



RÉALISATION D'UNE GPEC
DE LA BRANCHE DES
COMMERCES DE GROS

Synthèse

AKTO

2025



Rappel des objectifs de la mission



ACTION 1 : regard prospectif de la branche des commerces de gros à 5 ans

- Caractériser les perspectives économiques et les tendances d'évolution dans la branche des Commerces de gros à 5 ans
- Traduire l'évolution à 5 ans en termes de métiers et compétences

ACTION 2 : proposition d'outils d'accompagnement des entreprises dans le cadre de leur GEPP

- Construire la cartographie prospective des métiers de la branche
- Mettre à jour ou créer l'ensemble des fiches métiers de la branche
- Identifier les passerelles / aires de mobilité depuis les métiers fragilisés
- Formuler des préconisations pour répondre aux enjeux futurs en matière d'emploi et formation

Les moyens mis en œuvre

Action 1

Collecte & analyse documentaire et statistique

Analyse des offres d'emplois

10 Entretiens exploratoires

1 atelier de travail scénarios d'évolution

24 Entretiens entreprises

1 enquête en ligne (279 réponses)

Action 2

1 Atelier de travail « cartographie »

Analyse des offres d'emplois

6 Entretiens complémentaires

5 Ateliers de travail « fiches métiers »

Les commerces de gros : quelques données clefs



40 045 entreprises en 2023

dont plus de **28 000** qui emploient au moins 1 ETP



390 643 salariés

58% ont un statut employé (66,5% en 2008)

19% sont techniciens (14% en 2008)

23% sont cadres (19% en 2008)

Une branche caractérisée par une **grande diversité** :

- Un fort tissu de **petites et moyennes entreprises (<50 salariés)** : 96 % des entreprises de la branche et **50 % des emplois**
- Une **diversité de localisation** des établissements, répartis sur tout le territoire national pour être au plus proche de leurs clients
- Une **grande diversité de produits**, répartis en 3 grandes catégories :
 - **Interindustriel (57% des effectifs)** : matériel électrique, chauffage, pièces automobiles, carrelage, visseries et luminaires, machines-outils, etc.
 - **non-alimentaire (20% des effectifs)** : tissu, tapis, matériel médical, parfumerie, instruments de musique, articles de sports, etc.
 - **Alimentaire (23% des effectifs)** : fruits et légumes, produits surgelés, produits laitiers, négoce d'épices, vins, surgelés, etc.

Sommaire

1

Perspective et tendances
d'évolution

2

Les besoins en emplois et
compétences de la branche
à 5 ans

3

Recommandations

1

Perspective et tendances
d'évolution

2

Les besoins en emplois et
compétences de la branche
à 5 ans

3

Recommandations

Facteurs d'évolution de la branche :

4 thématiques identifiées

1

TRANSITION
ÉCOLOGIQUE



2

TRANSITION
NUMÉRIQUE



3

TRANSITION
ÉCONOMIQUE



4

TRANSITION SOCIALE



Facteurs d'évolution de la branche :

4 thématiques identifiées

1

TRANSITION ÉCOLOGIQUE



- **Evolutions réglementaires** (décret tertiaire, évolution spécifique à certains produits, réglementation sur les flottes de véhicule...)
- **Evolution de la demande** (pompe à chaleur, panneaux photovoltaïques, produits alimentaires bio ou locaux...)
- **Pression des acheteurs et consommateurs** pour adopter des pratiques plus écologiques (réduction des déchets, des emballages, vers des labellisations...)
- **Dérèglements climatiques** qui impactent notamment la filière alimentaire (Perturbations de la chaîne d'approvisionnement...)

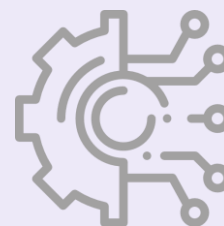
Facteurs d'évolution de la branche :

4 thématiques identifiées

- **Automatisation des processus** (Traitement des commandes, gestion des expéditions et contrôle des stocks via des systèmes automatisés, outils de simulation et de gestion prévisionnelle des stocks...)
- **Robotisation des entrepôts** (robots, convoyeurs, capteurs Internet of Things...)
- **Digitalisation des ventes**
- **Intégration plus forte de l'Intelligence Artificielle dite IA (incluant l'IA générative)** : Prévisions et gestion des stocks, planification et optimisation des itinéraires de livraison, personnalisation des relations clients, génération de contenu comme les descriptions produit, les arguments commerciaux, renforcement de l'analyse économique
- **Plus grande complexité des produits proposés** (pour les secteurs interindustriel et non-alimentaire)

2

TRANSITION
NUMÉRIQUE



Facteurs d'évolution de la branche :

4 thématiques identifiées

- **Adaptation aux cycles économiques plus courts, fluctuants et parfois incertains des secteurs clients**
- **Instabilité mondiale et fluctuation des coûts** qui fragilisent les modèles et nécessitent une adaptation continue
- **Pression concurrentielle qui tend à s'accroître**, arrivée de nouveaux acteurs européens et de plateformes en ligne



Facteurs d'évolution de la branche :

