

Brochure n° 3044 | Convention collective nationale

IDCC : 573 | **COMMERCE DE GROS**

### **Accord du 21 janvier 2020**

relatif à la mise en œuvre du dispositif de reconversion  
ou promotion par alternance (Pro-A)

NOR : ASET2050312M

IDCC : 573

Entre l'(les) organisation(s) professionnelle(s) d'employeur(s) :

**CGI,**

d'une part,

et le(s) syndicat(s) de salariés :

**FGTA FO ;**

**FS CFDT,**

d'autre part,

il a été convenu ce qui suit :

### **Préambule**

La loi n° 2018-771 du 5 septembre 2018 pour la liberté de choisir son avenir professionnel et son décret d'application n° 2018-1232 du 24 décembre 2018 mettent en place et organisent le dispositif de reconversion ou promotion par alternance (dit « Pro-A »), destiné à faciliter un changement de métier ou de profession ou à favoriser la promotion sociale ou professionnelle, par l'acquisition d'une certification professionnelle.

L'ordonnance n° 2019-861 du 21 août 2019 complète les dispositions de la loi, en confiant aux partenaires sociaux le soin de déterminer les certifications professionnelles accessibles, lesquelles doivent répondre à des enjeux en termes de mutation d'activité et de risque d'obsolescence des compétences.

Prenant acte des opportunités liées au nouveau dispositif et conscients des enjeux identifiés dans les entreprises du commerce de gros, les partenaires sociaux adoptent les dispositions qui suivent pour la mise en œuvre du dispositif dans les entreprises couvertes par le champ d'application de l'accord.

Compte tenu de la thématique du présent accord et du périmètre des entreprises visées par le dispositif qui en est l'objet, les partenaires sociaux conviennent qu'il n'y a pas lieu de prévoir des dispositions spécifiques aux entreprises de moins de 50 salariés.

## **Article 1<sup>er</sup> | Champ d'application et objet de l'accord**

Le présent accord vise les entreprises entrant dans le champ d'application de la convention collective nationale des commerces de gros n° 3044.

Le présent accord a pour objet de préciser les certifications professionnelles accessibles dans le cadre du dispositif de reconversion ou promotion par alternance (dit « Pro-A ») prévu par les articles L. 6324-1 à L. 6324-10 du code du travail et les conditions de sa mise en œuvre pour les entreprises et les salariés entrant dans son champ d'application.

## **Article 2 | Publics bénéficiaires**

Peuvent accéder au dispositif de reconversion ou promotion par alternance (dit « Pro-A ») tous les salariés visés à l'article L. 6324-1 du code du travail (salariés en contrat à durée indéterminée, salariés sportifs ou entraîneurs professionnels titulaires d'un contrat à durée déterminée régi par le code du sport, salariés en contrat unique d'insertion conclu à durée indéterminée, salariés placés en position d'activité partielle) n'ayant pas atteint un niveau de qualification sanctionné par une certification professionnelle enregistrée au répertoire national des certifications professionnelles prévu aux articles L. 6113-1 et correspondant au grade de la licence.

## **Article 3 | Certifications professionnelles visées**

Les partenaires sociaux, pour le choix des certifications professionnelles éligibles au dispositif de reconversion ou promotion par alternance (dit « Pro-A »), s'appuient sur les résultats de deux études conduites à la demande de la commission paritaire nationale.

L'étude « Diagnostic de l'impact des mutations technologiques et de la digitalisation sur le modèle économique du commerce de gros, ses métiers et ses besoins en termes de formation », réalisée en partenariat avec la direction générale des entreprises, a été livrée en novembre 2017. En décembre 2017, les conclusions de l'étude « Repérage des évolutions sectorielles et analyse de leurs impacts sur les activités des entreprises et des salariés » ont été validées par la branche. Ces deux études ont mobilisé les entreprises de la branche et s'appuient également sur les travaux de la chaire de recherche « Intermédiation B to B – CGI/EMLYON Business School » qui regroupe les professionnels du commerce interentreprises et les chercheurs d'EMLYON Business School et du CRET-LOG (centre de recherche sur le transport et la logistique).

Elles mettent en évidence que les entreprises des commerces de gros sont traversées par des évolutions majeures qui sont à l'origine de risques d'obsolescence des compétences des salariés dans deux fonctions qui se situent au cœur de leur activité : la fonction commerciale d'une part et la fonction logistique d'autre part.

