

## Édito

# Le Colloque de la chaussure, qu'en attendre ?

**S**auf erreur, la FDCF n'avait jamais organisé un colloque à Paris. Pourquoi ce colloque ?

En effet, c'est une première. La situation se dégrade depuis de longues années, chacun formule les raisons de ce déclin ; et après ?... Lors de mes nombreux échanges avec mes confrères, j'ai pu constater non seulement une grande inquiétude mais aussi une demande de concertation, de confrontation d'idées. C'était l'objet de ce colloque.

*Selon la définition du dictionnaire, un « colloque est une réunion de spécialistes invités, en nombre généralement limité, pour exposer, discuter et confronter leurs idées et leurs opinions sur un thème donné. » Quel est ce thème et qu'attendiez-vous des débats qui en ont découlé ?*

J'attendais que l'on trace des pistes de réflexion car notre commerce sera très différent demain de ce qu'il est aujourd'hui, à l'image de nos clients présents et futurs. Le colloque qu'a organisé la Fédération des détaillants en chaussures de France en mars : « Quel futur pour le détail indépendant », basé sur une analyse prospective et des nouveaux modes de vie, devait nous permettre de comprendre les ressorts de ce nouveau modèle. Il était animé par M. David Lestoux, chercheur et expert de la distribution. Une trentaine de détaillants leaders dans leur domaine ont été invités à participer à ce colloque avec une priorité donnée à nos adhérents. Un nombre limité, je le concède, mais nécessaire afin d'établir un dialogue fluide et une écoute attentive. Ce qui a été le cas.

*Les principaux enjeux du moment, pour le détail indépendant du secteur de la chaussure, sont de « tenir », de résister à la pression d'une conjoncture peu favorable. Avant, peut-il espérer, de faire à nouveau valoir tous ses atouts dans un univers commercial et commerçant renouvelé. Dans ce contexte, que peuvent attendre les chausseurs, en ces temps de transition et d'incertitude, d'une fédération telle que la FDCF ?*

La FDCF est ici tout à fait dans son rôle : la défense de notre profession. Râler contre les pouvoirs publics est une chose – il faut dire que la liste de nos requêtes est longue, trop longue – mais le dialogue doit rester permanent, et ce malgré, parfois, des initiatives malheureuses à l'image de cette désastreuse campagne de com' des « dévendeurs » fin 2023 !



Les consommateurs ont une sensation de satiété pour ne pas dire de saturation. Face à la crise environnementale, ils observent le trop-plein de leurs armoires et décrètent qu'il est temps de freiner voire stopper leurs dépenses de mode. Ainsi les chausseurs et maroquiniers, qui représentaient 5,1 % de l'offre commerciale en 2012, ne pèsent désormais plus que 3,3 %.

**Il faut se tourner vers l'avenir et définir ensemble les grandes lignes du commerce indépendant de demain** en étant conscient que la situation ne peut perdurer : une baisse des revenus se conjugue avec une augmentation des charges ; à un moment ça coince ! C'est hélas le cas pour nombre d'entre nous en redressement judiciaire ou mis en observation ! Tenir, oui, et après ?... Un sacré défi à relever qui passera par une reconquête de nos clients.

Le président Jean-Pierre Gonet

## Sommaire

- 2 Le Colloque : Quelles pistes d'action pour être le détaillant de demain ?
- 3 Médiation de la consommation : les obligations des professionnels
- 4 Les chiffres de la profession 2023
- 6 Les annonces du commerce
- 7 Des chiffres fiables ? Cela dépend de vous !
- 8 Notre prochain Assemblée Générale

## Notre stand lors du Crecendo

Même si l'affluence était, hélas ! un peu en retrait (le lundi), plus que jamais nos confrères détaillants nous ont sollicités. Demande d'informations sur les formations, sur des sujets très variés en matière de juridique, sur notre premier colloque, etc. Merci aux membres de la FDCF qui se sont relayés le dimanche et le lundi pour leur répondre.



