

Brochure n° 3251

Convention collective nationale

IDCC : 1517. – **COMMERCE DE DÉTAIL NON ALIMENTAIRES**

Antiquités, brocante, galeries d'art (œuvres d'art), arts de la table, coutellerie, droguerie, équipement du foyer, bazars, commerces ménagers, modélisme, jeux, jouets, puérinatalité et maroquinerie

ACCORD DU 6 OCTOBRE 2006

RELATIF À LA CRÉATION D'UN CERTIFICAT DE QUALIFICATION
PROFESSIONNELLE (CQP) VENDEUR EN MAGASIN SPÉCIALISÉ
JEUX ET JOUETS

NOR : ASET0651232M

IDCC : 1517

PRÉAMBULE

Dans le prolongement de l'accord du 29 novembre 2004 relatif aux priorités et aux objectifs de la formation professionnelle dans les commerces de détail non alimentaires, les parties signataires veillent à adapter aux réels besoins des entreprises et des salariés et aux évolutions d'emploi les formations mises en place dans la branche.

Vu les décisions prises par la commission paritaire de l'emploi et de la formation professionnelle de la branche (CPNEFP) dans sa réunion du 13 septembre 2006, les partenaires sociaux signataires décident de créer le premier certificat de qualification professionnelle de la branche dans le secteur de la distribution spécialisée en jeux et en jouets.

Le secteur de la distribution en jeux et en jouets est en fort développement. De nombreux magasins ouvrent en France chaque année. La part de marché de la distribution spécialisée dans le marché français du jouet progresse régulièrement et ces magasins évoluent sur le plan technique de la présentation pour répondre aux aspirations des consommateurs.

Ce secteur a plusieurs particularités :

- une très forte saisonnalité ;
- la présence fréquente de 2 clients qu'il faut satisfaire : l'enfant et le parent ;

- un rôle de conseil très marqué lié à l'importance du choix des jouets dans le développement de l'enfant ;
- une gamme de produits très diversifiés qui va des produits 1^{er} âge, de la peluche aux jeux vidéo en passant par les produits éducatifs, les poupées, les figurines, les jeux de société, les puzzles...

Aujourd'hui les principales formations spécialisées existant dans le domaine du jouet sont des formations supérieures, de niveau licence ou master. Or 90 % des postes à pourvoir dans les entreprises de la distribution spécialisée en jouets sont des postes en magasin.

Les formations les plus courantes pour le personnel de vente en magasin sont actuellement les suivantes : CAP, BEP vente, bac pro commerce, BTS management des unités commerciales mais aucune ne prend en compte les besoins spécifiques du secteur du jouet. Par ailleurs, beaucoup de salariés présents en magasin sont autodidactes.

Afin de répondre au mieux aux besoins de leurs clients, les entreprises de distribution spécialisée en jeux et en jouets ont besoin de renforcer les compétences de leurs vendeurs dans les domaines suivants : la connaissance de la clientèle, le rôle du jouet dans l'apprentissage et le développement des enfants, le merchandising, l'animation et la démonstration des produits, les comportements de vente...

Nota. – L'appellation « jouets » dans le texte de l'accord est un terme générique qui veut dire « jeux et jouets ».

Article 1^{er}

Définition et positionnement dans la convention collective nationale de la branche

Le « certificat de qualification professionnelle (CQP) vendeur en magasin spécialisé jeux et jouets » est un titre attestant dans les conditions définies ci-après la qualification obtenue dans la branche du commerce des jeux et jouets.

L'acquisition de ce CQP permet au titulaire d'accéder au minimum au niveau III de la convention collective nationale du commerce de détail non alimentaire (brochure n° 3251, IDCC : 1517).

CAHIER DES CHARGES PÉDAGOGIQUES

Article 2

Objectifs de la formation

La formation est une formation professionnelle dont le fil conducteur est la vente. L'objectif est de professionnaliser le vendeur en magasin et de l'aider à améliorer son savoir-être et son savoir-faire au sein du magasin. Elle s'appuie donc sur la théorie et sur la pratique.

La formation doit permettre d'acquérir les savoirs (connaissances), savoir-être (comportements) et savoir-faire (compétences) au poste de vendeur en magasin. A l'issue de la formation, le candidat devra être capable de :

- conseiller et prendre en charge les clients ;
- traiter les marchandises et réaliser des implantations ;
- finaliser la vente et promouvoir les services associés.