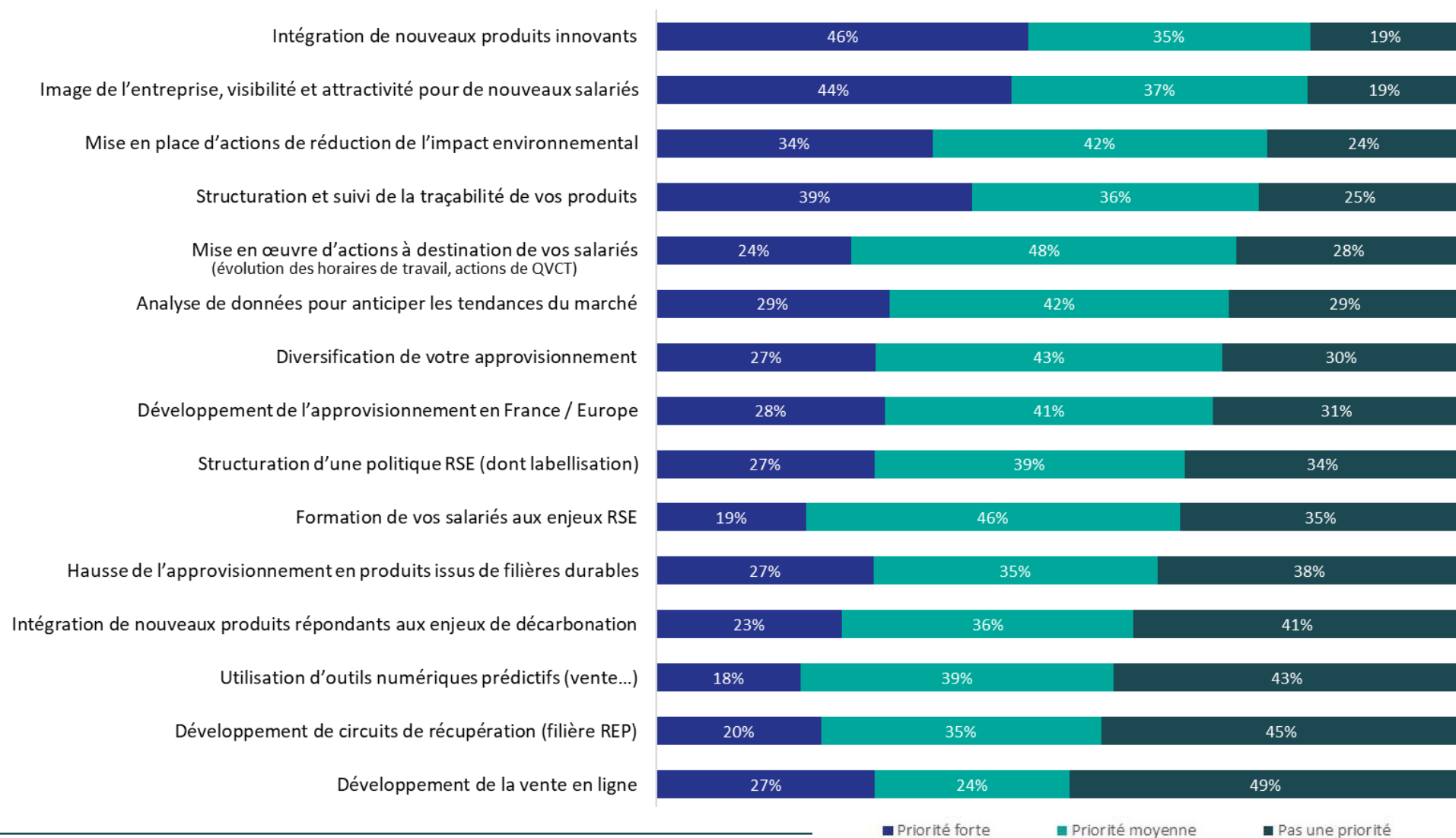
4 thématiques identifiées

- **Nouvelles attentes des travailleurs concernant les conditions de travail** notamment en matière d'équilibre vie professionnelle / vie personnelle qui génèrent des évolutions : Flexibilité accrue et télétravail, plus forte prise en compte du bien-être des salariés et des conditions de travail adaptées
- **Effet démographique** qui devrait accroître les tensions au recrutement dans les années à venir avec la raréfaction de candidats disponibles, liée à l'évolution démographique (baisse du nombre d'actifs de moins de 50 ans) .



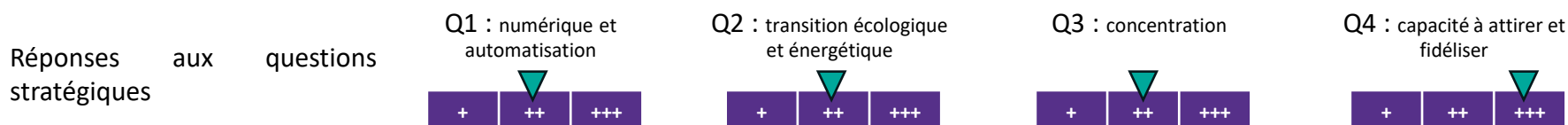
Les priorités stratégiques des entreprises à 3 ans

Source : enquête – retraitement Katalyse ; 182 répondants



Scénario d'évolution à 5 ans

Scénario « transition numérique et écologique progressive »



Caractéristiques

Les transitions numérique et écologique vont impacter de manière plus forte les commerces de gros :

- La transition numérique répond à l'enjeu de performance dans un contexte économique plus incertain et morose et une concurrence accrue ; elle constitue également un outil face aux difficultés de recrutement de salariés.
- La transition écologique s'impose aux entreprises en réponse aux évolutions environnementales, qu'il s'agisse des produits vendus, de leur provenance, de leur traçabilité mais aussi sur les pratiques RSE des entreprises.
- Ces évolutions s'accompagnent d'une plus forte concentration, non seulement liée à la concurrence mais aussi aux besoins d'investissement dans ces nouveaux équipements.
- Les entreprises adaptent leur stratégie RH pour attirer et fidéliser les salariés et ainsi asseoir leur développement

