

# CONVENTION COLLECTIVE NATIONALE DU BRICOLAGE (n°IDCC1606)

## AVENANT n°2

à l'accord du 6 octobre 2020 relatif à la mise en œuvre du dispositif de reconversion ou de promotion par l'alternance (Pro A)

Entre les Organisations Syndicales signataires

Et la Fédération des Magasins de Bricolage et de l'aménagement de la maison (FMB)

Il a été convenu ce qui suit :

### Article 1er Objet et champ d'application de l'avenant

Le présent accord est un avenant de révision à l'accord de branche du 6 octobre 2020 relatif à la mise en œuvre du dispositif de reconversion ou de promotion par l'alternance (Pro A) et à son avenant n°1 du 14 septembre 2021 ayant pour objet de modifier et de compléter la liste des certifications éligibles.

Le champ d'application du présent avenant est celui de la convention collective nationale du bricolage défini à l'article 1er de ladite convention.

### Article 2 Modification de l'annexe 1 – Liste des certifications éligibles à la pro A

I – A l'annexe 1, certaines certifications figurant dans l'accord du 6 octobre 2020 et dans son avenant du 14 septembre 2021 sont devenues inactives et ont, soit changé de numéro de fiche RNCP, soit n'ont pas été remplacées.

a) Les certifications figurant ci-dessous sont ainsi actualisées selon les modifications et les remplacements indiqués au RNCP et sont remplacées par de nouvelles certifications selon les modalités suivantes :

| Métiers   | Certifications actuelles |  |         |        |                               | Remplacées par les certifications suivantes |  |         |        |
|---|--------------------------|--|---------|--------|-------------------------------|---|--|---------|--------|
|   | Sanction                 | Libellé                                    | N° RNCP | Niveau | Inactives                     | Sanction                                    | Libellé  | N° RNCP | Niveau |
| Responsable d'équipe/<br>responsable d'exploitation<br>logistique | Titre professionnel      | Technicien(ne) en logistique d'entreposage | 1899    | 4      | Inactive depuis le 21/04/2022 | Titre professionnel                         | Technicien(ne) en logistique d'entreposage       | 36237   | 4      |
|   | BTS                      | Transport et prestations logistiques       | 12798   | 5      | Inactive depuis le 31/08/2020 | BTS   | Gestion des transports et logistique associée    | 35400   | 5      |
|   | Titre RNCP               | Responsable de la chaîne logistique        | 16886   | 6      | Inactive depuis le 22/09/2021 | Titre RNCP                                  | Responsable opérationnel de la chaîne logistique | 35869   | 6      |
|   | Titre RNCP               | Responsable des opérations logistiques     | 15336   | 6      | Inactive depuis le 7/09/2021  | Titre RNCP                                  | Responsable des opérations logistiques           | 35896   | 6      |

|  |                     |   |       |   |                                 |                     |  |       |   |
|--|---------------------|---|-------|---|---------------------------------|---------------------|--|-------|---|
|  |                     |   |       |   |                                 |                     |  |       |   |
| <b>Vendeur en magasin</b>  | Titre professionnel | Responsable de rayon  | 1893  | 4 | Inactive depuis le 15/02/2021 - | Titre professionnel | Assistant manager d'unité marchande                              | 35233 | 4 |
|  | Titre               | Gestionnaire d'Unité Commerciale option généraliste, option spécialisée | 23827 | 5 | Inactive depuis le 7/09/2021    | Titre               | Gestionnaire d'unité commerciale                                 | 36141 | 5 |
| <b>Manager/ responsable de magasin</b>                             | Titre RNCP          | Responsable en développement marketing et vente                         | 19384 | 6 | Inactive depuis le 4/10/2020    | Titre RNCP          | Responsable en développement marketing et vente                  | 35896 | 6 |
| <b>UX Designer</b>   | Titre RNCP          | Développeur web/Développeur web et web mobile                           | 13595 | 5 | Inactive depuis le 18/12/2021   | Titre RNCP          | Développeur web  | 35959 | 5 |
| <b>Responsable d'équipe/ Responsable d'exploitation logistique</b> | Titre RNCP          | Manager des achats et de la chaîne logistique - Supplychain (MS)        | 26948 | 7 | Inactive depuis le 4/10/2021    | Titre RNCP          | Manager des achats et de la chaîne logistique - Supplychain (MS) | 36391 | 7 |
|  | Titre RNCP          | Manager transport, logistique et commerce international                 | 27048 | 7 | Inactive depuis le 8/09/2021    | Titre RNCP          | Manager Transport Logistique et Commerce International           | 35748 | 7 |
|  | MASTER              | Gestion de production, logistique, achats (fiche nationale)             | 34032 | 7 | Inactive depuis le 31/08/2021   | MASTER              | Gestion de production, logistique, achats (fiche nationale)      | 35921 | 7 |
| <b>Manager / Responsable de magasin</b>                            | MASTER              | Marketing, vente  | 31501 | 7 | Inactive depuis le 31/08/2021   | MASTER              | Marketing, vente   | 35907 | 7 |
|  | Titre RNCP          | Manager du développement commercial                                     | 11541 | 7 | Inactive depuis le 4/10/2021    | Titre RNCP          | Manager du développement commercial                              | 36149 | 7 |
|  | Titre RNCP          | Manager dirigeant   | 30814 | 7 | Inactive depuis le 21/04/2022   | Titre RNCP          | Manager dirigeant  | 36371 | 7 |
|  | Titre RNCP          | Manager marketing direct et commerce électronique (MS)                  | 21775 | 7 | Inactive depuis le 30/01/2018   | Titre RNCP          | Manager marketing data et commerce électronique (MS)             | 30417 | 7 |
| <b>Développeur</b>   | Titre d'ingénieur   | Architecte logiciel - développer(euse) d'applications                   | 9874  | 7 | Inactive depuis le 5/08/2020    | Titre d'ingénieur   | Architecte logiciel, développeur d'applications                  | 35075 | 7 |
|  | Titre RNCP          | Développeur/euse d'applications full stack                              | 28194 | 6 | Inactive depuis le 21/04/2021   | Titre RNCP          | Développeur full stack   | 36400 | 6 |