Les points clés de la formation seront la vente, le marché et l'offre, la vie du magasin.

Article 3

Définition de la qualification

Le vendeur en magasin spécialisé jeux et jouets doit :

- satisfaire au mieux les demandes des clients ;
- connaître le rôle du jouet dans le développement et l'apprentissage des enfants et conseiller les clients en ce sens ;
- participer aux implantations dans le magasin ;
- participer à la réalisation des vitrines et les têtes de gondoles ;
- participer aux animations et aux démonstrations de produits ;
- être polyvalent sur les principales activités du magasin.

Missions et tâches principales :

1. Vente-conseil : va au contact des clients ; écoute et questionne le client ou l'enfant ; répond aux besoins des clients ; propose des produits adaptés à l'âge et aux capacités de l'enfant en fonction des informations en sa possession ; finalise la vente ; traite les retours des clients.

2. Merchandising, implantations et décoration : traite les flux de marchandises ; réalise des implantations ; participe à la réalisation des vitrines ; réalise les têtes de gondole ; met en œuvre les opérations commerciales.

3. Animations : participe aux animations du magasin ; réalise des démonstrations de produits.

4. Vie du magasin : très sensibilisé à la sécurité des clients et notamment des enfants, il respecte les consignes de sécurité du magasin et il participe activement à la vie du magasin.

Article 4

Publics concernés

Le certificat de qualification professionnelle vendeur en magasin spécialisé jeux et jouets s'adresse à des salariés de l'entreprise, expérimentés ou non, et à des stagiaires, en contrat de professionnalisation :

- pour un salarié présent dans l'entreprise, le CQP peut être obtenu par l'intermédiaire d'une « période de professionnalisation », par un « congé individuel de formation » à l'initiative du salarié ou dans le cadre du « plan de formation » de l'entreprise.

Dans ce cas, le baccalauréat est exigé ou 2 ans d'expérience professionnelle, continue ou non, minimum dans la profession (vente de jouets) ou dans la vente ;

- pour un stagiaire recruté en contrat de professionnalisation, n'ayant aucune expérience professionnelle dans le jouet, le baccalauréat, le niveau baccalauréat ou un titre homologué équivalent est requis ;
- pour un stagiaire recruté en contrat de professionnalisation n'ayant pas le baccalauréat ou le niveau bac, 2 ans d'expérience professionnelle continue dans la vente sont exigés.

Article 5

Organismes de formation

La CPNEFP est compétente sur le choix des organismes de formation. Les organismes de formation, publics ou privés, assurant la formation de « vendeur en magasin spécialisé jeux-jouets », devront recevoir au préalable la validation de la CPNEFP sur le programme qu'ils dispensent à cet effet.

Une annexe au présent accord détermine l'organisme choisi pour la 1^{re} session.

Les organismes de formation devront répondre aux critères suivants :

- le centre de formation doit être un spécialiste des métiers du commerce et de la distribution. Il doit être compétent sur des formations diplômantes ou qualifiantes de la filière vente. Il doit présenter le contenu pédagogique et le nombre d'heures de formation attribué à chaque module ;
- ses formateurs doivent posséder les diplômes et les qualifications requises par la formation et certains doivent être des professionnels du jouet ;
- les locaux doivent garantir le confort des formateurs et des stagiaires. Les équipements informatiques doivent être en nombre suffisant.

Article 6

Organisation et durée de la formation

La formation consistera en une alternance de cours et de temps passé en magasin.

La durée totale de la formation ou du contrat de professionnalisation sera comprise entre 40 et 45 semaines. Le total des heures en centre de formation est fixé à 280.

Article 7

Tutorat

Dans le respect des dispositions de l'article 6 de l'accord du 29 novembre 2004 relatif aux priorités et aux objectifs de la formation professionnelle dans les commerces de détail non alimentaires, un tuteur devra obligatoirement être désigné pour chaque stagiaire. L'entreprise s'assure de la compétence des tuteurs et veille à leur formation.