1

Perspective et tendances
d'évolution

2

Les besoins en emplois et
compétences de la branche
à 5 ans

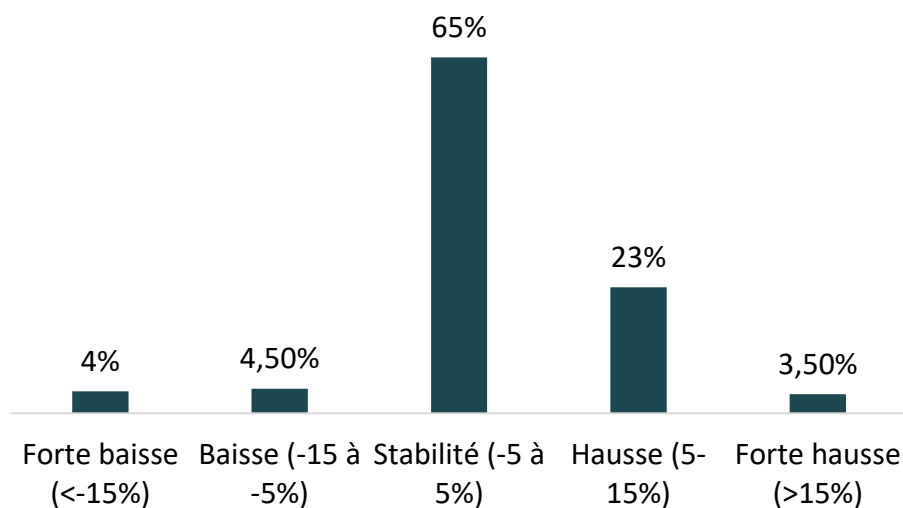
3

Recommandations

Des effectifs stables, voire en légère hausse à 3 ans

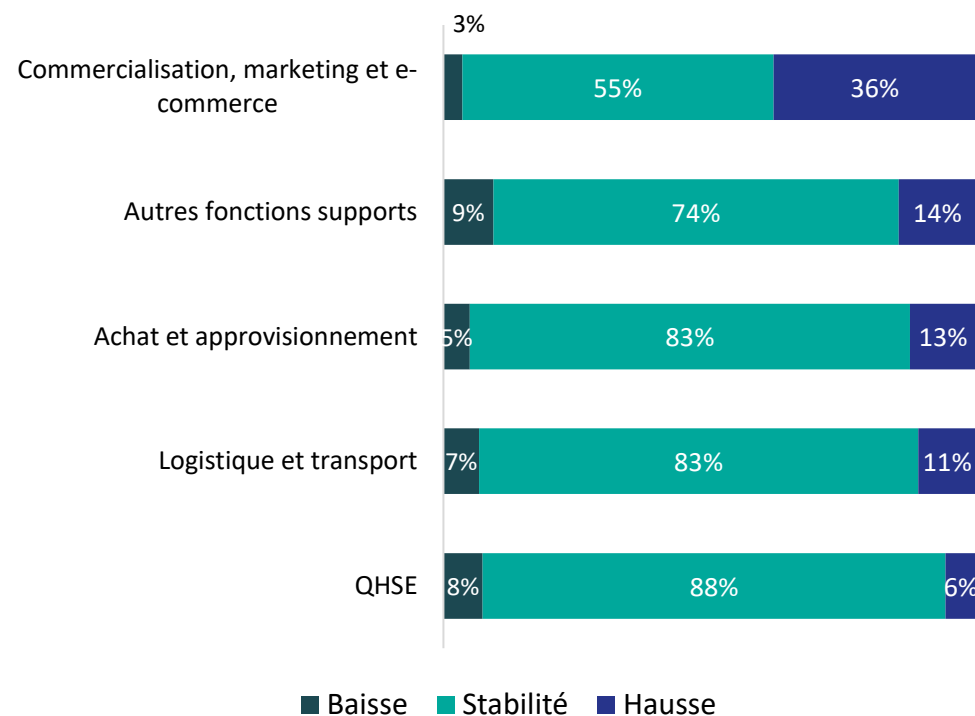
Evolution de l'effectif des entreprises à 3 ans

Source : enquête – retraitement Katalyse ; 167 répondants



Evolution des familles de métiers à 3 ans

Source : enquête – retraitement Katalyse ; 167 répondants



Métiers du transport et de la logistique : évolution des activités



Digitalisation et automatisation accrue

- **Développement d'équipements numériques** : Intégration d'outils numériques embarqués pour les chauffeurs-livreurs et préparateurs de commandes (*préparation et suivi des tournées, retours client...*).
- **Logiciels avancés** : Adoption de systèmes de gestion des entrepôts (WMS) et d'outils de planification (ex. : IA pour l'optimisation des flux et des tournées).
- **Automatisation des tâches** : Utilisation croissante de systèmes d'automatisation voire de robots d'assistance, majoritairement pour les grosses entreprises



Transition écologique et durabilité

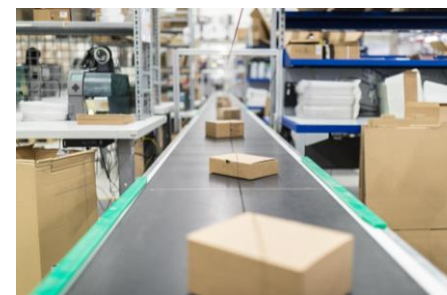
- **Ecoconduite** : Formation des chauffeurs-livreurs à des pratiques de conduite responsables pour réduire les émissions, concernant toutes les entreprises de tous les secteurs.
- **Électrification des véhicules** : Développement des compétences pour intégrer les contraintes d'autonomie, de recharge (peu d'impact aujourd'hui)
- **Optimisation des emballages** : Adaptation des usages pour réduire l'utilisation d'emballages et de cartons.