# LE COLLOQUE

## Quelles pistes d'actions pour être le détaillant de demain ?

Le 18 mars dernier, la FDCF organisait pour la première fois un colloque destiné aux détaillants dans ses locaux parisiens. Le thème retenu : Quel futur pour le détail indépendant ? En effet, la question se doit d'être posée alors que l'avenir du commerce indépendant se lit en pointillés tant les défis sont nombreux. Mais à l'issue de ce colloque inspiré d'une analyse prospective et des nouveaux modes de vie, où les chausseurs présents ont pu échanger, leur horizon s'est singulièrement éclairci.

En pleine mutation, confronté à des transformations sociologiques, territoriales, digitales, écologiques et servicielles, le commerce affronte une évolution sans précédent qui incite les détaillants à se démarquer pour continuer à exister. Grand paradoxe, la croissance des mètres carrés commerciaux a été de + 26 % entre 2012 et 2021, sans augmentation du nombre d'établissements, et sans corrélation avec le pouvoir d'achat ou la croissance de la population. Et deux constats s'imposent aujourd'hui : une offre supérieure à la demande, et la disparition de la classe moyenne, laissant place à une opposition entre deux marchés : le low-cost et le premium.



Le sociologue et urbaniste David Lestoux

Marqueur majeur, la place du e-commerce en PAP/habillement qui ne cesse de croître, passant de 13 % en 2019 à environ 22 % en 2023. Un commerce digital qui ne se limite pas au site web : « 60 % des dépenses en ligne des jeunes générations en 2023 ont été réalisées depuis les boutiques sur les réseaux sociaux », souligne le sociologue et urbaniste David Lestoux. Autre phénomène notable, la consommation du neuf est en baisse, tandis que la seconde main compte 74 % d'adeptes en France : « elle représente 7 % du marché en chaussure et habillement en 2023, avec une prévision de 15 % à 2026 ». Le modèle s'est complexifié pour le détaillant mais comme le souligne David Lestoux, « le sujet n'est pas d'être commerçant indépendant mais d'être commerçant différenciant, et parce qu'on est indépendant on peut être différenciant ».

### Connaître les nouveaux consommateurs

Les consommateurs compulsifs sont confrontés à un problème psychologique aux conséquences importantes. Environ 1 à 6 % de la population est touchée par ce trouble, également appelé « achat



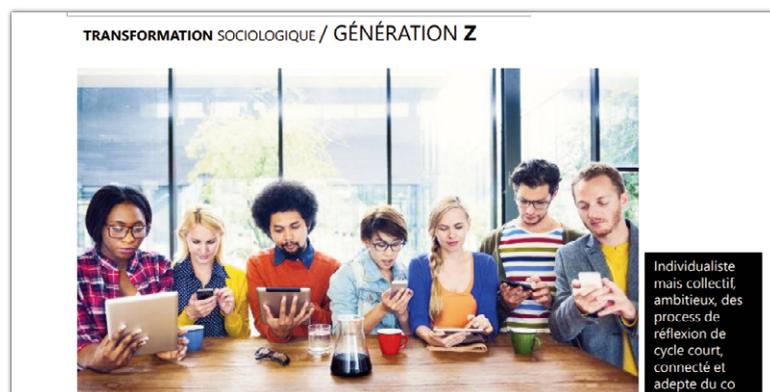
### INNOVER POUR ACTIVER DES RELAIS DE CROISSANCE



25 cartes de jeux représentant les défis du commerce de demain à placer sur un tapis de jeu, 5 cartes joker, une boîte à idée... et chacun compose son projet de transformation du commerce de centre-ville en priorisant ses axes de travail.



Comment s'y prendre ? Quels leviers actionner justement pour relever les défis du commerce de demain, et ainsi développer son activité. Ce fut le but du jeu plateau : «Retail City » auquel nos détaillants se sont prêtés avec beaucoup d'application.



compulsif » ou « achat pathologique ». Les consommateurs affectifs sont des individus dont les décisions d'achat sont fortement influencées par leurs émotions et leurs états affectifs. Comprendre ces aspects émotionnels est essentiel pour les entreprises qui souhaitent créer des relations durables avec leurs clients.