Par conséquent, les certifications professionnelles éligibles au dispositif de reconversion ou promotion par alternance (dit « Pro-A ») dans la branche des commerces de gros sont les suivantes :

### **■ Pour les métiers de la force de vente :**

- certificat de qualification professionnelle (CQP) vendeur sur site en commerces de gros (RNCP 32389) ;
- CQP vendeur conseil à distance en commerces de gros (RNCP 32391) ;
- CQP vendeur itinérant en commerces de gros (RNCP 32390).

Les entreprises des commerces de gros font face à un renforcement sans précédent de leur environnement concurrentiel. Celui-ci émane en premier lieu d'acteurs traditionnels du secteur, dont l'offre évolue à la faveur du phénomène de concentration qui est à l'œuvre au sein de la branche (fusions et acquisitions ou organisation en réseau de grossistes indépendants). Il émane également de nouveaux entrants ayant développé leur activité en ligne et dont l'influence

auprès des clients professionnels va en grandissant (« pure players », places de marché...). Il émane enfin d'acteurs situés en amont (producteurs) ou en aval (détaillants) dans le canal de distribution.

Pour faire face à cette évolution, les entreprises de la branche tendent à renforcer leurs stratégies de différenciation, notamment au travers du développement de leur offre de services et de la recherche d'innovation. Cette offre de services et d'innovation est portée et relayée par les équipes commerciales, dont la capacité à délivrer un conseil technique tenant compte d'un ensemble élargi de paramètres est déterminante. En effet, la capacité des entreprises à mettre à disposition de leurs clients une expertise technique, commerciale et réglementaire leur permet de mettre en exergue leur valeur ajoutée face aux concurrents qui ne sont pas en capacité de fournir un accompagnement similaire.

L'intensification de la concurrence conduit également les entreprises à apporter une attention particulière à l'expérience client, notamment au travers de la modernisation de leurs espaces de vente, désormais tournés vers la vente en libre circulation, au détriment du « comptoir » traditionnel.

Par ailleurs, en décalage temporel avec le phénomène observé dans le commerce B to C, le parcours d'achat des clients professionnels est en cours de digitalisation. L'usage des outils en ligne y est désormais totalement intégré avant, pendant et après la transaction, même lorsque celle-ci est réalisée en espace de vente physique. On assiste ainsi dans le commerce entre professionnels à une augmentation du poids du e-commerce et, de manière de plus en plus marquée, du e-commerce mobile (sur tablette, smartphone, borne...), ce qui introduit des possibilités de connexion continue, le client pouvant préparer et déclencher un achat à tout moment. Cette tendance va s'amplifier à l'avenir. Dès lors, la capacité de la force de vente à appréhender la relation client en tenant compte de la globalité du parcours « off-line » mais aussi « on-line » du client pour lui offrir une expérience sans couture devient déterminante.

Enfin, les outils digitaux de gestion de l'activité commerciale (CRM/GRC) se développent et se perfectionnent, avec un fort déploiement en cours dans les entreprises de plus grande taille et, à terme, un déploiement qui devrait se généraliser dans les entreprises de plus petite taille. Les compétences numériques, que l'utilisation de tels outils suppose, deviennent la norme. Or, l'aisance des salariés avec les outils grand public n'est pas toujours directement transposable dans un environnement professionnel, rendant indispensable une prise en mains des logiciels « métiers » en entreprise. Par ailleurs, l'exploitation et la valorisation des données clients par des spécialistes de la donnée font évoluer les systèmes de pilotage commercial, offrant davantage de transparence sur l'activité des équipes commerciales et mettant à leur disposition des indicateurs plus fins pour orienter leur action, cibler leurs démarches de prospection et piloter la marge. Ils permettent également de distribuer les informations sur les clients, offrant la possibilité à chaque collaborateur d'avoir accès en temps réel aux informations permettant de traiter une demande.