Métiers du transport et de la logistique :

Impacts sur les principaux métiers

MÉTIER	ÉVOLUTION DES COMPÉTENCES	BESOINS EN RECRUTEMENT
Manager logistique	■ ■ ■ ■ □	➡
Chef d'équipe logistique	■ ■ ■ ■ □	➡
Responsable d'atelier	■ ■ □ □ □	➡
Gestionnaire des stocks / approvisionnement	■ ■ ■ ■ □	➡
Opérateur logistique	■ ■ ■ □ □	➡
Chauffeur livreur	■ ■ ■ □ □	➡

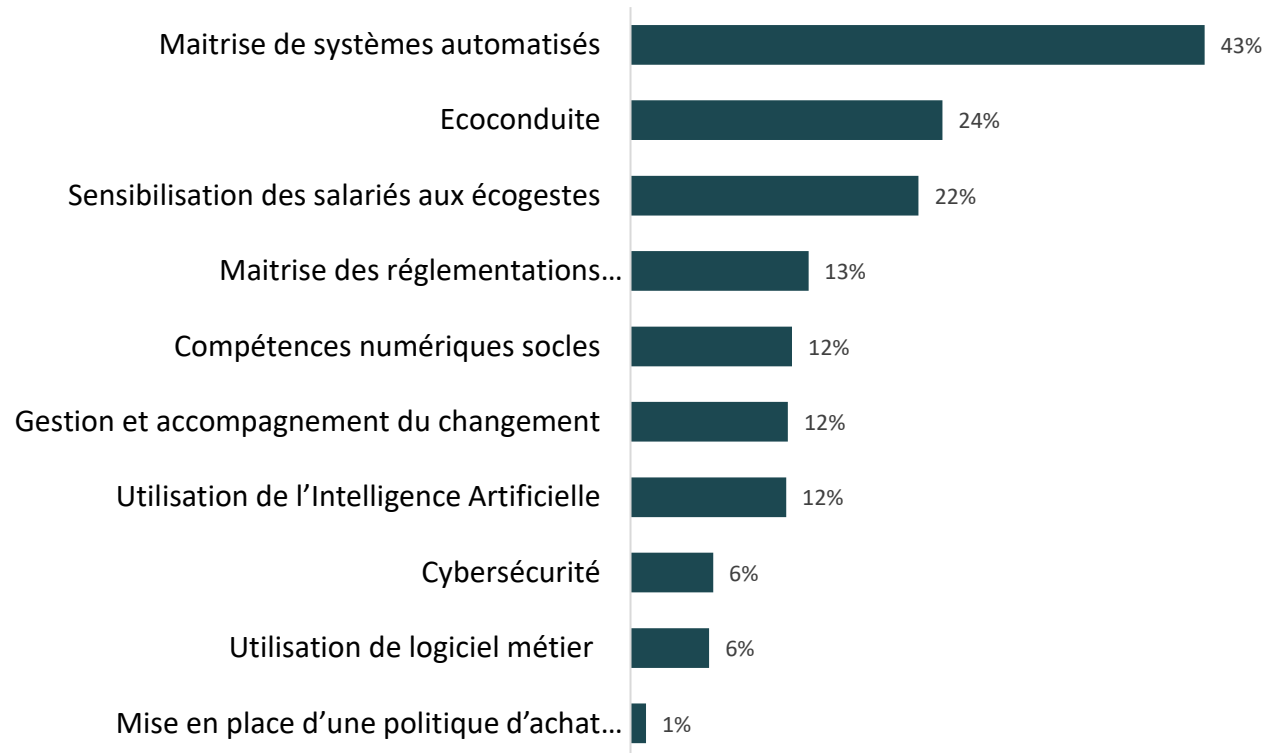
« Les métiers de caristes et préparateurs de commandes vont beaucoup évoluer, ils sont aujourd'hui encore très manuels »
Non-alimentaire



Métiers du transport et de la logistique : Compétences à développer

Compétences logistiques à développer à 3 ans

Source : enquête – retraitement Katalyse ; 130 répondants



Métiers de la commercialisation : évolution des activités



Evolution des produits et de l'offre

- **Vers des produits plus complexes** : dans l'interindustrie notamment (*automobile, aéronautique, second œuvre du BTP...*), voire dans le non-alimentaire,
- **Montée en gamme et expertise renforcée** : maîtriser des spécificités produit (*normes, réglementation, RSE, etc.*) pour mieux conseiller les clients



Renforcement du canal digital et de l'e-commerce

- **Création ou développement de plateformes numériques** (*sites marchands, marketplaces*) pour compléter ou remplacer certaines formes de télévente.
- **Multiplication des interactions à distance** (*visioconférences, outils collaboratifs*) permettant un suivi client plus régulier et réduisant la nécessité de déplacements systématiques.



Impacts de la transitions numériques sur les outils

- **CRM (Customer Relationship Management)** : centralisation des informations clients, automatisation partielle de la prospection, suivi des historiques de vente...
- **AI (Intelligence Artificielle)** : analyse prédictive (*prévoir la demande, recommander des produits*), assistance conversationnelle (*chatbots*), génération de contenu (*fiches produit*) et optimisation des process (*ex. : qualification de leads, ciblage plus fin, traitement de certaines tâches administratives*).



Evolution des rôles et postures commerciales

- **Du vendeur au vendeur-conseil** : les commerciaux doivent mieux comprendre les besoins de leurs clients pour proposer des solutions à plus forte valeur ajoutée (*conseil, services annexes, RSE*).
- **Commercial itinérant « hybride »** : combiner rendez-vous terrain et canaux digitaux (*téléphone, visio*), s'appuyer davantage sur les CRM et outils d'analyse de données pour préparer et personnaliser les visites.