Le tuteur peut être l'employeur lui-même ou un salarié de l'entreprise. Le tuteur doit être une personne volontaire et disposer du temps et des compétences nécessaires au suivi des personnes. La fonction ne doit entraîner ni une surcharge de travail ni une baisse de rémunération notamment sur les éléments variables.

Le tuteur a pour mission :

- accueillir, aider, informer et guider les stagiaires ;
- organiser avec les salariés concernés l'activité des stagiaires dans l'entreprise et contribuer à l'acquisition des savoir-faire professionnels ;
- assurer la liaison avec l'organisme chargé des actions de formation.

Un tuteur ne peut avoir sous sa responsabilité qu'un seul stagiaire préparant le CQP.

Article 8

Contenu de la formation

La formation s'articulera autour de 4 grands thèmes, qui eux-mêmes sont divisés en sous-thèmes (voir détail ci-dessous). Les thèmes seront abordés en parallèle tout au long des différents séminaires et différents moyens pédagogiques seront mis en œuvre, tels que : interventions théoriques, mises en situation, simulations vidéo, études de cas et travail personnel du stagiaire. Certaines séances auront lieu sur le terrain dans des magasins et en ludothèque afin d'être au plus près des réalités du métier.

Thème 1 : le marché et l'offre

1. Le marché du jeu et du jouet

Objectif : connaître les chiffres clés du marché du jeu et du jouet, découvrir les tendances et comprendre les évolutions.

Contenu :

- historique et tendances d'évolution ;
- présentation générale des différents types de jeux et jouets ;
- présentation de l'offre (entreprises et produits) ;
- les réseaux de distribution ;
- la demande du jeu et du jouet et son évolution ;
- les environnements (lois, normes, saisonnalité et technologie) ;
- les rôles du jeu et du jouet.

2. La connaissance des produits

Objectif : connaître l'offre produit qui se trouve en magasin pour mieux vendre et implanter les surfaces commerciales, argumenter et transformer les caractéristiques techniques en avantages pour le client.

Contenu :

- les gammes de produits dont les jeux vidéo ;
- les différentes marques ;
- les critères et les normes de sécurité des jouets ;
- le jouet et l'enfant ;
- l'offre produits en magasin ;
- les caractéristiques des produits ;
- les qualités communicantes d'un produit et de son conditionnement.

3. La connaissance du client

Objectif : proposer le bon produit à l'enfant en fonction de son âge et des besoins de l'enfant.

Contenu :

- le jeu dans le développement de l'enfant ;
- le jeu et l'éducation ;
- les théories classiques d'analyse des enfants.

Ce thème va représenter 20 % de la durée totale de la formation.

Thème 2 : la communication dans le point de vente

Objectif global du thème : pratiquer les bases de la communication afin d'améliorer la relation clients, rédiger des messages commerciaux, optimiser le travail en équipe et s'y intégrer.

1. Les bases de la communication interpersonnelle

Contenu :

- la communication verbale et non verbale ;
- les registres du langage (courant, familial, soutenu) ;
- les freins à la communication interpersonnelle (en face à face et téléphonique) ;
- la communication réussie (les éléments qui favorisent la communication) ;

2. Communiquer avec l'équipe de vente et s'y intégrer

Contenu :

- identification des interlocuteurs au sein du groupe, des liens entre les membres, des registres de langage utilisés, des comportements (y compris tenue vestimentaire), des interactions ;
- les activités et attitudes de communication orale, c'est-à-dire les attitudes à adopter en présence d'interlocuteurs (attitude d'écoute, reformulation, questionnement...).

3. Rédaction des messages commerciaux écrits et/ou médiatisés

Contenu :

- le message écrit : identification du ou des émetteurs, de l'objet du message et des informations principales contenues dans le message ;
- la prise de notes : en face à face ou au téléphone ;
- le courrier personnalisé et standardisé.

Ce thème va représenter 10 % de la durée totale de la formation.

Thème 3 : la vente

Objectif : accueillir et conseiller avec efficacité et sens du service en tenant compte de l'affluence, afin d'améliorer les performances commerciales.

1. Préparer l'information avant la vente

Contenu :

- positionner les supports publicitaires (affiches, affichettes, présentoirs...) ;
- participer à la mise en place d'actions promotionnelles et/ou événementielles (fêtes) ;
- construire un argumentaire.