b)Les certifications figurant ci-dessous sont devenues inactives au RNCP et n'ont pas été remplacées, elles sont donc supprimées de notre accord et de son avenant :

| Certifications actuelles devenues inactives et non remplacées : à supprimer |            |                         |         |        |   |
|---|------------|-------------------------|---------|--------|---|
| Métiers   | Sanction   | Libellé                 | N° RNCP | Niveau | Inactive                                      |
| <b>Agent Logistique</b>   | BEP        | Logistique et transport | 7387    | 3      | Inactive depuis le 31/12/2021 – Pas remplacée |
| <b>Responsable d'équipe/ responsable</b>                                    | Titre RNCP | Responsable logistique  | 23939   | 6      | Inactive depuis le 21/04/2022 – Pas remplacée |

|  |                         |  |       |   |   |
|--|-------------------------|--|-------|---|---|
| <b>d'exploitation logistique</b>                             | Titre RNCP              | Responsable en logistique et transports  | 2577  | 6 | Inactive depuis le 08/02/2021 – Pas remplacée |
| <b>Vendeur en magasin</b>                                    | Titre                   | Vendeur conseiller commercial  | 23932 | 4 | Inactive depuis le 21/12/2021 – Pas remplacée |
| <b>Manager/responsable de magasin</b>                        | Titre                   | Responsable de la distribution   | 27365 | 6 | Inactive depuis le 18/12/2021 – Pas remplacée |
|  | Titre                   | Responsable de centre de profit en distribution  | 29441 | 6 | Inactive depuis le 21/12/2021 – Pas remplacée |
| <b>UX Designer</b>   | Titre RNCP              | Concepteur de projets en design et arts graphiques Options : design graphique, design numérique, design d'espace, design produits, design de mode, illustration et animation | 30719 | 6 | Inactive depuis le 24/05/2021 – Pas remplacée |
| <b>Développeur</b>   | Titre RNCP              | Lead développeur(euse) - Lead développer   | 28719 | 7 | Inactive depuis le 19/07/2020 - Pas remplacée |
| <b>Administrateur d'infrastructures/ Systèmes et réseaux</b> | Licence professionnelle | RESEAUX ET TELECOMMUNICATIONS<br>RESEAUX ET GENIE INFORMATIQUE   | 7512  | 6 | Inactive<br>Pas remplacée                     |

II - A l'annexe 1, sont rajoutées les certifications suivantes :

a) Les tableaux de l'annexe 1 sont modifiés comme suit :

- à la dernière ligne du tableau, pour le métier de Manager/Responsable de magasin sont ajoutées les certifications suivantes :

| Métiers                               | Sanction | Libellé                                  | Fiche RNCP    | Niveau |
|---------------------------------------|----------|--|---------------|--------|
| Manager/<br>Responsable de<br>magasin | DipViGrM | Diplôme SKEMA Programme grande Ecole     | RNCP<br>34873 | 7      |
|                                       | TITRE    | Expert en contrôle de gestion et audit   | RNCP<br>34811 | 7      |
|                                       | TITRE    | Chef de projet en rénovation énergétique | RNCP<br>36026 | 5      |

- à la dernière ligne du tableau pour le métier de Vendeur en magasin, est ajoutée la certification suivante :

| Métiers               | Sanction | Libellé  | Fiche RNCP    | Niveau |
|-----------------------|----------|--|---------------|--------|
| Vendeur en<br>magasin | TITRE    | Conseiller services en électrodomestique et multimédia | RNCP<br>26755 | 4      |

b) Justification de l'ajout de ces certifications

Les quatre certifications liées, pour trois d'entre elles, au métier de Manager/Responsable de magasin et pour une, au métier de Vendeur en magasin, permettent d'éviter le risque d'obsolescence des compétences des salariés :

- dans le domaine du management de proximité et dans le domaine de la gestion de la relation client, deux des trois domaines identifiés par la branche comme étant un enjeu prioritaire,
- dans la famille des métiers de la vente, une des quatre grandes familles de métiers stratégiques où l'acquisition de compétences nouvelles est nécessaire,

domaine et famille de métiers ayant été présentés en annexe 2 de l'accord relatif à la mise en œuvre du dispositif de reconversion ou de promotion par l'alternance (ProA) du 6 octobre 2020.

Par ailleurs, à l'appui des études réalisées dans le cadre de l'EDEC Commerce et de l'EDEC sur la transition écologique conclus entre L'Opcommerce et l'Etat, les partenaires sociaux anticipent les besoins en compétences des salariés à la lumière de l'évolution des activités des entreprises notamment dans le conseil aux clients en matière de rénovation énergétique de l'habitat et en conseil en réparation des articles avec le développement de l'économie circulaire.

Un explicatif sur les compétences apportées par les deux certifications RNCP26755 et RNCP3606 est joint à la demande de dépôt.