Pour tous les métiers de la force de vente, on assiste à un repositionnement des équipes vers des tâches à plus forte valeur ajoutée (analyse et anticipation des besoins du client, conseil, expertise technique) au détriment des tâches associées à la prise de commandes. L'impact de la digitalisation des commandes (enregistrement, gestion en interne et facturation) touche également les métiers de la fonction administrative, dont une part des effectifs évolue vers des fonctions comportant une dimension commerciale. Il en va de même pour certains professionnels de la logistique en agence (magasinières), qui évoluent vers une fonction commerciale à la faveur de la réorganisation de la supply-chain dans certaines entreprises.

La mise à jour des CQP Force de Vente, réalisée à l'issue des deux études conduites en 2017, prévoient le développement de compétences essentielles aux salariés, tant pour les équipes

commerciales qui voient leurs fonctions évoluer, que pour les professionnels de la fonction administrative ou logistique qui s'orientent vers une fonction commerciale :

- le bloc de compétences « conseil technique dans le cadre d'une activité de vente aux professionnels », commun aux trois CQP de la force de vente, permet de traiter la question de la valorisation de l'offre de services de l'entreprise auprès des clients, y compris les services offerts par les outils en ligne (valoriser les outils d'e-commerce, accompagner le client dans leur utilisation...). Il permet également de traiter la question de la personnalisation du conseil technique, celui-ci devant s'appuyer sur une analyse approfondie de l'environnement du client ou du prospect (réglementation, évolution des besoins des clients finaux, évolutions technologiques, recommandations liées au secteur d'activité...) ;
- le bloc de compétences « Accueil des clients et des prospects professionnels en espace de vente » (CQP vendeur sur site) permet de traiter la question de l'intégration des outils digitaux de gestion de l'activité dans les pratiques des équipes commerciales, tant en termes de prise d'informations sur le client qu'en termes de traçabilité des contacts clients et de partage de l'information client au sein de l'entreprise. Il en va de même pour le bloc de compétences « Préparation et traçabilité des contacts clients ou prospects dans le cadre d'une activité de vente à distance en direction de professionnels » (CQP vendeur conseil à distance) et pour le bloc de compétences « Préparation et traçabilité des visites en vente itinérante aux professionnels » (CQP vendeur itinérant) ;
- le bloc de compétences « Relation clients après-vente dans le cadre d'une activité de vente aux professionnels », commun aux trois CQP, permet de traiter la question des échanges écrits avec les clients, qui ont tendance à fortement se développer avec l'usage des outils digitaux (courrier électronique, « chat », SMS...) alors que la relation client reposait jusqu'à présent essentiellement sur des échanges oraux ;
- le référentiel de certification du CQP vendeur itinérant accorde une attention particulière aux questions liées au pilotage de l'activité commerciale et plus particulièrement à l'exploitation des données et indicateurs issues des outils digitaux de gestion de l'activité ;
- le référentiel de certification du CQP vendeur sur site accorde une attention particulière au changement de posture des vendeurs en espace de vente, ceux-ci passant de la traditionnelle « vente au comptoir » à des activités de dynamisation et d'animation d'un espace de vente (bloc de compétences « Mise en valeur des produits dans un espace de vente dédié aux professionnels »).

#### ■ Pour les métiers du management commercial :

- CQP manager d'équipe commerciale itinérante en commerces de gros (RNCP 29566) ;
- CQP manager d'équipe commerciale sédentaire en commerces de gros (RNCP 29567) ;
- CQP responsable d'unité commerciale en commerces de gros (RNCP 29568).

Les évolutions qui touchent les métiers de la force de vente impactent de manière directe les managers commerciaux de proximité. Ceux-ci sont en première ligne pour porter les transformations à l'œuvre dans les entreprises, donner du sens aux évolutions organisationnelles et faciliter l'appropriation des outils digitaux.

Jusqu'ici essentiellement légitimés par leurs compétences techniques et très fortement mobilisés par des activités de traitement et de transmission de l'information, les managers commerciaux voient leur positionnement et leur rôle évoluer. Le déploiement des outils digitaux de gestion de l'activité a permis aux professionnels de la force de vente d'être plus autonomes en matière de recherche d'informations sur les clients, sur les produits ainsi que sur le suivi de leurs performances commerciales. Par conséquent, les besoins en compétences des managers commerciaux s'orientent aujourd'hui vers des compétences d'animation d'équipe, voire de « coaching », pour accompagner chaque membre de l'équipe commerciale dans l'optimisation de ses actions. Les managers commerciaux sont également sollicités pour développer la

culture numérique de leurs équipes, dans une logique d'accompagnement du changement. Ils assurent aussi un rôle d'interface entre les professionnels chargés de l'exploitation des données clients, dont l'activité est en cours de déploiement et les équipes commerciales, afin de faire en sorte que ces dernières exploitent le plus efficacement possible les informations et les nouveaux outils mis à leur disposition. Enfin, les managers commerciaux étant directement chargés du pilotage commercial d'un périmètre donné (secteur géographique, marché), ils doivent, à l'image des professionnels de la force de vente, exploiter des indicateurs de performance de plus en plus fins.