2. Prendre en charge le client

Contenu :

- l'accueil (les pratiques d'accueil en fonction du point de vente) ;
- le comportement du client (différentes attitudes possibles) ;
- la prise de contact (les éléments qui favorisent la création d'un climat favorable).

3. Mener le dialogue de vente

Contenu :

- l'écoute active du client : les éléments qui favorisent la pratique de l'écoute, les différentes techniques de questionnement ;
- la reformulation : les éléments à prendre en compte pour effectuer une reformulation correcte ;
- la proposition de produits : approche méthodologique des produits et composition d'une offre adaptée ;
- l'argumentation : présentation logique d'arguments appropriés et structurés sur les produits (jeu ou jouet) ;
- les objections (différents types d'objections, techniques de réponses) ;
- la vente additionnelle ;
- les techniques de conclusion.

4. Finaliser la vente et participer à la fidélisation

Contenu :

- l'emballage : règles de présentation, qualité et esthétique ;
- les documents consécutifs à la vente : mention et rôle des documents usuels ;
- la prise de congé du client : les éléments constituant une prise de congé efficace ;
- l'idée de service : l'engagement de l'entreprise commerciale pour ses clients. Les éléments de la politique de service d'une « enseigne » ;
- la carte de fidélité : rôle de la carte.

Ce thème va représenter 35 % de la durée totale de la formation.

Thème 4 : l'organisation de l'offre produit et l'animation

Objectif : comprendre les mécanismes internes de l'implantation et de la valorisation des produits et animer un stand pour valoriser une offre, afin d'améliorer les performances commerciales.

4.1. Le merchandising

1. Réaliser un dossier produit

Contenu :

- la classification des produits (nomenclature, principes de classement des produits) ;
- la composition d'un assortiment : adaptation à la clientèle et taille d'un assortiment (largeur et profondeur) ;
- les critères d'organisation d'un linéaire.

2. Réaliser l'implantation d'un rayon

Contenu :

- le magasin et les règles de base (rappels de règles de sécurité) ;
- les différents objectifs et types de merchandising ;

- le merchandising produit ;
- les univers produits ;
- le merchandising magasin ;
- la signalétique ;
- les modes de présentation des produits (verticale, horizontale...) ;
- la valorisation de l'offre (têtes de gondoles, mise en avant...) ;
- les indicateurs commerciaux associés au merchandising.

4.2. Animation des ventes et démonstration

Objectif : mettre en place et animer un stand pour valoriser une offre et réaliser des ventes ; organiser des après-midi jeux.

Contenu :

- préparer une animation :
 - assurer la mise en œuvre d'une animation ;
 - recenser les éléments constitutifs de l'animation ;
 - effectuer et coordonner l'installation, l'environnement matériel et les produits ;
- réaliser une animation :
 - utiliser l'argumentaire ;
 - choisir la technique d'animation ;
 - appliquer la technique d'animation ;
 - réaliser des ventes liées à une action d'animation.

4.3. Les leviers de la performance administratifs et commerciaux

Objectif : appréhender les notions de gestion administrative du point de vente et les données quantitatives des objectifs commerciaux.

Contenu :

- la législation commerciale : réglementation en matière de prix, d'étiquetage, de promotion des ventes.... ;
- les principaux calculs de base ;
- les indicateurs de performance et leurs implications sur le terrain ;
- les outils de contrôle et de pilotage ;
- sécurité des locaux et des matériels, en relation avec les produits vendus ;
- sécurité des personnels et des clients pendant l'activité.

Ce thème va représenter 35 % de la durée totale de la formation.

Article 9

Confidentialité

Chaque stagiaire devra obtenir l'accord de la direction de son entreprise s'il souhaite communiquer des documents appartenant à l'entreprise qui l'emploie, au cours de sa formation. D'une manière générale, il devra aussi s'assurer auprès de sa direction que les informations qu'il pourra communiquer ne sont pas confidentielles.

Article 10

Validation, acquisition, délivrance

La validation de la formation se fera sur 2 niveaux :

- une évaluation intermédiaire lors de chaque semaine de formation ;
- une évaluation finale.

L'évaluation finale aura lieu lors de la dernière semaine de formation. Elle comprend 1 rapport de stage et 2 épreuves orales dont une épreuve pratique prenant en compte la formation et portant sur une situation de vente et une soutenance orale rendant compte de l'activité du stagiaire au cours des mois passés.