## **Article 5** **Durée, effet, entrée en vigueur et révision**

Le présent avenant est conclu pour une durée indéterminée.

En application de l'article L.2261-8 du code du travail, il est rappelé que le présent avenant complète de plein droit l'annexe 1 de l'accord de branche du 6 octobre 2020 et de son avenant du 14 septembre 2021.

Les autres dispositions de cet accord de branche demeurent inchangées.

Il prend effet dans les mêmes conditions que l'accord de branche du 6 octobre 2020, qu'il vise à compléter, le lendemain de la date de publication de son arrêté d'extension au Journal Officiel.

Chaque partie légalement habilitée à engager la procédure de révision et introduisant une demande devra l'accompagner d'un projet sur les points à réviser. Les discussions devront s'engager dans les 30 jours suivant la date de la demande de révision.

## **Article 6** **Dépôt et extension**

Le présent avenant est établi en vertu des dispositions du Code du Travail relatives à « la négociation collective – les conventions et accords collectifs du travail » (Livre Deuxième de la Partie II). Compte tenu de son objet, le présent avenant ne nécessite pas de dispositions particulières pour les entreprises de moins de 50 salariés.

Il est fait en nombre suffisant d'exemplaires pour être remis à chacune des organisations signataires et être déposé en deux exemplaires dont un sur support électronique.

Les parties signataires conviennent de demander l'extension du présent avenant. Le secrétariat de la Commission Paritaire est mandaté à cet effet (Secrétariat CCPNI Bricolage, C/O FMB, 5 rue de Maubeuge, 75009 Paris et adresse mail : [cppni@fmbricolage.org](mailto:cppni@fmbricolage.org))

Fait à Paris, le

Pour la Fédération des Magasins de Bricolage  
et de l'aménagement de la maison

Pour la Fédération des Services CFDT

Pour la CFE-CGC/FNECS

Pour la Fédération CGT Commerce

---

# Argumentaire-cadre Pro-A 2021

---

13 décembre 2021

L'OPCOMMERCE

---

# Introduction

- Le secteur commerce connaît de plusieurs années des mutations structurelles fortes sous l'effet de la révolution numérique et des évolutions des modes de consommation et des attentes des clients. Dans ce cadre, les entreprises de la branche du Bricolage sont ainsi amenées à repenser leurs organisations afin de s'adapter à ces évolutions du marché.
- Les études de l'EDEC Commerce « Le digital dans les entreprises du commerce » et « Ingénierie de formation et pédagogie sur les métiers de demain » (communes à plusieurs branches du commerce), et la veille prospective menées par l'Observatoire prospectif des métiers du commerce montrent que les compétences actuelles maîtrisées par certains salariés ne sont plus suffisantes pour faire face à ces évolutions structurelles des marchés sur l'ensemble des branches du commerce. Quatre familles de métiers sont particulièrement visées : vente ; merchandising ; logistique ; informatique/web.
- Afin d'assurer la pérennité de leurs emplois et de sécuriser leur parcours professionnel, la montée en compétences de ces salariés est nécessaire pour s'adapter à l'évolution des activités engendrées par ces mutations structurelles du marché. De cette montée en compétences dépendra la pérennité des entreprises de la branche du Bricolage qui assurent un maillage économique territorial et offrent des emplois non délocalisables.