Métiers de la commercialisation :

Impacts sur les principaux métiers

MÉTIER	ÉVOLUTION DES COMPÉTENCES	BESOINS EN RECRUTEMENT
Manager d'équipe commerciale	■ ■ ■ □ □	→
Responsable de magasin / d'unité commerciale	■ ■ ■ □ □	→
Commercial grands comptes	■ ■ ■ ■ □	↗
Commercial itinérant / sédentaire	■ ■ ■ □ □	↗
Télévendeur en commerces de gros	■ ■ ■ □ □	↗ →
Vendeur sur site / comptoir	■ ■ □ □ □	→
Directeur marketing	■ ■ ■ □ □	→
Chargé de marketing opérationnel-digital	■ ■ ■ ■ □	↗ →
Responsable administration des ventes (ADV)	■ ■ ■ □ □	↻

MÉTIER	ÉVOLUTION DES COMPÉTENCES	BESOINS EN RECRUTEMENT
Chef de produit	■ ■ ■ □ □	→
Chef de projet / gestionnaire du commerce électronique	■ ■ ■ ■ ■	↗
Gestionnaire de données clients	■ ■ □ □ □	↗
Spécialiste pricing	■ ■ ■ ■ □	→

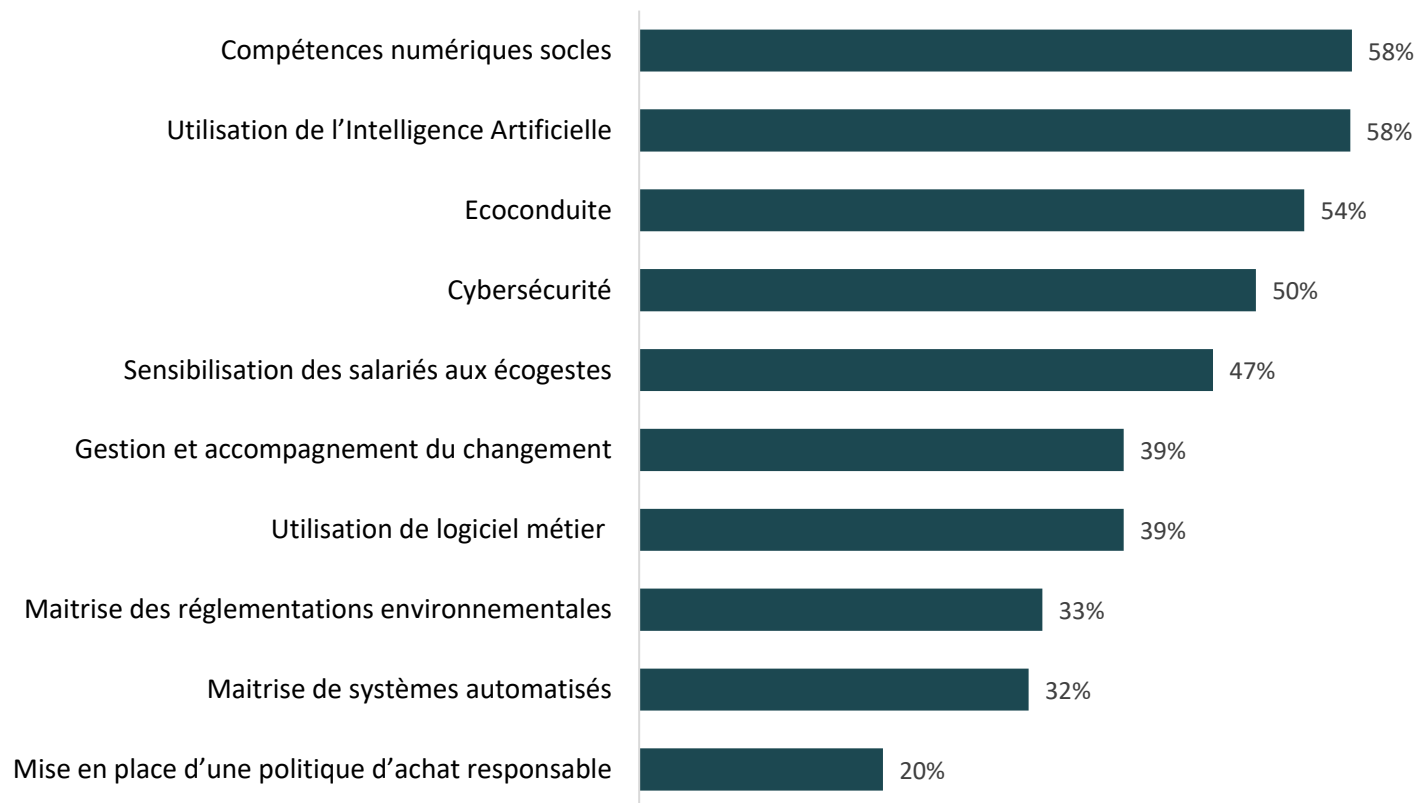
« Les commerciaux ne sont plus de simples experts produits : ils anticipent les besoins, préparent leurs arguments et, au contact du client, écoutent pour proposer une solution sur mesure. »
Alimentaire

Métiers de la commercialisation :

Compétences à développer

Compétences commerciales à développer à 3 ans

Source : enquête – retraitement Katalyse ; 130 répondants



Métiers de l'administration et services généraux : évolution des activités



Transition écologique et durabilité

- **Mise en place de politiques favorisant l'approvisionnement local**, la réduction des emballages et le choix de fournisseurs engagés dans des démarches écoresponsables.
- Vers la certification / labellisation des process pour répondre aux attentes clients et réglementaires.

Digitalisation et intégration de l'IA



- **Automatisation des fonctions administratives** : gestion de paie, traitement des données financières grâce à l'IA et à des outils numériques avancés.
- **Dématérialisation accrue** (*bulletins de paie, factures*) et gestion numérique des flux documentaires.
- **Utilisation de l'IA générative** pour créer du contenu comme pour la rédaction d'annonces ou en assistance comme pour le tri de CV
- **Développement des compétences en analyse et IA** pour exploiter les données massives et guider les décisions stratégiques.