Epreuve pratique

Cette épreuve pratique est un oral de vente sous forme de jeu de rôles, qui se déroule sur 20 minutes (suite à une préparation de même durée). Le candidat doit conduire une négociation à partir d'une situation de vente d'un jeu ou d'un jouet. L'épreuve se décompose en 3 phases :

- présentation de la problématique et des objectifs ;
- négociation ;
- auto-évaluation de la négociation.

Soutenance orale

Cette soutenance orale a pour objectif principal d'évaluer l'aptitude du candidat à restituer par oral les activités qu'il a développées au cours de son stage en entreprise. Il est demandé au stagiaire de mettre en évidence et d'analyser 2 à 4 actions significatives distinctes qu'il a menées, en responsabilité, durant cette année de formation.

Rapport de stage

Le rapport de stage constitue un élément essentiel du stage et de la scolarité du stagiaire car il lui permet, d'une part, de faire un bilan de cette expérience en entreprise en l'incitant à réfléchir sur son action face aux problèmes concrets auxquels il a été confronté et, d'autre part, de montrer comment il a su tirer profit des enseignements qui lui ont été dispensés durant sa formation. Le rapport de stage s'articulera autour de 3 thèmes : la présentation du magasin et de son activité, les activités du stagiaire au cours de sa formation et une réflexion personnelle sur les acquis au cours de cette formation (activité entreprise et formation). Ce rapport de stage est matérialisé par un dossier de 10 à 15 pages maximum, hors annexes, présenté sur support papier et élaboré à l'aide de l'outil informatique.

Evaluation intermédiaire

L'évaluation intermédiaire portera sur les apports théoriques et leur mise en application sur le terrain. Cette évaluation portera sur tous les thèmes et pourra faire l'objet d'un travail écrit ou oral réalisé par le stagiaire entre 2 semaines de formation et/ou pendant la semaine de formation.

Répartition des notes et attribution des coefficients

La répartition des notes se fera sous la forme suivante :

- 50 % évaluation intermédiaire ;
- 50 % évaluation finale,

avec l'attribution des coefficients suivants : épreuve pratique (2), soutenance orale (1) et rapport de stage (1).

Jury et validation par la CPNEFP

Le jury de ces oraux devra être composé d'au moins 3 personnes dont 1 membre qui pourra être désigné par les représentants du collège « salariés », 1 membre par les représentants du collège « employeurs » des organisations membres de la CPNEFP, 1 professionnel du jouet et 1 enseignant.

Le jury transmet à la CPNEFP les résultats obtenus et l'avis du jury. La CPNEFP valide en final l'obtention du CQP.

En cas d'avis défavorable du jury pour l'obtention du CQP sur le seul critère du « savoir-être », la CPNEFP pourra décider d'entendre le jeune, le tuteur et l'organisme de formation avant de décider ou non de valider le diplôme.

DISPOSITIONS DIVERSES ET RÉGLEMENTAIRES

Article 11

Financement et prises en charge

Dans le cadre des contrats de professionnalisation et des périodes de professionnalisation, les frais relatifs aux actions de formation, d'évaluation et d'accompagnement seront pris en charge par l'OPCA désigné par la branche.

Un avenant à l'accord du 29 novembre 2004 relatif aux priorités et aux objectifs de la formation professionnelle dans les commerces de détail non alimentaires détermine la base de remboursement des frais de formation (forfait horaire).

Ce forfait horaire permet de couvrir ainsi tout ou partie des frais pédagogiques, des frais éventuels de déplacement et d'hébergement des stagiaires qui seront pris en charge par l'employeur.

A défaut d'accord, le forfait horaire est celui fixé par décret.

Article 12

Egalité professionnelle

L'égalité entre les hommes et les femmes est un facteur de dynamisme social et de croissance économique.

Les signataires du présent avenant rappellent aux entreprises de la branche :

- de veiller à respecter la mixité et l'égalité professionnelle au travail ;
- de garantir une réelle égalité des chances et de traitement entre les femmes et les hommes en matière de recrutement, d'orientation, de formation, de promotion, de déroulement de carrière, de conditions de travail et de rémunération et, par voie de conséquence, de droits à la retraite ;
- d'offrir les mêmes possibilités d'évolution de carrière et d'accès aux postes de responsabilité aux femmes et aux hommes.