## Evolution des métiers de la vente

| Référence | Facteurs d'évolution   | Impacts métiers et compétences   |
|-----------|--|--|
| #1        | <p><b>Développement des outils digitaux au sein des magasins</b>, permettant :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• La personnalisation de l'accueil et de la prise en charge du client</li> <li>• De mieux renseigner et informer le client</li> <li>• De proposer une offre de produits et de services adaptée au client, une montée en gamme produit, des ventes additionnelles en s'appuyant sur l'exploitation de l'historique des données clients et l'accès aux informations produits</li> <li>• De disposer une meilleure visibilité sur les stocks</li> <li>• De réaliser l'encaissement client en direct</li> </ul>                | <p><b>Évolution des activités des employés commerciaux vers plus de maîtrise des outils dédiés à la gestion des stocks et des approvisionnements</b></p> <p><b>Évolution des activités de vendeur et de conseiller vente par l'intégration de outils digitaux dans la prise en charge et l'accompagnement du client</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Recentrage des activités de la force de vente sur les tâches cœur de métier, la gestion de l'approvisionnement des rayons à l'aide des outils digitaux étant moins chronophage et moins sujet à des erreurs éventuelles</li> <li>- Intégration des outils digitaux dans l'acte de vente tout en adoptant une posture adéquate</li> <li>- Émergence et développement de nouveaux modes d'accueil et de vente axés sur la personnalisation client en s'appuyant sur des outils digitaux (tablettes, smartphones notamment)</li> <li>- Optimisation de la recherche et de l'exploitation des sources d'informations digitales pour renseigner le client</li> <li>- Facilitation des achats du client en fluidifiant son parcours à l'aide des outils digitaux</li> <li>- Accompagnement du client dans l'utilisation des outils digitaux en libre accès</li> <li>- Exploitation et analyse des données clients pour personnaliser le conseil et la vente de produits et de services</li> </ul> <p><b>Évolution des métiers de manager de magasin dans l'accompagnement de la mise en œuvre des outils digitaux au sein du magasin</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Maîtrise d'une palette d'outils digitaux plus large à gérer, à analyser et interpréter</li> <li>- Gestion de nouvelles tâches liées au digital (gestion des expéditions liées à la vente en ligne, utilisation des réseaux sociaux pour la création et l'animation de communautés, ...)</li> <li>- Expérimentation et introduction de nouveaux modes d'accueil et de vente qui s'appuient sur des outils digitaux</li> <li>- Pilotage des outils de reporting des systèmes d'information renouvelés</li> <li>- Accompagnement des collaborateurs dans l'adoption et l'utilisation efficaces des ressources digitales</li> </ul> |
| #2        | <p><b>Évolution des modes de consommation et des attentes clients liées au digital</b>, impliquant :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Une pratique de l'omnicanal grandissante dans les modes de consommation</li> <li>• Des clients tout aussi, voire plus et mieux informés que les vendeurs</li> <li>• La recherche d'une démarche de vente personnalisée</li> <li>• Une recherche de conseils personnalisés appuyée par une expertise forte et autre que technique</li> <li>• L'émergence de préoccupations RSE des clients, de plus en plus en quête de transparence sur l'origine, l'éthique et la qualité des produits</li> </ul> | <p><b>Évolution de la posture des employés commerciaux vers davantage de relation client pour participer à l'expérience client</b></p> <p><b>Évolution des métiers de vendeur et de conseiller vente par la maîtrise de compétences plus approfondies en relation client</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Appréhender les nouveaux codes et comportements de la relation client</li> <li>• Accueillir et identifier le parcours client dans une logique omni-canal</li> <li>• Réaliser davantage de conseils aux clients dans une logique omni-canal en adoptant de nouvelles démarches de personnalisation de la vente</li> <li>• Apporter du conseil en solutions globales et des conseils techniques nécessitant la maîtrise de doubles champs de compétences</li> <li>• Capacité à produire de la valeur ajoutée pour ce dernier par rapport à un achat en ligne. Les conseillers de vente seront de plus en plus responsables du parcours global (avant, pendant, et après, grâce aux canaux digitaux) du client, même s'ils ne perdent pas leur expertise technique, toujours essentielle dans l'interaction avec le client</li> <li>• Capacité à appréhender les préoccupations RSE des clients et à être en mesure de les renseigner et d'échanger sur la dimension RSE des produits (origine, labels, etc...)</li> </ul> <p><b>Évolution des métiers de manager de magasin pour mieux répondre aux évolutions des modes de consommation</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Développement des activités de veille tendancielle pour mieux appréhender l'évolution des modes de consommation et de veille concurrentielle pour pouvoir situer son magasin sur la zone de chalandise</li> <li>• Instauration d'une culture de la personnalisation et du suivi client</li> </ul>  |



|                  |   |  |
|------------------|---|--|
| <p><b>#3</b></p> | <p><b>Mutation des magasins pour appréhender et relever les défis de l'évolution de la relation client</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Positionnement des magasins pour répondre à une consommation de désir et de plaisir (et pas seulement de besoin) tout en multipliant les motifs de fréquentation du magasin ; évolution du point de vente vers d'autres vocations que l'achat</li> <li>• Passage d'un modèle transactionnel à un modèle plus relationnel, plus personnalisé, pour faire du magasin un véritable lieu d'expérience client</li> </ul> | <p><b>Mutation du métier de « vendeur » ou de « conseiller de vente » vers celui de « chargé de relation client » ou « conseiller vente expert » en charge d'animations clients innovantes</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Capacité à proposer une expérience client différenciante et innovante</li> <li>• Adoption d'une posture commerciale offensive, dans un marché fortement concurrentiel, axée sur une démarche proche du développement commercial, passant notamment par le développement du clienteling et l'animation d'un portefeuille client à distance</li> <li>• Capacité à initier et animer des évènementiels sur et autour de la maison et de l'habitat en faisant de l'espace de vente un lieu de vie</li> <li>• Initiation et entretien d'une relation client durable notamment par le partage d'informations et l'échange au sein de communautés et de réseaux sociaux</li> </ul> <p><b>Évolution du métier de manager de magasin dans un contexte de mutation des magasins</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Développement et pilotages de projets opérationnels innovants</li> <li>• Mise en œuvre et accompagnement d'évolutions organisationnelles innovantes au sein du magasin</li> <li>• Développement d'une posture de coach, afin d'adapter son management à des modes d'organisation plus agiles</li> <li>• Adapter son mode de management aux nouvelles attentes de salariés (notamment des nouvelles générations), de susciter l'envie et d'encourager la créativité</li> <li>• Adopter de nouvelles méthodes de management et responsabiliser les équipes sur le principe « care » des clients</li> <li>• Accompagner le développement des compétences des collaborateurs dans un contexte fortement évolutif</li> </ul> |
| <p><b>#4</b></p> | <p><b>L'impact de la transition écologique se traduit par de nouvelles manières de travailler dans le commerce.</b> Si l'impact de la sobriété n'est pas à écarter à plus long terme, c'est surtout en développant de nouvelles compétences que les commerces parviendront à prospérer dans ce contexte.</p> <p>L'impact réside davantage dans le « verdissement des métiers » que dans la création de nouveaux métiers verts.</p>  | <p><b>Evolution des métiers de responsable de rayon, vendeur:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Garantir une bonne information au consommateur sur l'impact environnemental des produits et pouvoir le conseiller</li> <li>• Optimiser les stocks au sein du rayon dans un objectif 0 déchet</li> <li>• Mettre en avant sur les rayons les produits les plus écoresponsables</li> <li>• Vendre des produits principalement en vrac et /ou sans emballage plastique</li> <li>• Valoriser les produits périmés ou abimés dans des filières de valorisation dédiés</li> <li>• Favoriser les produits fabriqués à partir de matières premières plus durables et utilisant des processus de production optimisés</li> <li>• Informer et conseiller le client sur l'impact environnemental du produit</li> </ul> <p><b>Evolution du métier de commercial/technico commercial :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Informer et conseiller le client sur l'impact écologique du produit vendu</li> <li>• Se déplacer en utilisant les mobilités douces</li> <li>• Choisir des fournisseurs écoresponsables, aux produits locaux et durables</li> <li>• Favoriser des prestataires logistiques à l'impact environnemental faible</li> </ul> <p><b>Evolution des métiers du e-commerce :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Choisir des fournisseurs éco-responsables, aux produits locaux, durables, en circuit court, de seconde main</li> <li>• Mettre en avant sur un site les produits les plus durables, écoresponsables, à l'aide d'un système de critères/vignettes</li> <li>• Favoriser les prestataires logistiques à l'impact environnemental faible</li> </ul>  |