Les consommateurs contraints sont ceux qui font face à diverses limitations et pressions lors de leurs décisions d'achat et de consommation. (Contraintes matérielles, sociales, psychosociales...). Les consommateurs *Less is more* réduisent les occasions de consommation en priorisant la qualité sur la quantité. C'est finalement faire le choix de se recentrer sur ce qui est essentiel et nécessaire plutôt que d'offrir un champ des possibles pas toujours souhaitable.

Les consommateurs solidaires, aussi appelés acheteurs inclusifs, sont une composante des achats socialement responsables. Ces derniers désignent les achats de biens et de services réalisés auprès des structures de l'Économie Sociale et Solidaire (ESS).

# Médiation de la consommation : les obligations des professionnels

Depuis le 1<sup>er</sup> janvier 2016, tous les contrats de vente ou de fournitures de services passés, en France ou dans l'Union européenne, entre un consommateur et un professionnel sont concernés. Les consommateurs ont le droit de faire appel gratuitement à un médiateur de la consommation pour résoudre leurs litiges avec des professionnels.

## Les obligations des professionnels

Le professionnel doit indiquer, de manière visible et lisible, les coordonnées du ou des médiateurs dont il relève ainsi que l'adresse de leur site Internet sur tous ses supports de communications avec ses clients : bons de commande, factures, conditions générales de vente (CGV), site Internet.

Cette information doit être également fournie dès lors qu'un litige n'a pu être réglé dans le cadre d'une réclamation préalable auprès des services de l'entreprise.

Tout manquement à ces obligations d'information est passible d'une amende administrative de 3 000 euros maximum pour une personne physique, 15 000 euros pour une société.

Le coût de la médiation est à la charge du professionnel.

## Conditions d'intervention d'un médiateur de la consommation

Le consommateur doit avoir adressé au préalable une réclamation écrite au professionnel. La saisine du médiateur doit avoir lieu dans un délai maximum d'un an suivant cette réclamation. Le processus de la médiation ne doit pas excéder 90 jours à partir de la saisine.

Le médiateur peut prolonger ce délai en cas de litige complexe.

Le médiateur, à défaut d'accord entre les parties, propose une solution pour régler le litige. Si les parties acceptent la proposition de solution du

médiateur, elles renoncent à saisir le juge. Le consommateur qui refuse la solution proposée peut saisir la justice.

La médiation suspend la prescription de droit commun de 5 ans pendant toute la durée de la procédure.

**La FDCF a souscrit un partenariat pour ses adhérents auprès de CM2C. Ce service est gratuit pour les adhérents. Le code est envoyé avec la facture lors de votre adhésion.**

### Étape 1 : votre inscription

Vous devez vous inscrire sur le site <https://cm2c.net/inscription-professionnel.php>

Sélectionnez « votre fédération est adhérente au CM2C », choisissez « FDCF » et entrez un code que nous aurons le plaisir de vous communiquer par mail ou téléphone.

À l'issue de votre inscription individuelle, vous obtiendrez une attestation vous permettant de répondre à votre obligation légale et pouvant être produite en cas de contrôle de la DGCCRF.

Si un consommateur souhaite saisir un médiateur de la consommation, ce n'est qu'après acceptation de votre part de rentrer en médiation que le coût vous sera facturé (Médiation à distance : 30€ HT/Médiation en présentiel : 70€ HT)

### Étape 2 : mettre à jour vos documents contractuels

Lorsque vous aurez souscrit, nous vous suggérons la mention suivante à inscrire sur votre site Internet, sur les conditions générales de vente ou de service, sur les bons de commande ou sur tout autre support adapté : Conformément à l'article L. 612-1 du code de la consommation, vous pouvez recourir gratuitement au service de médiation CM2C dont nous relevons : par voie électronique : [www.cm2c.net](http://www.cm2c.net), ou par voie postale : CM2C 14 rue Saint Jean 75017 Paris.

# Les chiffres de la profession 2023

Comme chaque année, vous êtes nombreux à attendre les chiffres de la profession.

