciens alternants, 18 répondants.

### LES CAUSES DES RUPTURES DE CONTRAT D'ALTERNANCE...



les entreprises

Les principales causes de ces ruptures, énoncées par les entreprises de l'ensemble des branches, sont le manque de motivation de l'alternant, son comportement, une mauvaise orientation ou une réorientation après avoir découvert la réalité du métier.



les alternants

Toutes branches confondues, les alternants évoquent en comparaison leur manque d'intérêt pour le métier, une mauvaise entente avec l'employeur, ou un manque de correspondance entre l'entreprise et la formation reçue.

## **PARTIE 4 : AXES D'AMÉLIORATION**

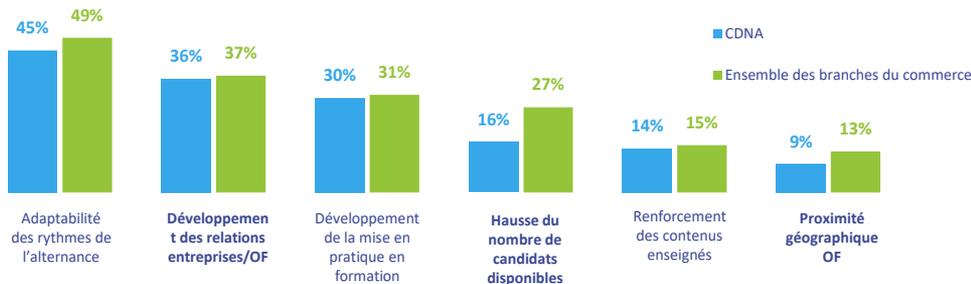
---

## PANORAMA DE L'ALTERNANCE DANS LA BRANCHE DU COMMERCE DE DÉTAIL NON ALIMENTAIRE



Comment accompagner les entreprises convaincues par l'alternance et développer ce dispositif dans celles qui ne le sont pas encore ?

### ASPECTS DE L'ALTERNANCE À AMÉLIORER SELON LES ENTREPRISES *Source : Sondage KYU entreprises, 44 répondants.*



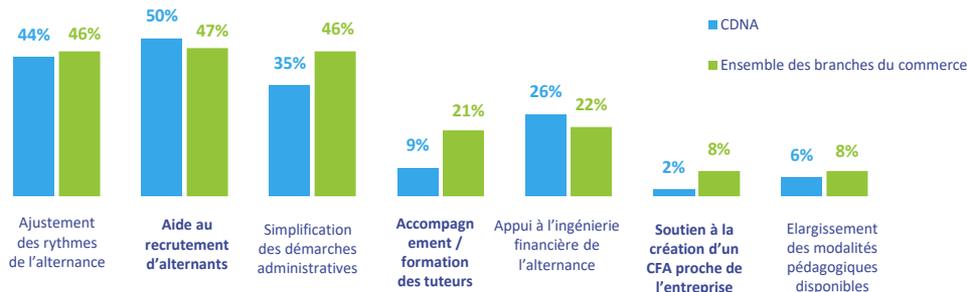
Les entreprises sont globalement satisfaites. Elles font pourtant part de certaines attentes vis-à-vis de l'Opcommerce : elles attendent notamment plus de rapidité, davantage de communication et d'interactions directes.



**Satisfaction des entreprises concernant leur accompagnement de l'OPCO sur l'alternance**

*Source : Sondage KYU entreprises, 44 répondants.*

### SOLUTIONS POUR DÉVELOPPER LEUR RECOURS À L'ALTERNANCE SELON LES ENTREPRISES *Source : Sondage KYU entreprises, 54 répondants.*



Si 88% des entreprises se disent satisfaites de leurs relations avec les OF/CFA, elles attendent de ces derniers davantage de communication, un meilleur suivi des alternants et une plus grande sélection des candidats qu'ils recrutent.



**Satisfaction des entreprises concernant leurs relations avec les OF/CFA de leurs alternants**

*Source : Sondage KYU entreprises, 44 répondants.*

### Les pistes d'amélioration



Il faudrait qu'on ait plus d'informations sur l'alternance, sensibiliser dans les collèges/lycées.