**Commentaires :**

Du fait de la mutation de l'activité engendrée par les modes de consommation et les attentes clients liées au digital, les compétences maîtrisées par les vendeurs ne sont plus suffisantes pour permettre aux structures de se différencier sur un marché fortement concurrentiel.

---

La mutation des métiers de vente se fait à tous les niveaux :

- Les employés de commerce, qui évoluent vers davantage de relation client, sont amenés à « effectuer des activités nécessitant de mobiliser un éventail large d'aptitudes » et « d'être capable d'adapter des solutions existantes » pour répondre à la demande des clients. (Critères associés aux qualifications des certifications professionnelles de niveau 4)
- En évoluant vers des activités, le cœur d'expertise des vendeurs conseils évoluent vers des compétences inhérentes à l'expérientiel et au serviciel client. Ils doivent renforcer, voire acquérir, des compétences en analyse et en interprétation des données clients afin de concevoir des solutions personnalisées pour répondre à la demande client et être ainsi en capacité à créer de la valeur ajoutée par rapport à un achat en ligne. Leurs connaissances approfondies doivent être régulièrement actualisées pour appréhender l'évolution des demandes clients. Cette évolution des activités nécessite des nouveaux savoirs et savoir-faire issus des certifications dans le domaine du commerce de niveau 5.
- Quant aux managers de magasin en poste, en charge d'introduire les outils digitaux, ils doivent capitaliser et formaliser des savoir-faire et des méthodes afin d'accompagner les mutations de leur point de vente. Afin de répondre aux exigences des clients, ils doivent dégager et mettre en œuvre des solutions agiles. Dans un environnement très évolutif, leur activité de management s'élargit au développement des compétences individuelles et collectives des équipes. Les compétences en management de proximité évoluent alors vers des savoirs et savoir-faire issus des certifications dans le domaine du management commercial et de la distribution de niveau 6.

Ainsi, les salariés recrutés, sur des bas niveaux de qualification ou des niveaux de qualification moindres pour les métiers respectivement cités ci-dessus, présenteront à terme des niveaux une obsolescence des compétences, voire des manques en compétences, pour faire face aux évolutions fortes du marché.

## Evolution des métiers de l'après-vente

| Référence | Facteurs d'évolution | Impacts métiers et compétences |
|-----------|----------------------|--------------------------------|
|-----------|----------------------|--------------------------------|

|           |  |   |
|-----------|--|---|
| <p>#5</p> | <p><b>L'impact de la transition écologique se traduit par de nouvelles manières de travailler dans le commerce.</b> Si l'impact de la sobriété n'est pas à écarter à plus long terme, c'est surtout en développant de nouvelles compétences que les commerces parviendront à prospérer dans ce contexte.</p> <p>L'impact réside davantage dans le « verdissement des métiers » que dans la création de nouveaux métiers verts.</p> | <p><b>Evolution des métiers du SAV/après-vente :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Développer les services d'entretien et de réparation des articles de bricolage et de jardinage</li> <li>• Vendre du matériel d'occasion</li> <li>• Proposer les services de location de matériel, pour des utilisations ponctuelles, plutôt que la vente</li> </ul> |
|-----------|--|---|

### Evolution des métiers du merchandising et conception produits

| Référence | Facteurs d'évolution | Impacts métiers et compétences |
|-----------|----------------------|--------------------------------|
|-----------|----------------------|--------------------------------|

|    |  |   |
|----|--|---|
| #6 | <b>Développement des outils digitaux au sein des magasins</b> , permettant : <ul style="list-style-type: none"> <li>• Efficience du renseignement et de l'information client</li> <li>• Proposition d'un parcours client personnalisé</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Appréhender la dimension digitale et son usage dans une logique phygitale afin de repenser l'agencement des magasins en veillant à la bonne complémentarité des outils digitaux avec les éléments physiques afin d'assurer une fluidité du parcours client au sein du point de vente</li> </ul>  |
| #7 | <b>Évolution des modes de consommation et des attentes clients liées au digital</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Une pratique de l'omni-canal grandissante dans les modes de consommations</li> <li>• Gestion du cross-canal en magasin</li> <li>• Recherche d'une démarche de vente personnalisée amenant à repenser le point de vente comme lieu de vie, de découverte et de réalisation personnelle</li> <li>• Capacité du point de vente à se transformer et s'adapter aux nouvelles exigences servicielles et expérientielles des clients</li> <li>• Émergence de préoccupations RSE des clients, de plus en plus en quête de transparence sur l'origine, l'éthique et la qualité des produits</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Appréhender et intégrer les enjeux de l'omnicanalité dans la démarche de merchandising</li> <li>• Analyser les données et les pratiques de ventes dans une approche globale s'appuyant sur la complémentarité des canaux de distributions (physique, digital, phygital)</li> <li>• Passer d'une approche par catégories de produits à une approche centrée sur les modes de vie</li> <li>• Développer un merchandising dans une logique de retail responsable : intégration et mise en place de nouveaux aménagements (espaces de récupération des produits, ...)</li> </ul> |
| #8 | <b>Mutation des magasins pour appréhender et relever les défis de l'évolution de la relation client</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Nouveau positionnement du point de vente visant son intégration dans une logique de multiplicité et de complémentarité des canaux d'attention vis-à-vis du client</li> <li>• Magasin / point de vente repensé comme vecteur de sociabilité et point de ralliement capable d'enrichir et d'intensifier la relation client</li> <li>• Théâtralisation du lieu de vente</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Réaliser une veille constante sur les tendances, les nouveaux concepts et les nouvelles technologies</li> <li>• Concevoir et tester des scénarios innovants de merchandising pour optimiser la complémentarité du commerce physique et digital</li> <li>• Accompagner le développement des compétences des collaborateurs dans un contexte fortement évolutif</li> </ul>   |