À retenir : le nombre de magasins a diminué de 5 % pour des revenus proches de ceux de 2019... du fait de l'inflation. Sans celle-ci, le chiffre d'affaires aurait baissé de plus de 10 % !

## Données clés



**2 440** Entreprises

Employant au moins un salarié au 31/12/2022



**9 050** Salariés

Au 31/12/2022



**93%** De très petites entreprises

(employant moins de 10 salariés)



**86%** De femmes



**3 300** Magasins

Employant au moins un salarié au 31/12/2022



**82%** En CDI



**49%** du chiffre d'affaires réalisé  
par les chaussures pour femmes



**67%** A temps plein

## 1.B – LES MAGASINS

**2,7**

salariés par magasin en moyenne

2,2 ETP par magasin en moyenne

Source : DADS-DARES projection 2022

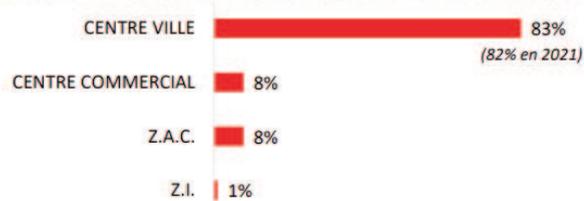
(les anciens rapports se basaient sur les données des enquêtes)

**65 m<sup>2</sup>**

surface de vente exploitée  
(médiane)

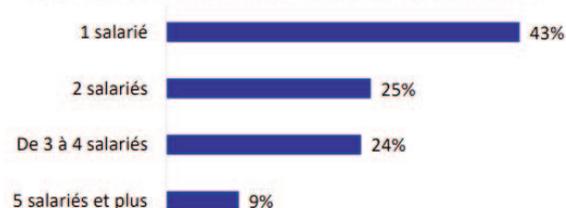
### Répartition des magasins par implantation géographique

**83% des magasins sont implantés en centre-ville**

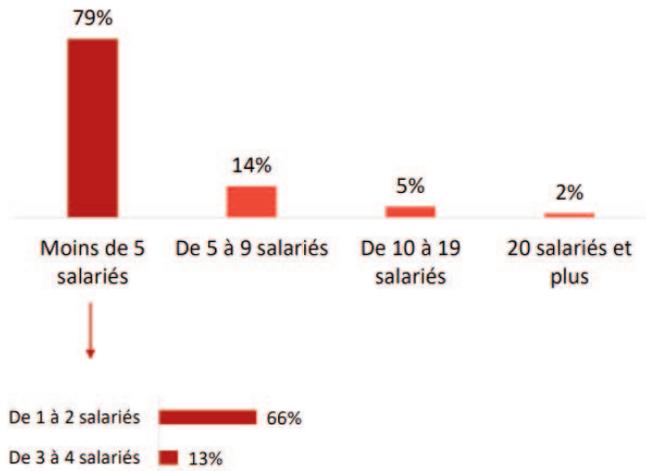


### Répartition des magasins par taille

**68% des magasins ont 1 ou 2 salariés**



### Répartition des entreprises employeuses par taille



93%

sont des Très Petites  
Entreprises (TPE)  
(94% en 2021)

66% des entreprises ont 1 ou 2 salariés



En moyenne, **3,7** salariés par entreprise

## Annexe : Positionnement économique de la profession

Etude 2022 pour données 2021

### TRANSITION NUMÉRIQUE

#### Domaine d'utilisation des outils digitaux (en % d'entreprises employeuses)

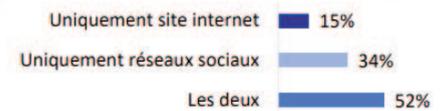


La gestion des stocks et la présence en ligne sont les deux principaux domaines d'utilisation des outils digitaux

#### Quelle est votre présence sur internet ?

72%

des entreprises sont présentes sur internet (site ou réseaux sociaux)



78%

de ces entreprises étaient déjà présentes sur internet avant 2020

18% des entreprises présentes sur les réseaux sociaux y font de la vente en ligne