Renforcement des compétences stratégiques et relationnelles



- **Pilotage fin de la stratégie** dans un contexte plus incertain, à l'aide d'outils de prévision plus performants.
- **Importance croissante des stratégies RH**, notamment dans le recrutement et la fidélisation des talents, dans un contexte de pénurie de compétences spécifiques.
- **Les responsables financiers s'orientent vers des rôles de gestionnaires de risques**, intégrant des préoccupations environnementales et sociales dans leurs stratégies.

Métiers de l'administration et services généraux :

Impacts sur les principaux métiers

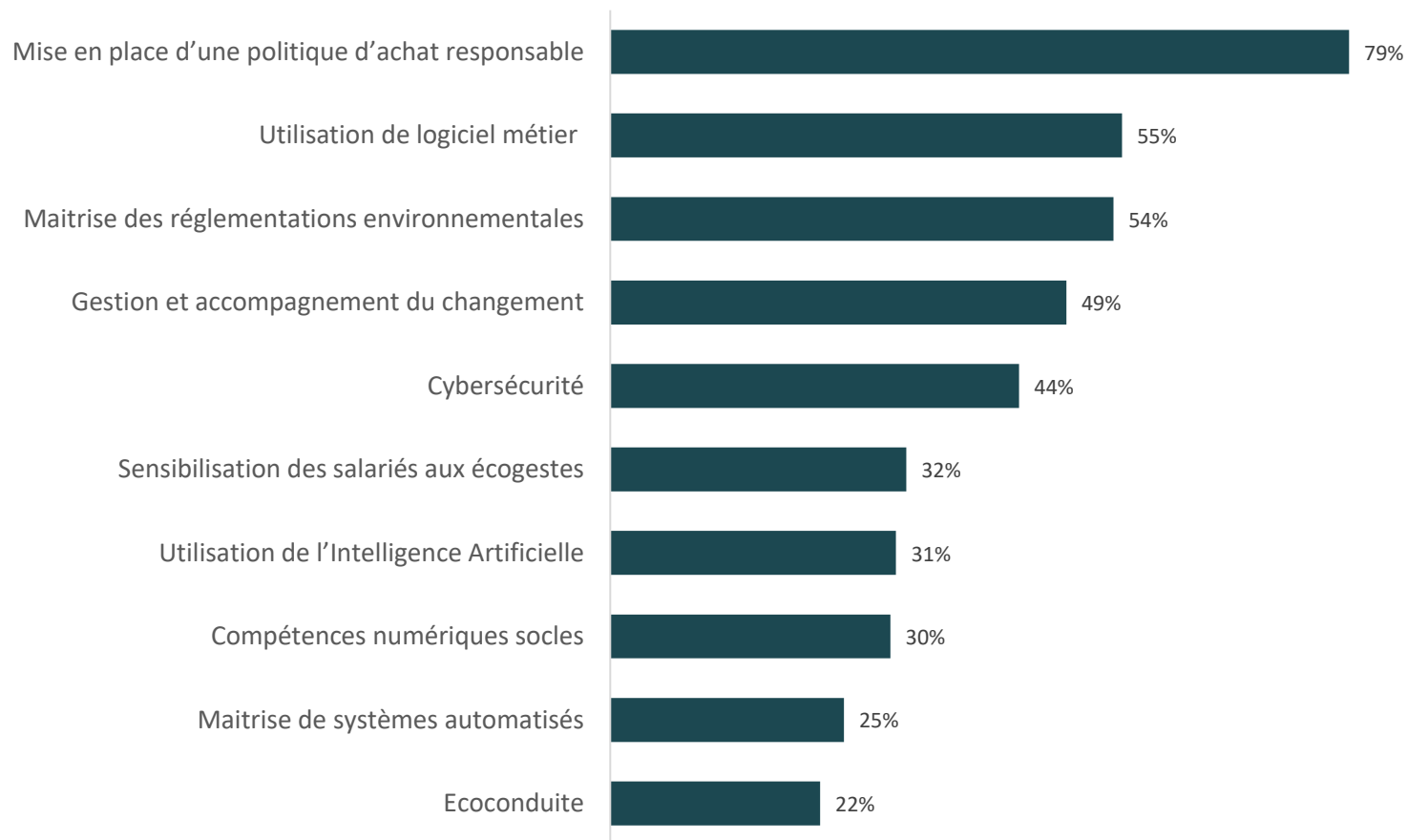
MÉTIER	ÉVOLUTION DES COMPÉTENCES	BESOINS EN RECRUTEMENT
Directeur Général	■ ■ ■ □ □	➡
Responsable Administratif et Financier	■ ■ ■ □ □	➡
Responsable Ressources Humaines	■ ■ ■ □ □	↗
Responsable des Systèmes d'Informations	■ ■ □ □ □	↗
Responsable RSE	■ ■ □ □ □	↗
Contrôleur de gestion	■ ■ ■ □ □	➡
Comptable	■ ■ ■ ■ □	➡
Gestionnaire de paie	■ ■ ■ ■ □	↩
Responsable des Achats	■ ■ ■ ■ □	↗
Responsable / Gestionnaire Approvisionnement	■ ■ ■ ■ □	↗
Acheteur	■ ■ ■ ■ □	↗
Acheteur-Vendeur Produits frais	■ ■ ■ ■ □	➡
Responsable QHSE	■ ■ ■ □ □	↗

« Pour notre partie achat, l'objectif est d'industrialiser les logiciels pour laisser de la place à la gestion de la qualité »
Non-alimentaire

Métiers de l'administration et services généraux : Compétences à développer

Compétences achats / approvisionnements et QHSE à développer à 3 ans

Source : enquête – retraitement Katalyse ; 130 répondants



Métiers de la technique : évolution des activités

Complexification des équipements distribués et notamment intégration plus forte de fonctions numériques (pour le segment interindustriel et certaines activités non-alimentaires)

Evolution des activités de maintenance avec la digitalisation des process et l'utilisation croissante de nouvelles technologies lors des interventions : télémaintenance, IA, réalité augmentée...