|                  |  |  |
|------------------|--|--|
| <p><b>#9</b></p> | <p><b>L'impact de la transition écologique se traduit par de nouvelles manières de travailler dans le commerce.</b> Si l'impact de la sobriété n'est pas à écarter à plus long terme, c'est surtout en développant de nouvelles compétences que les commerces parviendront à prospérer dans ce contexte.</p> <p>L'impact réside davantage dans le « verdissement des métiers » que dans la création de nouveaux métiers verts.</p> | <p><b>Evolution du métier visual merchandiser :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Mettre en valeur des produits durables, écoresponsables, de seconde main, certifiés, etc... pour augmenter les ventes de ces catégories de produits</li> <li>• Développer des expériences de faire soi-même, pour sensibiliser les consommateurs au contenu / éléments de fabrication des produits achetés</li> </ul> |
|------------------|--|--|

**Commentaires :**

Avec le développement du e-commerce et le recours croissant à l'achat en ligne, le magasin physique cherche à se transformer afin d'attirer les clients. Le lieu de vente se théâtralise davantage pour réenchanter l'expérience client. L'architecture et les parcours client seront davantage singularisés et mis en scène, avec un souci croissant du merchandising sur l'ensemble des univers produits pour créer l'évènement et ainsi susciter du trafic face au e-commerce. Cette théâtralisation du lieu de vente nécessitera de revoir l'organisation du magasin en diminuant des surfaces de vente au profit de mètres carrés non productifs : les espaces deviennent des outils marketing pour les enseignes et les marques.

Cela nécessite de :

- Renforcer les métiers du merchandising pour faire évoluer l'espace au fil des thématiques, expositions, ateliers, cours...
- Développer les métiers du marketing pour faire vivre le lieu et proposer une expérience de « shopping augmentée », attirant le client pour autre chose que les promotions

Une montée en compétences des acteurs du merchandising est alors nécessaire afin de saisir de nouveaux concepts et de l'intégrer dans une démarche omnicanale.

**Evolution des métiers de la logistique**

| Référence | Facteurs d'évolution | Impacts métiers et compétences |
|-----------|----------------------|--------------------------------|
|-----------|----------------------|--------------------------------|

|                   |   |  |
|-------------------|---|--|
| <p><b>#10</b></p> | <p><b>Digitalisation et renforcement de l'automatisation des tâches</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• A la réception des produits, automatisation du contrôle et de la pointe qui impacte fortement le métier de réceptionnaire</li> <li>• Passage d'activités de manutention vers davantage de supervision informatisée et de contrôle des opérations réalisées</li> <li>• Évolution de certains métiers de manutentionnaires vers des activités de pilotage de machines et de suivi d'indicateurs</li> </ul>   | <p><b>Évolution des métiers des opérationnels en logistique avec la digitalisation et l'automatisation des certaines tâches</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Appréhender et maîtriser les outils digitaux pour suivre et gérer les stocks et des flux de marchandises</li> <li>• Identifier et appréhender les informations relatives aux flux logistiques à l'aide des outils digitaux pour assurer une gestion et un suivi des stocks de marchandises optimal</li> <li>• Savoir organiser son activité dans un contexte numérisé</li> <li>• Appréhender le fonctionnement de la chaîne automatisée et s'assurer de son bon fonctionnement par des opérations de contrôle des opérations selon les procédures définies</li> <li>• Effectuer des contrôles qualités sur la préparation des commandes réalisés sur chaîne logistique automatisée</li> <li>• Participer au contrôle et à la maintenance d'équipements</li> </ul> <p><b>Évolution des métiers du management opérationnel</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Utilisation de nouveaux outils pour superviser et piloter les activités logistiques</li> <li>• Renforcement des activités de veille technologique</li> <li>• Capacité à expérimenter de nouvelles solutions digitales : installation, évaluation, test de l'efficacité</li> <li>• Participation à la définition et à la mise en œuvre de nouvelles organisations des entrepôts et des magasins pour accueillir de nouvelles technologies</li> <li>• Accompagnement des collaborateurs dans l'adoption et l'utilisation efficaces des outils digitaux</li> </ul> |
| <p><b>#11</b></p> | <p><b>Évolution des modes de consommation et des attentes clients liées au digital</b> impliquant :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Une pratique de l'omnicanal grandissante dans les modes de consommations impactant pleinement les activités logistiques</li> <li>• Un accroissement de la livraison à domicile avec une recherche croissante de la personnalisation : changement de culture pour livrer le client final, nécessitant rapidité, précision, fiabilité et la mise en place de prestations logistiques différenciantes avec services personnalisés</li> <li>• Un développement de la logistique servicielle (logistique BtoC en croissance avec le e-commerce) plus consommatrice de main d'œuvre que la logistique de volume (flux entrepôts-magasins)</li> <li>• La nécessité d'une organisation logistique nouvelle pour gérer à la fois des flux magasins et des flux directs vers le client</li> <li>• Un raccourcissement des délais de</li> </ul> | <p><b>Évolution des métiers opérationnels</b> avec, en plus de la logistique qui traite du volume, une logistique « servicielle » comportant des services à valeur ajoutée. Elle s'appuie notamment sur la responsabilisation des équipes et sur des compétences en relation client (importance de la fiabilité, de la bonne gestion des aléas...)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Comprendre les impacts de la relation client sur l'activité logistique</li> <li>• Gérer la relation client dans le cadre de l'activité logistique, notamment avec davantage de personnalisation</li> </ul> <p><b>Évolution des métiers du management opérationnel</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Appréhender les impacts de l'évolution de la relation client liée à l'omnicanalté sur la logistique</li> <li>• Sensibiliser et accompagner les collaborateurs face aux enjeux de la relation client et les accompagner dans une logique « servicielle » tournée vers le client</li> <li>• Développer et améliorer la performance de la chaîne logistique dans une double logique de traitement de volume en direction des magasins et « servicielle » en lien direct avec le client</li> <li>• Participer aux réflexions et tests d'internalisation de la livraison directe au client (logique BtoC)</li> <li>• Participer aux réflexions sur l'optimisation de la gestion des flux et des approvisionnements</li> <li>• Intégrer la dimension « RSE » dans les pratiques des activités logistiques</li> </ul>  |