Aider les entreprises pour qu'elles soient moins réticentes à recruter des jeunes.

La formation en alternance se fait à un rythme assez soutenue. Je pense que l'école devrait plus accompagner les élèves pendant leurs études.



Lorsqu'il y a un vrai investissement de la part des tuteurs, qu'il y a un accompagnement qualitatif qui est fait, ce travail devrait être mieux reconnu.



Diminuer les charges et les coûts d'exploitation, ainsi que la pression de l'administratif, qui prend trop de temps et d'énergie.

Un peu plus d'aide dans les démarches de déclaration de contrat et demande de financement.



Davantage de communication entre les OF. L'Opcommerce devrait être mieux incarné, qu'il y ait un médiateur, quelqu'un qui accompagne réellement jeune et qui soit là pour valider son projet, un référent territoire qui soit présent lors de la signature du contrat.

Les démarches administratives devraient être simplifiées. Lorsqu'on prend plusieurs alternants, il faut renseigner toutes les informations à nouveau. Les délais de validation sont parfois longs et nous, ça nous bloque.

Certaines entreprises comme les TPE sont moins sensibilisées à l'alternance et savent moins comment s'y prendre. C'est d'abord vers eux que l'Opcommerce devrait concentrer ses efforts.

Une communication plus importante en faveur des futurs alternants. Favoriser l'information avec un annuaire ou label des CFA ou OF pouvant répondre aux besoins d'alternance des entreprises adhérentes.

## **PARTIE 5 : FOCUS SUR LES EMPLOIS CLÉS**

---

## EMPLOYÉ-E DE VENTE

L'employé-e de vente est le ou la professionnel(le) qui accueille, propose un premier niveau d'information et oriente la clientèle dans les commerces de détail non alimentaires. Il ou elle réalise les encaissements et prend soin de l'espace de vente (agencement selon les règles prédéfinies, rangement et l'approvisionnement/mise en rayon). Il ou elle respecte les consignes de qualité, d'hygiène, de sécurité et de respect de l'environnement en vigueur.



- **Niveau 3 – CAP Employé de vente spécialisé option B produits d'équipement courant ; CAP Employé de commerce multi-spécialités**

Source : CCN des CDNA et OPCOMMERCE, principales certifications identifiées

### LES RECRUTEURS JUGENT POSITIVEMENT LE NIVEAU OBTENU APRÈS LES CAP DU COMMERCE

Les CAP offrent une formation professionnalisante qui permet aux alternants de prendre de la maturité et de devenir des vendeurs performants à terme.

De plus, le rythme de présence en entreprise est important dans les CAP (3 semaines en entreprises et 1 semaine en classe), ce que les entreprises apprécient.

Pour rappel, 86% des commerces de détail non alimentaires recommandent l'alternance.

### LES CAP PERMETTENT AUX ALTERNANTS D'OBTENIR UN PREMIER BAGAGE À LA FOIS SCOLAIRE (THÉORIQUE) ET PROFESSIONNEL (TECHNIQUE) POUR ENTRER DANS LA VIE PROFESSIONNELLE

À l'issue des CAP, l'évolution professionnelle des alternants est souvent rapide, car le temps passé en entreprise leur a permis d'obtenir les compétences nécessaires à une telle évolution. Nombreux sont d'ailleurs les anciens alternants à poursuivre leurs études en BAC Pro (en alternance), voire au-delà. Ils visent alors à monter en compétences et à gagner des responsabilités dans l'entreprise, notamment dans une optique de progression hiérarchique.