Transition écologique à travers plusieurs aspects :

- Les attentes plus fortes des clients sur la réparabilité et la durabilité des produits
- Des attentes également sur la réduction de la consommation énergétique d'un équipement
- Développement ces dernières années du reconditionnement des produits / réparation avec un nombre croissant d'acteurs se positionnant sur le segment

Métiers de la technique :

Impacts sur les principaux métiers

MÉTIER	ÉVOLUTION DES COMPÉTENCES	BESOINS EN RECRUTEMENT
Responsable SAV / Maintenance	■ ■ ■ □ □	➡
Technicien SAV / maintenance	■ ■ ■ □ □	➡
Formateur technique	■ ■ ■ □ □	➡

« On développe des services de réparation, au lieu de remplacer les produits, on va chercher à les réparer »

Interindustriel

Synthèse : cartographie prospective



LOGISTIQUE, TRANSPORT ET GESTION DES FLUX

Transport

- Chauffeur / livreur
- Planificateur



Logistique

- Responsable d'exploitation
- Chef d'équipe logistique
- Magasinier cariste
- Opérateur logistique
- Préparateur de commandes



Approvisionnement

- Gestionnaire approvisionnement
- Gestionnaire des stocks
- Approvisionneur en distribution automatique



Achats :

- Responsable des achats
- Acheteur
- Acheteur-vendeur produits frais



ADMINISTRATION ET SERVICES GÉNÉRAUX

Support

- Fonctions direction générale
- Fonctions Ressources Humaines et paie
- Fonctions communication
- Assistant administratif



Qualité, hygiène, sécurité & environnement :

- Responsable QHSE
- Agréé en produits alimentaires
- Responsable RSE



Finance

- Responsable administratif & financier
- Contrôleur de gestion
- Comptable
- Chargé de recouvrement



Informatique et numérique

- Technicien support maintenance informatique
- Responsable des Systèmes d'Informations et de cybersécurité



TECHNIQUE

- Technicien SAV/maintenance
- Formateur technique
- Mécanicien et électronicien de véhicules



COMMERCE, E-COMMERCE & MARKETING

Vente :

- Responsable de point de vente
- Responsable d'unité commerciale
- Manager d'équipe commerciale
- Commercial grands comptes
- Commercial sédentaire
- Commercial itinérant
- Technico-commercial
- Vendeur conseil en espace de vente
- Assistant commercial
- Administrateur des ventes



Marketing et e-commerce :

- Responsable marketing
- Chef de produit
- Spécialiste pricing (tarification)
- Chef de projet analyse de données
- Chef de projet e-commerce



Légende :



Métier émergent



Métier en tension



Métier porteur



Métier stable



Métier fragilisé

1

Perspective et tendances
d'évolution

2

Les besoins en emplois et
compétences de la branche
à 5 ans

3

Recommandations

Des recommandations autour de 4 enjeux

Enjeu A :

S'appropriier les enjeux de numérisation et accompagner le déploiement de l'automatisation



Enjeu B :

Accompagner la transformation écologique et inscrire les entreprises dans une dynamique durable



Enjeu C :

Renforcer l'attractivité de la branche et de ses métiers



Enjeu D :

Adapter l'offre de formation en réponse aux évolutions



Enjeu A : S'appropriier les enjeux de numérisation et accompagner le déploiement de l'automatisation

ACTION	RÉSUMÉ DES ACTIONS PROPOSÉES
A1	Identifier les financements permettant d'investir dans les logiciels et les équipements nécessaires à la mise en œuvre de la stratégie numérique et d'automatisation de l'établissement (aides nationales et régionales notamment)
A2	Renforcer la montée en compétences des salariés sur les outils numériques du quotidien, notamment au sein des TPE de la branche • Inciter les entreprises de la branche à mobiliser le CléA numérique • Intégrer dans le catalogue Akto des formations liées à l'automatisation des entrepôts : formation aux protocoles de sécurité dans un environnement automatisé, sensibilisation aux interactions homme-robot
A3	Sensibiliser les entreprises aux usages de l'IA : diffuser une veille stratégique et proposer des formats de formation accessibles • Capitaliser les témoignages d'entreprises de la branche et de secteurs confrontés à des enjeux similaires, et les diffuser auprès des adhérents – notamment via des formats courts (vidéos, fiches pratiques, etc.) • Réaliser une veille et une diffusion d'informations régulière auprès des entreprises pour informer sur les avancées et sur les évolutions de la réglementation en la matière • Organiser des webinaires et groupes de réflexion / travail sur l'IA avec des entreprises volontaires pour caractériser les intérêts et limites
A4	Accompagner les managers dans l'appropriation des outils numériques et des nouvelles compétences associées : RGPD, gestion des risques

Enjeu B : Accompagner la transformation écologique et inscrire les établissements dans une dynamique durable