|            |  |  |
|------------|--|--|
|            | <p>livraison</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Le passage d'une logistique de « flux poussés » à du « flux tirés » nécessitant un besoin accru en prévision</li> <li>Préoccupation environnementale</li> </ul>  |  |
| <b>#12</b> | <p><b>Mutation et développement de la performance des activités de la logistique</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>La logistique comme atout compétitif et levier différenciant clé pour les entreprises du commerce et de la distribution</li> </ul>   | <p><b>Évolution des métiers du management opérationnel</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Participer à la définition et à la mise en œuvre de nouvelles organisations pour développer et améliorer la performance de la chaîne logistique</li> <li>Appréhender l'utilisation de la data pour optimiser les process de commandes et d'approvisionnements</li> <li>Piloter des outils de gestion de la chaîne logistique dans un objectif d'optimisation des espaces et de rationalisation des parcours</li> <li>Fluidifier et sécuriser la gestion des stocks avec la mise en place d'un système de radiodiffusion (RFID)</li> <li>Adopter une posture de manager de proximité dans un contexte évolutif</li> <li>Coacher et animer une équipe dans un environnement renouvelé</li> <li>Piloter et accompagner le changement de l'organisation</li> <li>S'assurer du développement des compétences dans un environnement numérisé et automatisé en lien avec les Ressources Humaines</li> </ul> |
| <b>#13</b> | <p><b>L'impact de la transition écologique se traduit par de nouvelles manières de travailler dans le commerce.</b> Si l'impact de la sobriété n'est pas à écarter à plus long terme, c'est surtout en développant de nouvelles compétences que les commerces parviendront à prospérer dans ce contexte.</p> <p>L'impact réside davantage dans le « verdissement des métiers » que dans la création de nouveaux métiers verts.</p> | <p><b>Evolution des métiers d'agent logistique/magasinier/préparateur de commandes :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Assurer une réception et un stockage complètement optimisé des marchandises afin de réduire au maximum les pertes</li> <li>Conditionner les marchandises dans déchets et emballages plastiques en privilégiant le vrac et les matériaux recyclables</li> <li>Réaliser le tri et la valorisation sur place des déchets générés</li> </ul>   |

### Commentaires :

Du fait de la mutation de l'activité engendrée par la révolution numérique et les évolutions des modes de consommation et des attentes clients, les compétences maîtrisées par les équipes logistiques ne sont plus suffisantes pour permettre à l'activité logistique de relever ces défis. Étant donné que la logistique est un domaine d'activité intégrateur favorisant l'insertion et l'évolution professionnelle de personnes à bas niveaux de qualification, une montée en compétence de certains collaborateurs devient impérative pour faire face aux évolutions de l'activité logistique.

La mutation des métiers de la logistique se fait à tous les niveaux :

- 
- Les équipes logistiques, qui doivent s'adapter à la digitalisation des tâches et à l'intégration de la gestion de la relation client dans une logique omnicanal, sont amenées à « effectuer des activités nécessitant de mobiliser un éventail large d'aptitudes » et « d'être capable d'adapter des solutions existantes » (critères associés aux qualifications des certifications professionnelles de niveau 4)
  - Quant aux managers de magasin en poste, en charge d'introduire les outils digitaux, ils doivent capitaliser et formaliser des savoir-faire et des méthodes afin d'accompagner la mutation de l'organisation logistique. Afin de relever le défi de la performance logistique, ils doivent dégager et mettre en œuvre des solutions agiles pour répondre aux contraintes de l'approvisionnement dans un environnement omnicanal. Dans un environnement très évolutif, leur activité de management s'élargit au développement des compétences individuelles et collectives des équipes. Les compétences en management de proximité évoluent alors vers des savoirs et savoir-faire issus des certifications dans le domaine logistique de niveau 6.