54% des entreprises ayant un site internet y font de la vente en ligne

## 1.C – LE CHIFFRE D'AFFAIRES

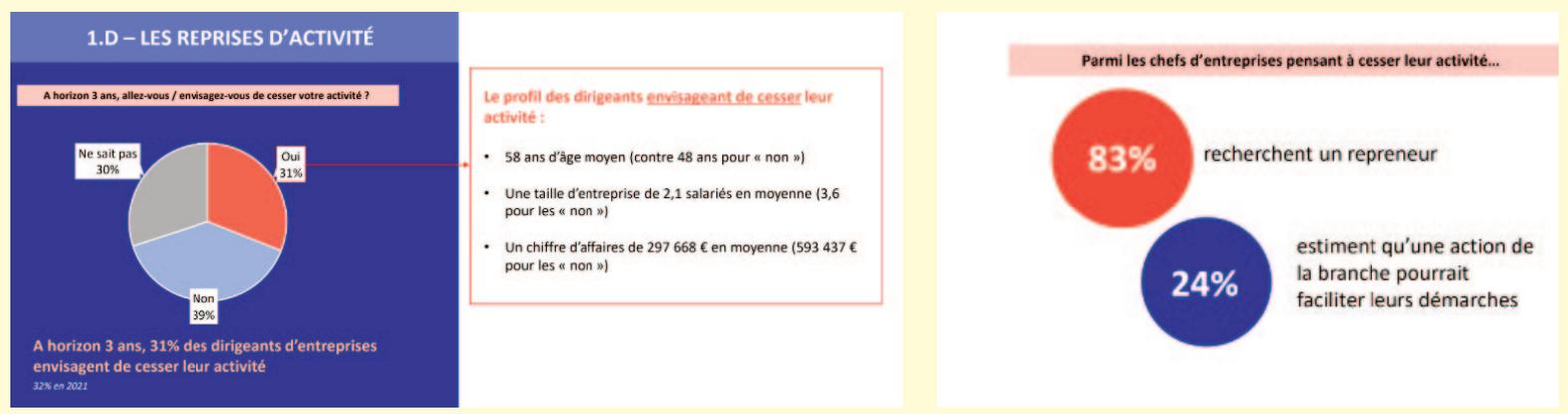
-1% entre 2019 et 2022

L'année 2022 est la première année sans confinement depuis le Covid

#### Evolution du chiffre d'affaires HT moyen par entreprise employeuse



À la lecture de ces deux tableaux, vous comprendrez bien la problématique de la transmission, ou de la vente des points de vente. Ceux-ci représentent un capital qui sera bien utile lors du départ en retraite. Aussi, il convient de mettre tous les atouts de son côté d'où notre proposition ci-dessous.



# Les annonces du commerce

La Fédération des Détaillants en Chaussures de France vous annonce un partenariat avec « Les Annonces du Commerce ». En effet, vous êtes nombreux à nous demander si nous avons une rubrique « petites annonces ». Nous faisons mieux en vous proposant ce service d'annonces spécialisées qui vous permettra de diffuser votre offre sur tout le territoire. Vous aurez très prochainement accès à la plateforme via un onglet sur le site de la FDCF [www.chaussure.org](http://www.chaussure.org) et une réduction sur la publication de votre annonce.

Les Annonces du Commerce est un site d'annonces spécialisé en immobilier commercial depuis 2009 en entreprises et commerces ou locaux commerciaux.

Partenaire avec plus de 500 professionnels de l'immobilier, agences immobilières et cabinets d'affaires spécialisés en cession et acquisition d'entreprises et commerces. Plateforme de services et de conseils pour les Artisans & Commerçants autour de 3 caractéristiques :

#### La diffusion d'annonces

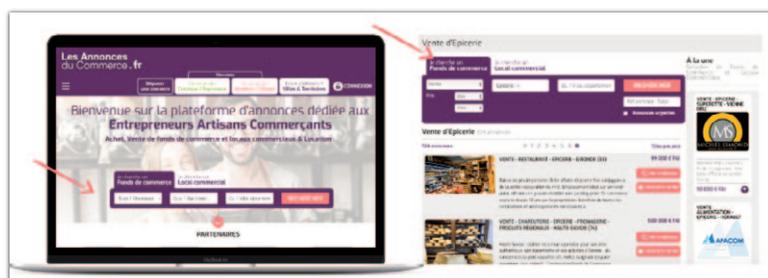
- Fonds de commerce et locaux commerciaux
- Emploi
- Matériel

