FÉDÉRATION DÉTAILLANTS CHAUSSURES DE FRANCE
FDCF

LE JOURNAL DU DÉTAILLANT

Revue de la Fédération des Détaillants en Chaussures de France

Octobre 2018 - numéro 34

Humeur
/LA FÉDÉRATION EST À VOS CÔTÉS

Pour une fois, au lieu d'un Edito, je vous soumets un BILLET D'HUMEUR !

L'exercice du métier de chausseur n'est pas facile et plutôt prenant en temps et en responsabilité !
Quand un chef de gouvernement décide de transférer la collecte mensuelle de l'impôt des salariés à l'entreprise, alors que ce travail était réalisé par les services fiscaux avec une efficacité de 98 %, je me pose la question de l'intérêt pour les finances de l'État et je me sens corvéable à merci !
Quand on me demande de proposer le *Cash Back* (remise de liquidité aux particuliers pour les dépanner) en devant payer une commission aux banques alors que j'offre déjà le règlement par CB, le paiement sans contact, les chèques bancaires (sans garantie de paiement), les chèques-cadeaux, je fais également le travail des banquiers tout en me demandant si les espèces que je vais distribuer ne vont pas servir à acheter les cigarettes de contrebande ou de la drogue ou encore être utilisées dans un marché parallèle sur fond d'économie opaque et non officielle.
Quand le gouvernement remet en question le rôle des syndicats en les obligeant à se regrouper et supprime ainsi la prise en compte des spécificités de chaque profession, quand il s'apprête à supprimer les OPCA (Agefos, Forco…) dont le fonctionnement était satisfaisant, dans l'espoir d'améliorer la formation (et, par conséquent, de faire baisser le chômage), je ne suis pas sûr du résultat. En plus, la réforme cherche à supprimer les petites structures de formation. Pourrons-nous continuer à garder des spécialistes du bon chaussant ?
Quand les URSSAF, qui collectent les charges sociales, doivent maintenant, en sus, gérer la collecte de l'impôt des particuliers et la collecte de la formation… ne risque-t-on pas l'overdose ?
Quand un fournisseur propose à mes clients un produit dans sa propre boutique en ligne qu'ils peuvent retourner librement alors que je lui achète ce même produit en quantité sans possibilité de retour, j'ai l'impression qu'il se moque ouvertement de moi !
Quand l'administration multiplie les contraintes administratives dans les mêmes conditions pour un petit indépendant comme pour une multinationale dotée d'un directeur des Ressources Humaines, trop c'est trop !
Qui tient à jour son document unique, fait passer les entretiens annuels avec ses salariés, vérifie la présence des logos de composition sur tous les articles présentés en magasin et l'affichette qui les explique, respecte l'obligation d'une formation tous les 5 ans maximum pour tous ses salariés, vérifie chaque début d'année que tous sont bien couverts par une complémentaire santé ?
Quand la presse fait le buzz autour d'une opération de prix cassés : le « French Friday » se fait le pendant du « Black Friday » américain.
Je pense que les grandes chaînes ne savent plus quoi inventer pour attirer les consommatrices désabusées et leur vendre des produits de mauvaise qualité pour les dégoûter définitivement de consommer de la mode.
Gérer une entreprise est de plus en plus compliqué à cause du poids de l'administratif de plus en plus lourd.

* * *

Heureusement, votre Fédération est à vos côtés et ses membres élus gardent l'objectif de vous faciliter la réponse aux obligations, toujours plus nombreuses, qui vous sont imposées.
La commission sociale, présidée par Jean-François Bessec, a fait éditer un poster et un livret montrant les bonnes postures pour éviter les troubles musculo-squelettiques à l'intention de vos salariés. Nous avons travaillé également pour vous faciliter la rédaction du document unique (complexe mais obligatoire ! et dont l'absence est amendable).
Notre nouveau site Internet (www.chaussure.org) est régulièrement enrichi et vos consultations augmentent régulièrement. Il devient un véritable outil de travail, facile d'emploi, pour tous. Sandrine Garcin en assure le bon fonctionnement avec Xavier, notre informaticien. Le *Facebook* (federation des détaillants en chaussures de France) créé par notre benjamine du Conseil Fédéral, Caroline Auvray, diffuse des infos sur la profession en essayant de vous distraire.
Jean-Pierre Gonet inaugure avec ce numéro et le suivant un nouveau format de votre bulletin d'information. J'espère que vous apprécierez son évolution et sa lecture.
Le dernier salon « Paris Retail Week » (dans le cadre de Who's Next) que nous avons visité nous a confirmé qu'Internet et les objets connectés vont s'imposer tout doucement dans nos boutiques. Le coût des produits baisse et ils nous apporteront bientôt un confort de travail et une meilleure efficacité pour nos salariés. Il reste du travail pour les adapter à nos besoins mais les choses avancent vite. Nous devons y être attentifs et nous préparer, ainsi que nos salariés, à ces évolutions.
Notre rapport de branche le prouve, nous sommes une profession dynamique qui enregistre depuis quelques années un solde positif : les créations compensent les fermetures et les départs en retraite. Comparé à d'autres branches de l'équipement de la personne qui souffrent, cela est un constat qui vous honore.
Continuez à faire votre travail avec sérieux, à offrir un joli cadre à votre clientèle, à motiver vos salariés, à sélectionner les bons produits et à démontrer notre professionnalisme. Cela va payer, car c'est ce qu'attendent nos clients.

