

Avenant n°2 du 4 novembre 2020 à l'accord du 21 janvier 2020 relatif à la mise en œuvre du dispositif de reconversion ou promotion par alternance (dit « Pro-A ») dans la Convention collective des Commerces de Gros n°3044

Préambule

Le présent avenant a pour objet de réviser les dispositions de l'article 3 de l'accord du 21 janvier 2020 relatif à la mise en œuvre du dispositif de reconversion ou promotion par alternance (dit « Pro-A ») dans la Convention collective des Commerces de Gros n°3044, afin d'intégrer dans les certifications éligibles au dispositif le « titre professionnel Manager d'Unité Marchande ».

Compte tenu de la thématique du présent avenant, qui a vocation à s'appliquer à toutes les entreprises quelle que soit leur taille, les partenaires sociaux conviennent, conformément à l'article L 2261-23-1 du code du travail, qu'il n'y a pas lieu de prévoir des dispositions spécifiques aux entreprises de moins de cinquante salariés.

Article 1 – Certifications professionnelles visées

Les dispositions de l'article 3 « certifications professionnelles visées » de l'accord du 21 janvier 2020 relatif à la mise en œuvre du dispositif de reconversion ou promotion par alternance (dit « Pro-A ») dans la Convention collective des Commerces de Gros n°3044, sont complétées par les dispositions suivantes :

« Est ajouté aux certifications mentionnées le « titre professionnel Manager d'Unité Marchande RNCP32291 ».

Le dispositif de reconversion ou promotion par alternance dit « Pro-A » est 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, laquelle doit répondre à des enjeux en termes de mutation d'activité et de risque d'obsolescence des compétences.

Les entreprises des commerces de gros font face à un renforcement sans précédent de leur environnement concurrentiel en raison notamment d'évolutions majeures, lesquelles sont à l'origine de risques d'obsolescence des compétences des salariés dans la fonction commerciale.

Pour faire face à ces évolutions, les entreprises 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.

Ainsi le rôle des managers commerciaux est indispensable, 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 de recrutement et d'intégration de collaborateur, d'animation d'équipe, d'accompagnement de 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 via l'utilisation des outils numériques.

En s'appuyant sur l'équipe et afin de maintenir la continuité du parcours client, les managers commerciaux entretiennent et développent l'aspect marchand en tenant compte de l'offre produits et des modes de consommation des clients en perpétuelle évolution.

Enfin, les managers commerciaux étant directement chargés du pilotage commercial d'un périmètre donné (secteur géographique, marché, unité marchande), ils doivent, à l'image des professionnels de la force de vente, exploiter des indicateurs de performance de plus en plus fins.

Pour ce faire, il est proposé par le biais de l'organisme de formation AFCODMA, la formation ECFA (Ecole de Commerce de la Filière Automobile) qui prépare au titre professionnel « Manager d'unité marchande RNCP32291 », formation pouvant donc être suivie dans le cadre du dispositif Pro-A.

On retrouve dans le cadre du titre Manager d'unité marchande les blocs de compétences suivants :

- 1) Développer la dynamique commerciale de l'unité marchande dans un environnement omnicanal :

Gérer l'approvisionnement de l'unité marchande, piloter l'offre produits de l'unité marchande, réaliser le merchandising de l'unité marchande, développer les ventes de services et de produits de l'unité marchande en prenant en compte le parcours d'achat omnicanal.

- 2) Optimiser la performance économique et la rentabilité financière de l'unité marchande:

Etablir les prévisions économiques et financières de l'unité marchande.

Analyser les résultats économiques, financiers et bâtir les plans d'actions pour atteindre les objectifs de l'unité marchande.

- 3) Manager l'équipe de l'unité marchande :

Recruter et intégrer un collaborateur de l'unité marchande, planifier et coordonner l'activité de l'équipe de l'unité marchande, accompagner la performance individuelle, animer l'équipe de l'unité marchande, conduire et animer un projet de l'unité marchande.

Mettre en œuvre les mesures de prévention, respecter et faire respecter les règles de sûreté, santé et sécurité au travail, transmettre les consignes oralement et par écrit, utiliser les outils numériques et les applicatifs de gestion de l'unité marchande, réaliser une veille sur les produits et services en lien avec l'activité de l'unité marchande.

L'accès aux onze 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 2 - Durée de l'avenant

Le présent avenant est conclu pour une durée indéterminée.

Article 3 - Révision

Le présent avenant peut être révisé selon les dispositions prévues aux articles L. 2222-5, L. 2231-1 et L. 2261-7 du code du travail.

Les parties signataires conviennent en outre de se réunir en cas de modifications législatives ou réglementaires ayant une incidence directe ou indirecte sur les dispositions contenues dans le présent avenant et de nature à remettre en cause ses modalités d'application.

Article 4 - Publicité et date d'effet

Le présent avenant fera l'objet des formalités d'affichage et de dépôt prévues par la loi.

Son extension sera sollicitée par la partie patronale.

Fait à Paris le 4 novembre 2020

SIGNATAIRES

ORGANISATIONS PATRONALES

Confédération française du commerce de gros et du commerce international (CGI)

NOM du signataire :

ORGANISATIONS SYNDICALES

Fédération des services- CFDT

Nom du signataire :

**Fédération Nationale de cadres des industries et commerces agricoles et alimentaires
- CFE CGC AGRO**

Nom du signataire :

**Fédération Nationale de l'Encadrement, du Commerce et des Services - FNECS CFE
CGC**

NOM du signataire :

**Fédération générale des travailleurs de l'agriculture, de l'alimentation, des tabacs et
allumettes et des services connexes – FGTA-FO**

Nom du signataire :