

Les besoins en compétences et en formation de notre réseau

lun 27/03/2023 - 16:06



Chère consœur, cher confrère,

Nous avons mené ces derniers mois, avec l'appui et le financement du CDNA et de l'OpCommerce, une étude nationale pour connaître les besoins en compétences et en formation des marchands et de leurs salariés.

A cette occasion, plus de 300 commerçants de presse et de jeux ont été interrogés sur la façon dont ils envisagent leurs activités piliers (presse, jeux, tabac) et leur diversification. Nous remercions les consœurs et confrères qui ont accordé de leur temps pour la réalisation de cette étude dont voici quelques enseignements.

82% des marchands interrogés ont pu observer divers changements sur leur marché ayant impacté leur activité. Parmi ces changements, citons : la digitalisation de la presse écrite ; la baisse du panier moyen des consommateurs ; une clientèle plus jeune, plus digitalisée, plus

économise et plus occasionnelle par rapport à la clientèle senior ; la baisse de la consommation de tabac traditionnel au profit de la cigarette électronique, et la hausse des jeux de hasard et des paris sportifs.

S'agissant des besoins en compétences, les commerçants orientés « presse » identifient comme leviers la mise en valeur (merchandising) et l'élargissement de l'offre presse/librairie, tandis que les commerçants orientés « tabac » jugent nécessaire un renforcement de leur connaissance technique en produits Vape, en liquides et matériels associés, et de leur capacité à proposer et vendre des articles et accessoires additionnels.

Plus de 80% des commerçants s'estiment compétents sur les fondamentaux de la relation client et de la gestion logistique de la presse. 30% déclarent communiquer sur leurs activités via les réseaux sociaux, et 34% considèrent la capacité à communiquer sur les réseaux comme un enjeu important.

En matière de formation, 75% des commerçants y ont eu recours, principalement pour de la formation réglementaire (FDJ, tabac). 40% ont fait appel à un organisme de formation externe.

Enfin, le recours à l'alternance semble récent et limité : 16% des commerçants ont accueilli un alternant. Ce recours limité s'explique par la structure de l'entreprise jugée trop petite (55%), le manque de temps pour prendre en charge l'alternant (25%) ou la crainte d'un manque de maturité des alternants (9%).