Sommaire

2 La chaussure peut en remontrer à bien d'autres branches
4 Rencontre avec Gilbert Mugnier, organisateur de Crecendo
6 Paris Retail week
7 Le point sur les dernières actualités sociales
8 Faites la paire avec Humanis pour votre protection sociale !

Malgré des chiffres en recul…

LA CHAUSSURE PEUT EN REMONTRER À BIEN D'AUTRES BRANCHES

Un nombre important d'études, présentant des chiffres-clés très intéressants, viennent de sortir. Ils brossent un tableau assez sombre quant à l'évolution des CA et de la fréquentation de nos magasins. Nous allons essayer d'en faire un résumé et une analyse.

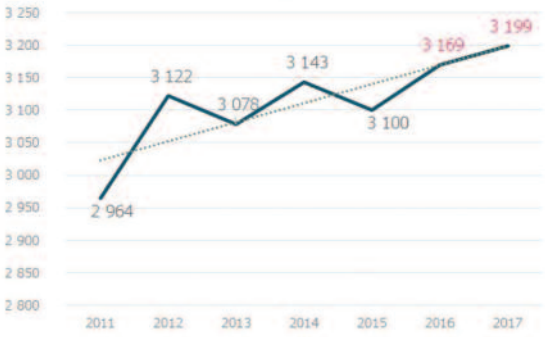
D'après les chiffres « détail chaussure » de *MFC* (voir page suivante), **la saison Printemps-Été 2018 se solde par un repli de -5 %**, cette baisse est corroborée par la fédération Procos (commerce spécialisé – les Enseignes) qui annonce - 5,3 % sur 12 mois glissants. Ces résultats ont tendance à se dégrader sur les premiers mois de 2018. Pour ce qui est de la fréquentation, il est à noter qu'elle est encore plus dégradée que les CA, selon Procos.

« Des chiffres d'affaires à surface égale qui résistent mieux que la fréquentation des points de vente »

Fait nouveau, les centres-villes, qui avaient enregistré la plus forte érosion de leur CA jusqu'en 2016, étaient, en 2017, à égalité avec les centres commerciaux et les pôles périphériques.
Cette dégradation de la fréquentation est constante depuis 2014, variant entre - 2 % et - 7 %, soit - 5 % en mai 2018 sur 1 an.
Lors de notre assemblée générale à Grenoble en juin, nos amis détaillants ne pointaient plus la météo comme seule cause à ces mauvais chiffres même si elle en reste un élément déterminant. Ils ne pouvaient pas non plus dire que la périphérie prenait tout le trafic.
Les chiffres de l'e-commerce sont certes en progression pour atteindre 8,5 % du commerce de détail dans son ensemble (source Fevad) – et encore le textile-habillement en prend une grande part. Il faut donc relativiser… Chacun a ses explications qui peuvent être en partie locales, mais plus que tout cela **c'est la baisse de la part de l'« équipement de la personne » dans le budget des**

LES ENTREPRISES

Evolution du nombre d'entreprises de 2011 à 2017

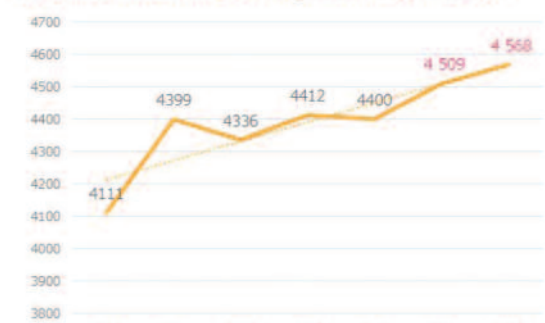


3 200 entreprises employant des salariés

Le nombre d'entreprises est estimé à partir de la méthode de régression linéaire sur la base des fichiers entreprises de l'INSEE – DADS 2011 à 2015.