## Evolution des métiers de l'informatique et du digital

| Référence | Facteurs d'évolution  | Impacts métiers et compétences  |
|-----------|---|---|
| #14       | <p>Développement de l'omnicanalité pour répondre aux attentes des clients</p> <p>Gestion de la logistique en temps réel</p> <p>Promotion de l'image de l'entreprise ou de la marque,</p> <p>Amélioration sans cesse de l'expérience client (information en temps réel sur l'état des stocks, de la livraison, produits alternatifs...)</p> <p>Optimisation de la gestion des stocks (réassorts, rotations, ...),</p> <p>Analyse de la performance des points de vente</p> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Appréhender le parcours client dans une logique omnicanal</li> <li>• Développer des sites internet</li> <li>• Gérer les contenus des sites de manière autonome</li> <li>• Maitriser la plateforme e-commerce pour la gestion des contenus,</li> <li>• Exploiter et analyser les données pour développer l'activité commerciale.</li> </ul>         |
| #15       | <p>L'impact de la transition écologique se traduit par de nouvelles manières de travailler dans le commerce. Si l'impact de la sobriété n'est pas à écarter à plus long terme, c'est surtout en développant de nouvelles compétences que les commerces parviendront à prospérer dans ce contexte.</p> <p>L'impact réside davantage dans le « verdissement des métiers » que dans la création de nouveaux métiers verts.</p>   | <p><b>Evolutions sur le métier de data analyste/data miner :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• S'inscrire dans une optique de sobriété énergétique : bases de données moins énergivores, matériel informatique plus performant, etc...</li> <li>• Centrer l'analyse de données sur les produits les plus durables : qualité, traçabilité, circuits courts, etc...</li> </ul> |

### Commentaires :

Les certifications proposées dans cet accord permettent à des spécialistes du commerce, qui réalisent déjà une partie de ses activités, de se former aux besoins cités ci-contre afin de les professionnaliser au regard des évolutions technologiques et de l'activité commerciale.

**Eléments justificatifs spécifiques à deux certifications ajoutées  
par l'avenant n°2 à l'accord du 6 octobre 2020**

| Certifications  | Facteurs d'évolution   | Impact métiers et compétences  |
|---|--|--|
| <p><b>RNCP26755</b><br/>Conseiller services en électro domestique et multimédia (option produits électroménager et bricolage)</p> | <p>Dans le cadre de la loi sur la transition écologique, il est posé une exigence sur la réparation des appareils électroménagers. Par extension, il y a une demande de plus en plus forte de la clientèle sur les appareils utilisés dans l'habitat : en cuisine, chauffage, domotique, bricolage.</p> <p>Afin de conseiller les clients sur le bon geste à faire (réparation ou rachat de l'article), il est nécessaire de développer les compétences à la vente de service après-vente par un conseil professionnalisé.</p>   | <p>Évolution des activités de vendeur et de conseiller vente par l'intégration d'outils digitaux, techniques dans la prise en charge et l'accompagnement du client dans l'acte de réparation ou non de son article:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Accueil et accompagnement du client dans sa démarche</li> <li>- Diagnostic de réparabilité de l'article</li> <li>- Conseil du client dans le choix à opérer par rapport: <ul style="list-style-type: none"> <li>- au coût de la réparation,</li> <li>- à la diminution de l'impact écologique par la réparation,</li> <li>- au conseil de remplacement d'un appareil énergivore</li> </ul> </li> <li>- Émergence et développement de nouveaux modes d'accueil et de vente axés sur la personnalisation client en s'appuyant sur des outils digitaux (tablettes, smartphones notamment)</li> <li>- Optimisation de la recherche et de l'exploitation des sources d'informations digitales pour renseigner le client</li> </ul> |
| <p><b>RNCP36026</b><br/>Chef de projet en rénovation énergétique</p>  | <p>En France, près de 5 millions de logements sont considérés comme des passoires thermiques. Les bâtiments représentent 30% des émissions des gaz à effet de serre des Français. Donc en améliorant la performance énergétique des bâtiments, nous agissons directement pour la réduction des émissions de CO2. Un ménage sur cinq est aujourd'hui en situation de précarité énergétique en France.</p> <p>Dans le cadre de la loi sur la transition énergétique, Il y a un enjeu de renforcer la compétence des vendeurs afin de faciliter le dialogue entre les clients et les acteurs habilités par l'État pour intervenir chez les clients pour rénover l'habitat.</p> <p>Acteurs de confiance pour les clients, les vendeurs sont fortement sollicités dans les conseils sur la rénovation énergétique de l'habitat particulier.</p> | <p>Évolution des activités de vendeur et de conseiller vente par l'intégration d'outils digitaux, techniques dans la prise en charge et l'accompagnement du client dans le conseil et l'achat de solutions, produits, pose de produits dans le cadre de la rénovation énergétique:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- comprendre les problèmes, projets du client</li> <li>- poser un diagnostic technique en interviewant le client</li> <li>- proposer l'offre produit et solutions</li> <li>- renseigner le client sur les solutions et aides en matière de rénovation énergétique (aides de l'Etat, financière, interlocuteurs habilités)</li> <li>- conseils et vente de produits</li> <li>- simplifier les démarches avec un interlocuteur unique orchestrant toutes les étapes du parcours client, et ce quelque soit le canal choisi : sur le web, au téléphone, ou en magasin.</li> </ul>   |