#### La mise en relation qualifiée

- Porteurs de projets : acquéreurs & cédants
- Professionnels de l'immobilier commercial
- Collectivités & Fédérations

#### L'Accompagnement

- Service d'accompagnement et de conseils aux porteurs de projets
- Mise en relation d'experts : formation, financement, diagnostic, Assurance, Mutuelle



**Les Annonces du Commerce .fr**

Notre plateforme

PLATEFORME de services et de conseils pour les Artisans & Commerçants autour de 3 caractéristiques :

<p><b>La Diffusion d'annonces</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Fonds de commerce</li> <li>- Locaux commerciaux</li> <li>- Emploi</li> <li>- Matériel</li> </ul>	<p><b>La Mise en Relation Qualifiée</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Porteurs de projets : Acquéreurs &amp; Cédants</li> <li>- Professionnels de l'immobilier commercial : Agences, cabinets, mandataires et enseignants</li> <li>- Collectivités &amp; Fédérations</li> </ul>	<p><b>L'Accompagnement</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Service d'accompagnement et de conseils aux porteurs de projets</li> <li>- Mise en relation d'experts : Formation, Financement, CGP, Diagnostic, Assurance, Mutuelle</li> </ul>
---	--	---

Les Annonces du Commerce .fr

J'ai un projet Créateur/Repreneur
J'ai un projet Vendeur/Cédant
Financer son projet
Villes et Territoires
Notre solution
Offres pro
Se connecter

## Céder, trouver son entreprise ou son commerce

Consulter des offres de **reprise** d'entreprise, diffuser une annonce de **cession** ou déposer son projet de **repreneur** pour être mis en relation avec des experts :  
 Des solutions au service de la **réussite de vos projets**

Fonds de commerce

Local commercial

acheter

louer

Bientôt sur notre site [WWW.CHAUSSURE.ORG](http://WWW.CHAUSSURE.ORG) en accès libre et renseignements auprès de notre secrétariat.

# Des chiffres fiables ? Cela dépend de vous !

**V**ous êtes détaillant en chaussure ou vous proposez des modèles de chaussures dans votre boutique (prêt-à-porter, enfant, concept store...), alors participez au 1er baromètre de la profession, et recevez en avant-première les chiffres clés du secteur de la chaussure. Comment a évolué le chiffre d'affaires des détaillants indépendants français proposant de la chaussure dans leur boutique ? Quelles sont ces évolutions en fonction des segments d'activité (homme, femme, enfant, mixte) ? Quelles différences d'activité en fonction de la taille des magasins et de leur lieu d'implantation ?

**Contribuez, avec votre fédération, à la première édition du baromètre de votre profession et recevez en avant-première les chiffres clés du secteur de la chaussure.**

Rien de plus simple : aller sur le site « boutique2mode » rechercher Baromètre FDCF et répondre à un petit questionnaire anonymisé.

Depuis cette année, avec votre cotisation, vous avez accès à ces deux revues :



Vous êtes adhérent de la Fédération des Détaillants en Chaussures de France et dans le cadre de notre nouveau partenariat, nous avons le plaisir de vous annoncer que vous bénéficiez dès maintenant d'un accès abonné aux médias professionnels Boutique2Mode et lechommerces.fr.

Vos comptes ont déjà été créés sur les deux sites avec un mot de passe provisoire. Il vous reste maintenant à définir votre propre mot de passe de connexion, pour cela munissez-vous de votre identifiant "info@b2minfo.fr" et cliquez au-dessous pour réinitialiser votre mot de passe.

## Baromètre FDCF / Boutique2Mode : Quel niveau d'activité pour la chaussure au 1er trimestre 2024 ?

LAURENT MAUREL / ACTUALITÉS / SONDAGE / 1



Vous êtes détaillant en chaussure ou vous proposez des modèles de chaussures dans votre boutique (prêt-à-porter, enfant, concept store...), participez au 1er baromètre de la profession, et recevez en avant-première les chiffres clés du secteur de la chaussure.