LES MAGASINS

Evolution du nombre de magasins de 2011 à 2017



4 568 magasins

Le nombre d'établissements est estimé à partir de la méthode de régression linéaire sur la base des fichiers entreprises de l'INSEE – DADS 2011 à 2015.

ménages qui est en cause, une baisse continue depuis l'enclenchement de la crise en 2008. Car les consommateurs ont fait leur arbitrage entre les différents postes de dépense et cela au détriment de nos activités.
Pire, si nos CA baissent, nos marges aussi. Même si nous ne disposons pas de chiffres sur ce point précis, c'est bien le souci de nos détaillants, qui doivent jongler entre soldes aux remises toujours plus importantes et périodes de promo ou de soldes privés.
Cette question de la rentabilité est largement abordée par la presse professionnelle qui nous fournit de nombreuses pistes. Un ouvrage sur la gestion d'un point de vente chaussure est par ailleurs disponible à notre bureau. De plus, notre partenaire ANWR-Garant inaugure un nouveau service de conseil marketing et finance.

Et notre profession dans tout cela ?

On pourrait croire à la vue de ces chiffres à une baisse drastique du nombre de magasins. Eh bien non !
Les tableaux ci-contre issus du rapport de branche « détail chaussure » nous donnent une photographie de notre profession.
Sur un an, on enregistre 30 entreprises du détail chaussure en plus, soit un total de 3 199.
Le nombre de magasins a, lui aussi, progressé de 60 pour un total de 4 568. Et les effectifs passent de 10 421 à 10 468 salariés.
Alors que dire de plus ? que notre profession se bat et s'adapte. Ces chiffres en témoignent. Si notre fédération a un ratio d'adhérents parmi les meilleurs du commerce, c'est bien le signe d'un dynamisme que bien d'autres branches nous envient.

JP Gonet, secrétaire général de la FDCF.

L'INFORMATION RÉDUIT L'INCERTITUDE ?

C'est la mission de TRAJECTOIRE, la newsletter de l'Interprofession depuis septembre 2003. Ainsi, quand un chausseur rencontre un autre chausseur, que se racontent-ils ? Des histoires de chausseurs. De combien as-tu progressé ce mois ? **Que s'est-il passé depuis début 2018 et sur le PE qui s'achève ?** Que des résultats négatifs sauf juin avec + 1,5 %.
Le coup de massue a eu lieu dès mars avec un – 20 %. La profession ne s'en est pas relevée et termine fin août autour de – 5%. La profession devient de plus en plus incertaine et aléatoire. Il faut arrêter d'accuser systématiquement la météo. À la limite c'est faire dans la facilité. C'est du style, ce n'est pas moi, c'est l'autre. **Votre point plus : c'est votre Capital Humain**. Un de vos collègues, panéliste, écrit : « On a failli y croire jusqu'au bout… Mais l'érosion tranquille de la profession continue ». **Je crois, plus que jamais, que vous avez besoin d'être sécurisé**. Ci-dessous les résultats par région et par mois sur la saison PE 2018

Détail par région	mars	avril	mai	juin	juillet	août
1 - Nord/ Normandie	- 21 %	+ 16 %	- 15 %	- 6 %	- 8 %	- 11 %
2 - Est	- 30 %	+ 1 %	- 12 %	- 7 %	- 8 %	- 5 %
3 - Rhône-Alpes/Côte d'Azur	- 29 %	- 15 %	- 15 %	- 3 %	- 9 %	- 2 %
4 - Sud-Ouest	- 17 %	- 18 %	- 7 %	+ 3 %	- 3 %	0 %
5 - Ouest	- 8 %	+ 8 %	+ 13 %	+ 1 %	- 2 %	+ 2 %
6 - Centre	- 19 %	+ 11 %	- 7 %	+ 4 %	- 4 %	+ 6 %
7 - Paris - Région Parisienne	- 19 %	- 11 %	- 16 %	0 %	+ 2 %	+ 29 %

TRAJECTOIRE vous offre la possibilité, d'être informé régulièrement. À l'occasion de CRECENDO un abonnement annuel de 50 € TTC vous est proposé. Celui-ci est attaché exclusivement à ce N° du Journal du Détaillant.
Pour ce faire, retourner le bulletin d'abonnement ci-dessous.
Heureux de vous accueillir parmi nos abonnés !
Michel FOURNEYRON Consultant/Formateur Indépendant
Rédacteur du Guide du futur Chausseur
Pour vous convaincre, n'hésitez pas à demander un spécimen !