## CHIFFRES

**80** % des alternants des CDNA suivent une formation en commerce/vente

### LES ALTERNANTS DES FORMATIONS « EMPLOYÉ(E) DE VENTE » REPRÉSENTENT :

**30** % des alternants des CDNA dans une formation au commerce

**100** % de contrats d'apprentissage

**29** mois de durée moyenne

**58** % de femmes

**16** ans d'âge moyen

Source : BDD Opcommerce alternance 2019, traitement KYU

## CONSEILLER-ÈRE DE VENTE

Source : CCN des CDNA et OPCOMMERCE, principales certifications identifiées

Dans les commerces de détail non alimentaire, le ou la conseiller(ère) de vente est chargé(e) de proposer aux clients des conseils et un accompagnement dans l'achat du produit concerné. Pour cela, le ou la conseiller(ère) de vente connaît spécifiquement le ou les types de produits vendus dans sa structure. Il ou elle est capable d'offrir au client une information globale, voire comparative, sur les produits disponibles en boutique. Il ou elle adapte son argumentation en fonction du client et des besoins exprimés, pour transformer la vente. En fonction des structures, le ou la conseiller(ère) de vente est polyvalent et réalise également des tâches de rangement, de merchandising, de gestion des approvisionnement et d'encaissement dans le commerce où il ou elle exerce.



- **Niveau 4** – BAC Pro Commerce ; BAC Pro Métiers du commerce et de la vente, option A : Animation et gestion de l'espace commercial ; Titre Vendeur conseiller commercial
- **Niveau 5** – BTS Management commercial opérationnel (MCO)
- **Certification de branche** – CQPI Vendeur conseil en magasin, CQP vendeur en magasin spécialisé jeux et jouets

### LES BAC PRO ET LES BTS PERMETTENT D'OBTENIR DES COMPÉTENCES PLUS DÉVELOPPÉES EN MATIÈRE DE VENTE ET DE RELATION CLIENT

Ces diplômes permettent aux alternants, par rapport aux CAP, d'acquérir de l'expérience en vente et de se professionnaliser davantage sur le domaine de spécialité du magasin (instruments de musique, jouets, bazar...), dans un contexte où les produits vendus sont très spécifiques d'un magasin à un autre.

Les professionnels du secteur notent toutefois que les compétences enseignées en BAC Pro, BTS et dans le Titre Vendeur conseiller commercial (VCC) sont des compétences générales en vente. Cependant, ils jugent ces diplômes pertinents, car les savoir et savoir-faire spécifiques aux produits vendus dans les CDNA sont transmis directement en entreprise (la notion de « formatage » des conseillers de vente à la culture d'entreprise a particulièrement été citée).

EN PARALLÈLE, LES CQPI ET CQP SPÉCIFIQUES DE BRANCHE SONT QUANT À EUX TRÈS PEU CONSOMMÉS.

## CHIFFRES

**80** % des alternants des CDNA suivent une formation en commerce/vente

LES ALTERNANTS DES FORMATIONS « EMPLOYÉ(E) DE VENTE » REPRÉSENTENT :

**53** % des alternants des CDNA dans une formation au commerce

**99** % de contrats d'apprentissage

**24** mois de durée moyenne

**53** % de femmes

**18** ans d'âge moyen

Source : BDD Opcommerce alternance 2019, traitement KYU

## ANIMATEUR-TRICE D'ÉQUIPE (MAGASIN)

L'animateur ou l'animatrice d'équipe participe au développement d'un établissement, voire d'un réseau de distribution en faisant le lien avec les équipes commerciales. Il ou elle les rencontre, leur transmet les consignes nécessaires à l'organisation opérationnelle des ventes (fixation d'objectifs commerciaux, organisation des tâches...) et coordonne leurs activités. Il ou elle les accompagne éventuellement dans leur montée en compétences (transmission de connaissance ou d'expérience, formation...)

Autonome, il ou elle est souvent amené(e) à se déplacer entre les différentes enseignes qui font partie de son secteur.



- **Niveau 5** – Titre Gestionnaire d'unité commerciale, option généraliste et spécialisé
- **Niveau 6** – Licence professionnelle commerce et distribution

Source : CCN des CDNA et OPCOMMERCE, principales certifications identifiées

### LE MÉTIER DE RESPONSABLE D'ANIMATEUR(TRICE) D'ÉQUIPE SEMBLE PEU ADAPTÉ À L'ALTERNANCE

En effet, le poste est peu disponible en alternance car il nécessite une expérience professionnelle préalable dans la vente et la présence quotidienne des animateurs d'équipes pour pouvoir accompagner les vendeurs sur le terrain (ce que ne permet pas l'alternance).