Et toujours notre revue papier bisannuelle spécialisée chaussure :



## Un fond dédié aux travaux

Une obligation de plus mais pour la "bonne cause". Le gouvernement a débloqué une somme importante afin de nous aider à financer travaux et équipements de mise en accessibilité pour au profit des PMR. Ci dessous les éléments afin de constituer le dossier d'aide.

### Un fonds dédié

Avec une enveloppe de 300 millions d'euros sur 5 ans, l'État vous aide à financer vos travaux et équipements de mise en accessibilité.

#### Pouvez-vous bénéficier de ce fonds ?

OUI, si vous êtes un établissement privé recevant du public de 5<sup>e</sup> catégorie. Par exemple : agences bancaires, hôtels, restaurants, commerces alimentaires...

ET, si vous êtes une TPE ou une PME ou une association.

#### Que pouvez-vous financer avec ce fonds ?

Des équipements et des travaux de mise en accessibilité. Par exemple : travaux d'installation d'une rampe d'accès, travaux pour agrandir la largeur des couloirs, pour supprimer une marche à l'entrée, signalisation adaptée...

Le diagnostic des conditions d'accessibilité de votre établissement. C'est à dire l'identification des actions de mise en accessibilité à mener.

Un accompagnement par un maître d'œuvre lors de la réalisation des travaux.

#### Quel est le montant de l'aide que vous pouvez obtenir ?

→ L'État finance 50% des dépenses engagées pour les équipements et les travaux de mise en accessibilité. Avec un maximum de 20 000€ d'aide versée.

→ L'État finance 50% des dépenses engagées pour le diagnostic des conditions d'accessibilité et l'assistance à maîtrise d'œuvre. Avec un maximum de 500€ d'aide versée.

### Comment constituer votre dossier de demande d'aide ?

Retrouvez l'ensemble de la procédure à suivre et l'ensemble des pièces à fournir sur le site <https://www.asp-public.fr/aides/fonds-territorial-accessibilite>

#### → Pour des petits travaux et certains équipements

**1** Constituez votre dossier de demande de subventions avec les pièces justificatives requises.

**2** Déposez votre dossier sur le site de l'Agence de services et de paiements [asp-public.fr](http://asp-public.fr)

#### → Pour des grands travaux et certains équipements

**1** Téléchargez l'autorisation de construire, aménager et modifier un LRP sur le site <https://entreprises.service-public.fr/vosdroits/R10190>

**2** Déposez cette demande d'autorisation à la mairie. Vous obtiendrez un numéro de demande.

**3** Constituez votre dossier de demande de subventions avec les pièces justificatives requises.

**4** Déposez votre dossier sur le site de l'Agence de services et de paiements [asp-public.fr](http://asp-public.fr)

Depuis le 7 novembre 2023

Déposez votre dossier de demande d'aide sur le site de l'Agence de services et de paiements [asp-public.fr](http://asp-public.fr).

#### Et ensuite ?

→ Vous recevrez 30% de l'aide dès le commencement de la réalisation du projet (signature des devis, passage de commandes, achats d'équipements, etc.)

→ Vous recevrez le solde quand les travaux seront terminés, sur présentation des factures acquittées et du Certificat d'acceptation s'il est nécessaire.

Parce que les Jeux Olympiques et Paralympiques sont un événement unique et doivent être ouverts à tous, ils doivent être également un accélérateur de la mise en accessibilité de nos établissements de proximité.

Pour cela, une attention particulière sera portée sur les commerces des villes d'accueil des épreuves.

Retrouvez toutes les Informations sur <https://www.asp-public.fr/aides/fonds-territorial-accessibilite>

Compétitivité, Santé publique 05 1110004 - Mars 2024

MINISTÈRE LE DÉVELOPPEMENT ÉCONOMIQUE, DU COMMERCE ET DE LA CONSOMMATION

### Établissements de proximité : commerces, hôtels, cafés, restaurants, cabinets médicaux...

L'État vous aide à financer vos travaux et équipements de mise en accessibilité jusqu'en 2028.