Les trois CQP du management commercial ont été conçus pour répondre à ces nouveaux besoins en compétences et pour porter les dynamiques de promotion interne à l'œuvre dans les entreprises, l'accès à un métier du management commercial s'effectuant souvent en provenance d'un métier de la force de vente :

- deux des trois CQP comportent une unité de compétences entièrement dédiée à l'animation et à l'accompagnement des équipes, les référentiels de certification tenant compte du contexte spécifique dans le cadre duquel cet accompagnement s'effectue : « Accompagner les membres d'une équipe de vente itinérante » pour le CQP manager d'équipe commerciale itinérante, « Dynamiser au quotidien les membres d'une équipe de vente sédentaire » pour le CQP Manager d'équipe commerciale sédentaire. Les trois CQP comportent en outre une unité de compétences commune « Organiser et animer une équipe » ;
- les trois CQP comportent une unité de compétences portant sur le pilotage commercial, l'exploitation des données relatives à la performance commerciale et l'exploitation des outils digitaux de gestion de l'activité : « Piloter et animer l'activité commerciale de son secteur/marché » pour le CQP Manager d'équipe commerciale itinérante, « Mettre en œuvre les actions commerciales sur son périmètre » pour le CQP manager d'équipe commerciale sédentaire et « Mettre en œuvre un plan d'actions commerciales adapté à son unité commerciale » pour le CQP responsable d'unité commerciale. La maîtrise de ces compétences permet aux managers de piloter leur périmètre d'une manière fine et d'accompagner les membres de leur équipe dans l'exploitation des outils digitaux et des données qui en sont issues.

#### ■ Pour les métiers de la logistique :

- CQP chef d'équipe logistique en commerces de gros (RNCP 32386) ;
- CQP manager logistique en commerces de gros (RNCP 32387).

Les activités et organisations logistiques connaissent dans la branche une évolution marquée, sous l'influence du renforcement des contraintes et des attentes en matière de fiabilité de la chaîne logistique, de respect des délais, de réactivité, de respect de la réglementation, voire de coût. Celui-ci est associé à la logique fortement servicielle dans laquelle sont engagées les entreprises du secteur. De nouveaux modèles et prestations logistiques se développent (« drive in », « click and collect », « picking », « cash and carry ») et nécessitent, entre autres, une plus grande fiabilité en matière de contrôle et en matière d'accès à l'information sur le niveau des stocks.

Parallèlement à cette évolution, le développement simultané de différents canaux de distribution au sein des entreprises pousse à l'organisation de réponses logistiques différenciées, en fonction des caractéristiques et des besoins des clients. En effet, l'organisation logistique permettant de répondre à des commandes de produits très volumineux programmées à l'avance ne sera pas la même que celle qui permettra de traiter de petites commandes, voire des besoins de dépannage non programmés. Les entreprises devront donc de manière croissante développer une agilité logistique leur permettant de mettre en place et de faire coexister plusieurs circuits parallèles.



Enfin, le phénomène de concentration du stockage sur de grandes plates-formes desservant un territoire en lieu et place du traditionnel stockage en agence, observé depuis années, se poursuit. Pour les produits courants, ce déplacement des stocks est le plus souvent complété par le développement d'une offre de livraison sur site ou dans une agence le lendemain de la commande. Cette réorganisation de la logistique s'accompagne d'un déplacement des effectifs de la fonction logistique des agences vers les plates-formes de stockage, dans lesquelles l'exercice des métiers est différent.