BULLETIN D'ABONNEMENT EXCEPTIONNEL à TRAJECTOIRE
La «newsletter» bimensuelle des professionnels de la chaussure de septembre 2018 à septembre 2019 - 24 numéros à l'année soit 2 par mois. Pour un prix unique de 50 € TTC (TVA 20 %)
❑ Lecteur-panéliste ❑ Simple lecteur
NOM : _____ PRÉNOM : _____
Raison Sociale : _____
Adresse : _____
Ville : _____ Code postal : _____
Tel fixe ou portable : _____
Email : _____
Désire recevoir la publication : ❑ Par email (lisible grâce à Acrobat Reader) ❑ Par la poste ❑ Désire une facture acquittée. ❑ Joint pour règlement un chèque à l'ordre de : MARKETING FORMATION CONSULTATION (Cocher la ou les cases qui vous concernent).

Rencontre

GILBERT MUGNIER, ORGANISATEUR DE CRECENDO

Jean-Pierre Gonet a rencontré Gilbert Mugnier, organisateur du salon Crecendo qui avait lieu du 23 au 25 septembre derniers au Parc Floral de Paris, pour sa 9e édition. Bilan et perspectives.

Monsieur Mugnier, pour la troisième saison depuis votre élection après le départ du regretté Alain Corassant, quel est votre sentiment sur cette nouvelle édition ?
Gilbert Mugnier : J'ai été élu pour deux ans avec deux objectifs : pérenniser le salon CRECENDO qu'avait mis en place Alain Corassant et fusionner les deux entités ARICI et CRECENDO.
Aujourd'hui, le salon évolue bien. Le visitorat est en croissance avec + 6 % de visiteurs le lundi, mais surtout + 3 % en nombre d'entreprises, ce qui représente un passage d'environ 2 000 entreprises du détail sur le CRECENDO. C'est très positif vu la situation du mois de septembre, les visites sur ce salon sont en hausse.
Nous sommes le deuxième salon européen, derrière Milan, en termes de marques, d'agents, de visiteurs. Le CRECENDO se pérennise, donc s'affirme.

Quelle est l'ambiance chez les agents commerciaux sur le salon ?
G. M. : Samedi, lors de l'installation des stands, l'ambiance était plutôt morose mais les agents et représentants sont très positifs à l'issue de cette édition car ils ont bien travaillé dimanche et lundi.

Sur les salons en région l'ambiance était plutôt calme, et les collections étaient incomplètes par rapport à CRECENDO…
G. M. : J'ai mis en place une communication spéciale sur « les nouveautés » – vous avez certainement vu les panneaux sur les stands. Le CRECENDO est l'ultime salon de la saison, il doit être une référence pour les détaillants afin de finaliser leurs achats. Et en tant que dernier salon de la saison, les détaillants doivent pouvoir trouver des nouveautés sur les stands et des réassortiments et réactualisations des modèles qui se vendent bien en début de saison. C'est un élément attractif pour faire venir les détaillants à Paris. Car contrairement à l'habillement, nous ne pouvons pas faire quatre collections.
Je précise que malgré la conjoncture, le visitorat est quasiment identique aux meilleures années de CRECENDO.

Vous nous dites que les détaillants organisent leur visite et leurs achats sur le CRECENDO en misant sur des réassorts/réactualisations et sur des compléments alors que se profile la fin de la saison d'achats. Ce que permet l'offre très importante du salon parisien. Mais, aujourd'hui, dans cette conjoncture difficile, constatez-vous la disparition de certains exposants ?
G. M. : Effectivement, certaines usines ferment, donc des exposants annulent leur participation, mais dans le même temps des

Gilbert Mugnier répond aux questions de Jean-Pierre Gonet sur le salon CRECENDO en septembre.

stands s'agrandissent et nous réorganisons les stands en fonction de ces mouvements. Il existe une liste d'attente pour les exposants qui se gère en fonction des départs.
Différentes raisons peuvent expliquer l'absence d'exposants. Notre rôle, en tant qu'association, est d'aider au maximum de nos possibilités les agents à exposer.
Vous savez, la situation sur le salon est le reflet de celle de la distribution de la chaussure.
Il n'y a pas si longtemps, de grands stands accueillaient une seule marque ; aujourd'hui les agents distribuent plusieurs marques pour compléter leur chiffre d'affaires.