Une opportunité à saisir pour assurer au quotidien l'accueil de tous les publics



# AG Dijon 2/3 juin 2024

## PROGRAMME DU DIMANCHE 2 JUIN 2024



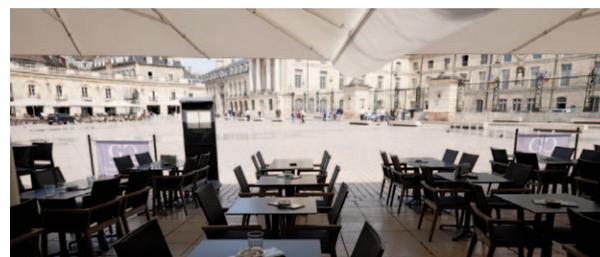
### 15h-16h45 : visite guidée de la ville

Faits divers et anecdotes de la Capitale  
Connaissez-vous l'histoire de la chouette ?  
De la maison sans toit ?

Dijon fourmille d'histoire et anecdotes. Certaines sont anciennes et historiques, tandis que d'autres relèvent davantage des légendes urbaines. Laissez-vous conter ces histoires dijonnaises parfois surprenantes !

### Diner au Café Gourmand

19h30 place de la Libération.



## LUNDI 3 JUIN 2024 à la Maison Philippe Le Bon

**8h30 : Assemblée Générale dans la salle Gaïa suivi d'une conférence-débat avec David Lestoux**

**13h : Déjeuner**

### CONSTRUIRE UN COMMERCE AUDACIEUX ET HUMAIN

Si ces changements sont porteurs de craintes, ils sont surtout porteurs de nouvelles opportunités surtout pour le commerce indépendant qui trouvera dans ce nouveau modèle plus de leviers que de freins au développement... à condition de s'adapter... à condition de ne pas revendiquer le modèle de commerçant indépendant comme finalité mais bien de mettre en évidence le commerce différenciant. Différenciant parce qu'indépendant, différenciant parce qu'audacieux et résolument face au digital ! L'adaptation au nouveau modèle est le cœur de la mission que nous vous proposons. Elle est conçue pour répondre à trois objectifs majeurs :

- Repérer les opportunités de croissance .
- Définir les marqueurs du réseau, les valeurs à mettre en œuvre .
- Affirmer une promesse lisible et fixer un cap pour les évolutions du réseau et affirmer une valeur ajoutée par rapport au digital 4.0.
- Accompagner la FDCF dans l'expérimentation d'un plan de transformation de la profession concevant des outils opérationnels à mettre à disposition

## PROGRAMME COMPLET

### Dimanche 2 juin :

Arrivée à l'hôtel Philippe le Bon

15h : Visite de la ville avec guide accompagnateur

19h30 : Dîner gastronomique au « Café gourmand »

**Participation :** Single 195 € / couple 249 €

Inscription par mail au secrétariat FDCF

[fdcf@chaussure.org](mailto:fdcf@chaussure.org)

### Lundi 3 juin :

8h30 : Salle de conférence de l'Hôtel

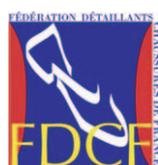
8h30-10h30 : Partie statutaire de l'AG.

Intervention de David Lestoux

Suite du colloque « L'avenir du commerce de détail »

Suivi d'un débat.

12h30 : déjeuner convivial au restaurant « Philippe le Bon »



# FDCF

Tél. : 01 42 06 79 30 / 01 42 06 79 40 - Du lundi au vendredi de 9h à 17h

[fdcf@chaussure.org](mailto:fdcf@chaussure.org) [www.chaussure.org](http://www.chaussure.org) 46, boulevard de Magenta 75 010 Paris.

Fédération-des-Détaillants-en-Chaussures-de-France

Conception graphique : © Nicolas Petit - [www.nicolaspetit.net](http://www.nicolaspetit.net) / Imprimeur : Imprimerie Solidaire