### LES RYTHMES DE L'ALTERNANCE POUR LE BTS SONT PLÉBISCITÉS

La possibilité d'avoir un alternant 3 jours par semaine dans l'entreprise (vs. 2 jours en centre de formation) est un atout pour le BTS, comparativement à la Licence Pro où les alternants ne sont présents qu'une semaine par mois dans l'entreprise, ce qui ne permet pas d'animer correctement une équipe.

## CHIFFRES

**80** % des alternants des CDNA suivent une formation en commerce/vente

LES ALTERNANTS DES FORMATIONS « EMPLOYÉ(E) DE VENTE » REPRÉSENTENT :

**5** % des alternants des CDNA dans une formation au commerce

**96** % de contrats d'apprentissage

**25** mois de durée moyenne

**55** % de femmes

**20** ans d'âge moyen

Source : BDD Opcommerce alternance 2019, traitement KYU

## RESPONSABLE DE MAGASIN

Le ou la responsable de magasin développe l'activité et la stratégie commerciale locale du magasin en mettant en œuvre la politique commerciale de l'enseigne ou du réseau. Dans ce cadre, il ou elle supervise l'ensemble de l'activité du magasin, qu'elle soit commerciale (fixation d'objectifs), organisationnelle (logistique et approvisionnement, gestion des équipes), administrative ou financière. Le ou la responsable de magasin recrute et forme les collaborateurs.

Le ou la responsable de magasin agit en autonomie dans l'ensemble de ses activités et est le ou la décisionnaire final(e) pour toute initiative ou arbitrage. Il ou elle peut néanmoins rendre des comptes sur l'activité du magasin au directeur régional et aux fonctions centralisées de l'enseigne ou du réseau .

-  • **Niveau 5** – *BTS Gestion de la PME ; Titre Gestionnaire d'unité commerciale, option généraliste et spécialisé*
- **Niveau 6** – *Licence professionnelle commerce et distribution ; Titre responsable de la distribution*

Source : CCN des CDNA et OPCOMMERCE, principales certifications identifiées

### LE MÉTIER DE RESPONSABLE DE MAGASIN SEMBLE PEU ADAPTÉ À L'ALTERNANCE

En effet, le poste est peu disponible en alternance car il nécessite une certaine expérience professionnelle importante. De plus, dans les petites structures, la présence quotidienne des responsables de magasin est nécessaire (ce que ne permet par l'alternance) pour gérer les enjeux au quotidien. Enfin, les formations de niveau 6 et plus sont peu courantes dans la branche.

### L'ALTERNANCE PERMET D'ATTEINDRE PLUS RAPIDEMENT LES POSTES DE MANAGEMENT DANS LES CDNA (ÉVOLUTION INTERNE)

Néanmoins, il semble que dans les CDNA, le poste de « responsable de magasin » soit rapidement atteint par des anciens alternants sur des formations de niveau 3 ou de niveau 4 (plus fréquent). La qualité de la formation (en alternance) permet selon les acteurs du secteur de professionnaliser de jeunes collaborateurs qui montent alors plus rapidement les échelons de l'entreprise.

## CHIFFRES

**80** % des alternants des CDNA suivent une formation en commerce/vente

LES ALTERNANTS DES FORMATIONS « EMPLOYÉ(E) DE VENTE » REPRÉSENTENT :

**6** % des alternants des CDNA dans une formation au commerce

**99** % de contrats d'apprentissage

**26** mois de durée moyenne

**58** % de femmes

**20** ans d'âge moyen

Source : BDD Opcommerce alternance 2019, traitement KYU

**Contact :**

**Trecy DIMONEKENE**

Chargée d'Etudes Observatoire  
Direction des Branches et de l'Observatoire  
[tdimonekene@lopcommerce.com](mailto:tdimonekene@lopcommerce.com)

---