Article 13

Correspondance

Pour tout ce qui concerne le présent accord, la correspondance doit être adressée à M. le président, CPNEFP, fédération française droguerie-bazar, 14, terrasse Bellini, 92807 Puteaux Cedex.

Article 14

Durée

Le présent accord est conclu pour une durée de 2 ans. Il sera renouvelé au-delà chaque année par tacite reconduction.

Ce CQP pourra être revu et ajusté en fonction des besoins et de l'évolution du secteur économique.

Article 15

Dénonciation

Le présent accord peut être dénoncé par l'une des parties avec un préavis de 2 mois.

La partie dénonciatrice doit motiver cette dénonciation auprès de toutes les parties signataires et la déposer conformément aux dispositions du code du travail.

La dénonciation oblige les partenaires sociaux à ouvrir de nouvelles négociations sur ce thème.

Article 16

Notification

A l'issue de la procédure de signature, le texte du présent accord sera notifié à l'ensemble des organisations représentatives conformément à l'article L. 132-2-2 du code du travail.

Article 17

Dépôt

Le texte du présent accord sera déposé en autant d'exemplaires que nécessaires au secrétariat-greffe du conseil de prud'hommes de Paris et à la direction départementale du travail et de l'emploi de Paris, conformément aux articles L. 132-10, R. 132-1 et R. 132-2 du code du travail.

Article 18

Extension

L'extension du présent accord sera demandée sur l'initiative de la partie la plus diligente, conformément aux dispositions de l'article L. 132-16 du code du travail.

Article 19

Entrée en vigueur

Le présent accord et son annexe entrent en vigueur à l'issue du délai d'exercice du droit d'opposition.

Fait à Paris, le 6 octobre 2006.

Suivent les signatures des organisations ci-après :

Organisations patronales :

Syndicat national des antiquaires négociants en objets d'art, tableaux anciens et modernes ;

Syndicat national du commerce de l'antiquité et de l'occasion ;

Comité professionnel des galeries d'art ;

Chambre syndicale de l'estampe, du dessin et du tableau ;

Fédération française des détaillants en droguerie, équipement du foyer, bazar, section arts de la table et cadeaux ;

Chambre syndicale nationale de l'équipement du foyer, bazars et commerces ménagers ;

Syndicat français du jouet, de la puériculture et des produits de l'enfant ;

Chambre syndicale des métiers de la musique.

Syndicats de salariés :

Fédération nationale de l'encadrement du commerce et des services CFE-CGC ;

Fédération du commerce, des services et force de vente CFTC ;

Fédération des services CFDT.

ANNEXE

À L'ACCORD DU 6 OCTOBRE 2006 RELATIF À LA CRÉATION D'UN CERTIFICAT DE QUALIFICATION PROFESSIONNELLE (CQP) VENDEUR EN MAGASIN SPECIALISÉ JEUX ET JOUETS

La première session de formation du certificat de qualification professionnelle (CQP) vendeur en magasin spécialisé jeux et jouets sera organisée en 2007 par le domaine universitaire de Cholet.

Les stagiaires bénéficieront des infrastructures de l'université : bibliothèque universitaire sur place, salle informatique à disposition des étudiants.

Les enseignements seront assurés en partie par les enseignants intervenant dans la licence professionnelle des métiers du jeu et du jouet et par des professionnels issus du secteur d'activité.

La formation sera répartie sur 8 séminaires d'une semaine entre le 1^{er} janvier et le 30 octobre de l'année. Cela donnera un calendrier d'une semaine de cours en moyenne tous les mois.

Les cours auront lieu du lundi au vendredi avec une moyenne de 7 heures de cours par jour (base 35 heures par semaine).

L'organisation pédagogique se fera sur l'alternance de cours, de travaux pratiques et de travail personnel tout au long de la semaine.

Le coût de la formation est estimé à 3 500 € sur la base de 15 stagiaires. Ce montant ne prend en compte que les coûts relatifs à la formation. Ne sont pas inclus les frais de déplacement, de logement et de restauration des stagiaires.