ACTION	RÉSUMÉ DES ACTIONS À MENER
B1	Sensibiliser les dirigeants aux enjeux de transition écologique et informer sur les réglementations amenées à impacter leur entreprise à court / moyen termes • Conforter la communication sur les principaux textes réglementaires à venir ou en vigueur, via des formats simples et adaptés aux TPE/PME (<i>fiches, infographies, questions / réponses</i>) • Co-organiser avec Akto un webinaire à destination des dirigeants pour décrypter les enjeux et obligations à court et moyen termes de la transition écologique sur l'activité de l'entreprise (les principes de double matérialité) • Informer les dirigeants sur les dispositifs existants pour les accompagner dans leurs réflexions stratégiques sur la transition écologique, voire construire une offre dédiée aux entreprises de la branche
B2	Soutenir la mise en œuvre d'actions concrètes de verdissement dans les entreprises
B3	Former les salariés sur le passage aux pratiques écoresponsables • Inciter les entreprises à organiser des sessions de sensibilisation de leurs salariés aux enjeux de transition écologique (de type Fresque du climat) • Le cas échéant construire un outil de sensibilisation spécifique aux entreprises de la branche (du type fresque "Commerces de gros" pour mettre en lumière les enjeux spécifiques aux Commerces de Gros (<i>option à moyen terme</i>)) • Intégration progressive de ces thématiques dans les CQP et blocs de compétences de la branche (obligation réglementaire lors de la révision des CQP)

Enjeu C : Renforcer l'image et l'attractivité de la branche pour fidéliser les talents

ACTION	RÉSUMÉ DES ACTIONS À MENER
C1	Conforter la communication pour faire valoir les activités de la branche et de ses métiers, notamment ceux en tension, émergents et porteurs • Valoriser les métiers via les fiches métiers contextualisées à la branche, les vidéos à diffuser auprès des acteurs de l'emploi et de l'orientation • Envisager un partenariat avec l'Onisep pour la diffusion des contenus métiers (<i>fiches, vidéos, livrables spécifiques</i>) • Outiller les entreprises de la branche pour qu'elles participent à faire connaître la branche et ses métiers
C2	Accompagner les réflexions sur les démarches de type marque employeur • Identifier les bonnes pratiques en matière de marque employeur • Construire un guide de bonnes pratiques à destination des entreprises de la branche (<i>en y intégrant les spécificités des Commerces de gros</i>)
C3	Participer à la montée en compétence des fonctions RH des entreprises des Commerces de gros • Former ou sensibiliser à des techniques RH innovantes (recours aux réseaux sociaux pour valoriser les métiers et toucher de nouveaux profils, pratiques de fidélisation...) • Présenter les outils et solutions numériques RH disponibles : réaliser et diffuser des fiches ou webinaires sur ces nouveaux usages ; valoriser des témoignages d'entreprises pionnières, illustrant des usages RH innovant

Enjeu D : Adapter l'offre de formation en réponse aux évolutions

ACTION	RÉSUMÉ DES ACTIONS À MENER
D1	Continuer d'informer les entreprises de la branche sur les possibilités de formation (au sens large) pour leurs salariés • Relayer activement l'offre de formation disponible via AKTO auprès des entreprises de la branche (<i>formations catalogue, alternance, services+...</i>) • Diffuser les résultats de l'étude GPEC dans une logique d'appropriation par les entreprises • Communiquer sur les outils d'aide au positionnement comme le diagnostic Le Flash
D2	Analyser l'opportunité de créer un module dédié au métier d'approvisionneur en distribution automatique
D3	Construire des partenariats avec des organismes de formation adaptés pour les métiers techniques du commerce de gros • Prise de contact par la branche avec des organismes de formation ciblés pour proposer la mise en place d'un partenariat ou d'actions communes
D4	Elargir la recherche de candidats pour les métiers en tension peu qualifiés (préparateur de commande, opérateur logistique, chauffeur-livreur, magasinier-cariste)
D5	Développement du recours à l'alternance notamment sur les métiers porteurs et émergents • Promouvoir l'alternance auprès des entreprises de la branche, en valorisant les avantages concrets • Diffuser des témoignages d'apprentis et d'entreprises pour encourager le recours à ce mode de recrutement • Mobiliser les centres de formation pour construire ou adapter les parcours en lien avec les besoins spécifiques de la branche

Vision synthétique des pistes d'actions

	RÉSUMÉ DES ACTIONS PROPOSÉES	PRIORITÉ	QUI
A1	Identifier les financements permettant d'investir dans les logiciels et les équipements nécessaires à la mise en œuvre de la stratégie numérique et d'automatisation de l'établissement	2	Branche
A2	Renforcer la montée en compétences des salariés sur les outils numériques du quotidien, notamment au sein des TPE de la branche	3	Branche
A3	Sensibiliser les entreprises aux usages de l'IA : diffuser une veille stratégique et proposer des formats de formation accessibles	1	Branche
A4	Accompagner les managers dans l'appropriation des outils numériques et des nouvelles compétences associées	2	Akto
B1	Sensibiliser les dirigeants aux enjeux de transition écologique et informer sur les réglementations amenées à impacter leur entreprise à court / moyen termes	1	Branche
B2	Soutenir la mise en œuvre d'actions concrètes de verdissement dans les entreprises	2	Branche
B3	Former les salariés sur le passage aux pratiques écoresponsables	1	Akto / branche
C1	Conforter la communication pour faire valoir les activités de la branche et de ses métiers, notamment ceux en tension, émergents et porteurs	1	Akto / branche
C2	Accompagner les réflexions sur les démarches de type marque employeur	2	Branche
C3	Participer à la montée en compétence des fonctions RH des entreprises du Commerces de gros	2	Akto
D1	Continuer d'informer les entreprises de la branche sur les possibilités de formation (au sens large) pour leurs salariés	1	Akto / branche
D2	Analyser l'opportunité de créer un module dédié au métier d'approvisionneur en distribution automatique	2	Branche
D3	Construire des partenariats avec des organismes de formation adaptés pour les métiers techniques du commerce de gros	2	Branche
D4	Elargir la recherche de candidats pour les métiers en tension peu qualifiés (préparateur de commande, opérateur logistique, chauffeur-livreur, magasinier-cariste)	2	Branche
D5	Développement du recours à l'alternance notamment sur les métiers porteurs et émergents	2	Branche