Celles-ci se caractérisent en effet par un niveau d'automatisation plus élevé, même si l'automatisation des activités de stockage et de préparation de commandes est très loin d'être généralisée aujourd'hui. Cependant, la tendance semble s'orienter, pour les nouveaux entrepôts faisant l'objet d'une demande d'autorisation, vers des installations de grande hauteur et disposant d'une configuration suffisamment flexible pour envisager l'installation d'équipements permettant d'automatiser certains process (transstockeurs, racks dynamiques...). Ainsi, il s'agit non pas d'envisager une robotisation complète des activités mais la mécanisation d'une partie de la chaîne et seulement lorsque le contexte le permet (par exemple petites pièces, petites commandes...).

Par conséquent, les entreprises de la branche s'engagent dans une dynamique de forte professionnalisation de la fonction logistique : l'activité logistique a tendance à prendre une importance croissante et à se perfectionner et la fonction de pilotage des activités logistiques se renforce, sous l'influence du déploiement des outils digitaux de gestion de l'activité. Ceux-ci permettent en effet de calculer plus finement les coûts des activités logistiques, de mesurer leurs performances dans une optique de « service client », voire d'évaluer leurs impacts environnementaux. Dans ce contexte, les capacités à exploiter les outils digitaux en cours de déploiement, à disposer d'une vision globale de la chaîne logistique, à en saisir les enjeux et à comprendre et analyser les indicateurs de performance spécifiques à cette activité deviennent clés. Pour les métiers du management, il convient d'y associer une compétence de management des équipes ainsi qu'une bonne compréhension de la chaîne d'approvisionnement se situant en amont.

La branche s'est engagée dans la création de deux CQP dans le domaine de la logistique, en réponse à ces constats :

- le CQP Chef d'équipe logistique, conçu pour faciliter la promotion des agents logistiques, comporte notamment un bloc de compétences permettant de consolider les techniques logistiques et de favoriser une bonne compréhension de la chaîne logistique (« Réalisation d'activités logistiques en commerces de gros »), un bloc de compétences dédié à l'animation et à l'accompagnement des membres de l'équipe (« Animation d'une équipe logistique en commerces de gros ») et, dans la logique de professionnalisation des équipes en cours, un bloc de compétences consacré à la formation des équipes (« Transmission des compétences au sein d'une équipe logistique en commerces de gros »). La maîtrise des outils digitaux se situe quant à elle au centre du bloc de compétences « Transmission des informations et traçabilité des activités en logistique des commerces de gros » ;
- le CQP manager logistique porte quant à lui des objectifs de meilleure compréhension des enjeux liés à l'activité et d'optimisation des organisations (bloc de compétences « Organisation et supervision d'une activité logistique en commerces de gros ») ainsi que des objectifs d'optimisation de l'utilisation des indicateurs de suivi et de gestion de l'activité (bloc de compétences « Pilotage d'une activité logistique en commerces de gros ») ;
- titre professionnel conducteur du transport routier de marchandises sur porteur (RNCP 1884) ;
- titre professionnel conducteur livreur sur véhicule utilitaire léger (RNCP 34150).

Les métiers du transport connaissent eux aussi une évolution marquée dans la branche, à la faveur de la réorganisation des activités logistiques et des attentes des entreprises en matière de prise en charge et de traçabilité de la relation client. Ainsi, pour un chauffeur-livreur, effectuer

une tournée, c'est aussi connaître et respecter les habitudes des clients professionnels, repérer la présence de concurrents, contribuer aux actions de fidélisation ou encore faire remonter les informations utiles à l'équipe commerciale.

En complément de cette mutation de l'activité, certaines entreprises évoquent de grandes difficultés de recrutement, celles-ci semblant avoir connu une aggravation au cours des dernières années. Le constat est que le nombre de chauffeurs qualifiés et disponibles sur le marché est insuffisant et que la branche manque d'attractivité pour ces profils. Les métiers du transport sont donc considérés comme clés d'une part en raison des difficultés de recrutement rencontrées et d'autre part en raison de leur importance dans la gestion de la relation client dans certaines entreprises (fidéliser, développer des ventes complémentaires, développer le portefeuille avec la mise en œuvre d'actions de type « parrainage », enregistrer des informations sur les clients dans les outils de CRM/GRC...).

Les deux titres professionnels figurant dans le présent accord répondent de manière complémentaire aux besoins des entreprises de la branche :

- le titre conducteur du transport routier de marchandises sur porteur pour les véhicules de plus de 3,5 tonnes ;
- le titre conducteur livreur sur véhicule utilitaire léger pour la prise en compte, dans le cadre des activités de livraison, du caractère commercial de la relation client et pour la prise en compte dans les compétences attestées, des capacités à identifier, contrôler et renseigner les supports numériques relatifs à l'exercice du métier.

L'accès aux dix certifications professionnelles éligibles au dispositif de reconversion ou promotion par alternance dans la branche des commerces de gros peut s'effectuer dans le cadre d'un parcours de formation en alternance et/ou dans le cadre d'actions de validation des acquis de l'expérience (VAE).

## **Article 5 | Durée de Pro-A et durées de formation**

La durée des parcours dans le cadre du dispositif de reconversion ou promotion par alternance (dit « Pro-A ») est comprise entre 6 et 12 mois, avec une proportion comprise entre 15 % et 25 % de cette durée consacrée à la formation, sans que la durée de formation ne puisse être inférieure à 150 heures.

Si la nature de la certification professionnelle envisagée ou l'individualisation du parcours l'exige, la durée du parcours pourra être portée jusqu'à 24 mois et la durée de la formation, au-delà de 25 %.

## **Article 6 | Financement du dispositif**

L'opérateur de compétences (OPCO) désigné par la branche assurera, sur les fonds destinés au financement de l'alternance, une prise en charge forfaitaire des actions mises en œuvre dont le montant est fixé par la SPP commerces de gros, à l'initiative de la CPNEFP de la branche.

Les parties signataires décident d'élargir le périmètre de financement de la Pro-A à la rémunération et les charges sociales légales et conventionnelles des salariés, dans la limite du coût horaire du salaire minimum interprofessionnel de croissance par heure, et ce, au-delà des frais pédagogiques et des frais annexes. Le plafond de prise en charge des rémunérations est décidé par le conseil d'administration de l'OPCO sur proposition de la SPP commerces de gros, à l'initiative de la CPNEFP de la branche.

Le cas échéant, les frais liés à la formation des tuteurs désignés pour l'accompagnement des bénéficiaires du dispositif et les dépenses liées à l'exercice de la fonction tutorale seront couverts par l'OPCO, selon le cadre légal et réglementaire en vigueur.

## **Article 7 | Règles de mise en œuvre**

Les partenaires sociaux rappellent aux entreprises et aux salariés les règles de mise en œuvre du dispositif de reconversion ou promotion par alternance (dit « Pro-A ») et, notamment :

- la conclusion d'un avenant au contrat de travail du salarié bénéficiaire, précisant la durée et l'objet de la reconversion ou de la promotion par alternance, à déposer auprès de l'opérateur de compétences (OPCO) désigné par la branche ;
- l'organisation de la formation dans le respect du principe de l'alternance entre formation et exercice en entreprise d'une ou plusieurs activités professionnelles en relation avec les qualifications recherchées ;
- la désignation obligatoire d'un tuteur ;
- la possibilité d'organiser, pour tout ou partie, la formation en dehors du temps de travail, dans les limites posées par la loi, soit 30 heures par salarié et par an ou 2 % du forfait, pour les salariés dont la durée de travail est fixée par une convention de forfait en jours ou en heures sur l'année.

## **Article 8 | Abrogation des dispositions relatives aux périodes de professionnalisation**

Compte tenu de la suppression du dispositif des périodes de professionnalisation au 1<sup>er</sup> janvier 2019 par la loi n° 2018-771 du 5 septembre 2018 pour la liberté de choisir son avenir professionnel, les dispositions figurant à l'article 6.2 de l'accord du 11 mai 2016 sont abrogées.

## **Article 9 | Durée de l'accord**

Le présent accord est conclu pour une durée indéterminée.

## **Article 10 | Entrée en vigueur de l'accord**

Le présent accord sera notifié à l'ensemble des organisations représentatives à l'issue de la procédure de signature conformément aux dispositions de l'article L. 2231-5 du code du travail.

Il sera procédé dans les meilleurs délais aux formalités légales en vue du dépôt du présent accord conformément à l'article L. 2231-6 du code du travail.

Les signataires demandent au ministère l'extension sans délai du présent accord.

*Fait à Paris, le 21 janvier 2020.*

(Suivent les signatures.)