Quel est, selon vous, le sentiment des représentants face au phénomène des fabricants qui vendent sur Internet ?

G. M. : Un sentiment très négatif, mais le e-commerce remplace en partie la VPC. On ne peut pas maîtriser les ventes sur Internet et les prix pratiqués. Le gouvernement ne nous aidera pas car le e-commerce a pour conséquence notamment de limiter l'inflation !

Gilbert Mugnier : « Il faut faciliter les achats des commerçants sur un seul et même site, en y regroupant différentes gammes de produits. »

Un panneau « Nouveautés » sur un stand. Une initiative de l'organisation du salon mise en place en septembre.

Internet représente près de 20 % des ventes de chaussures en valeur, mais il ne propose pas de demi pointure ni le service que peut rendre un chausseur. Un site pure-player peut être assimilé à un fonds d'investissement… La chaussure est un marché particulier, Internet c'est de la grande distribution qui pensait pouvoir gérer la vente de chaussure comme un produit classique sans tenir compte du stock et des retours ! Les sites des pure-players Internet se retrouvent aujourd'hui avec un énorme stock de chaussures. Un Spartoo se tourne vers les magasins physiques (le rachat d'André) pour écouler ses marchandises. Mais ce n'est pas leur métier !
Les fabricants qui vendent leur collection directement via Internet doivent choisir leur camp, car les magasins leur servent de vitrine. Et c'est un souci car les détaillants leur sont utiles pour l'essayage en magasin avant l'achat sur Internet…
Même les représentants ont des difficultés pour s'expliquer auprès des détaillants et ils perdent de la marge par rapport aux ventes Internet.
Les détaillants ont donc la liberté de choisir leurs fabricants car, en plus d'être sur Internet, ceux-ci peuvent exploiter des magasins d'usine.

Comment imaginez-vous le futur du CRECENDO ?

G. M. : Nous espérons pouvoir dans l'avenir intégrer des marques « haut de gamme », sans faire de concurrence aux autres salons, quitte à créer un pavillon dédié à cette gamme (créateurs, luxe…). Pourquoi pas un pôle maroquinerie également, car les détaillants vendent de plus en plus d'accessoires pour maintenir leur chiffre d'affaires. Il faut faciliter les achats des commerçants sur un seul et même site, en y regroupant différentes gammes de produits.

Merci Monsieur Mugnier.

Propos recueillis par Jean Pierre Gonet

Des ateliers formation "Pilotage de trésorerie"

C'est en constatant les difficultés de gestion de nombreux détaillants qu'ANWR-GARANT France a développé un nouveau service pour les accompagner à surmonter ces difficultés mais surtout les anticiper.
Depuis plus d'un an maintenant, David Le Marchand, en charge du conseil en gestion réseaux, conseille et forme les adhérents à la mise en place d'outils de gestions leur permettant de présenter une vision claire de leur activité à l'ensemble de leurs partenaires financiers.
Des ateliers en région sont proposé au cours du prochain trimestre :
En octobre 2018: le 8/10 à Toulouse, le 15/10 à Tours et le 29/10 Bordeaux
En Novembre 2018 : le 5/11 à Paris, le 12/11 à Marseille et le 24/11 à Lyon
En Décembre 2018 : le 3/12 à Nancy et le 17/12 à Lille
Contact : david.le-marchand@anwr-garant.fr / Tél. : 06.08.80.28.66

Évènement Garant

Cela devient une tradition ! À l'occasion de chaque salon parisien, ANWR-GARANT France organise une soirée regroupant une grande partie des professionnel de la chaussure, afin de créer du lien entre les différents détaillants venant de toute la France et associant également de nombreux fournisseurs partenaires.

PARIS RETAIL WEEK

10 AU 12 SEPTEMBRE 2018

Paris Retail Week (4e édition), véritable messe du retail de A à Z, a réuni pendant trois jours Porte de Versailles les professionnels européens du secteur autour de la notion de Smart Phygital : l'écosystème retail global et agile. En voici un aperçu tiré de la séance plénière d'ouverture.

À la plénière d'ouverture du salon *Paris Retail Week* sur le thème « smart phygital », son directeur signale que la frontière entre le magasin physique et le digital n'est plus. Les deux sont réunis au service du consommateur. Pour toujours conserver un temps d'avance et répondre aux attentes des consommateurs, le commerce anticipe et laisse place aux nouvelles innovations.
Parmi les nouvelles tendances, l'arrivée dans l'ère du « conversationnel » interroge particulièrement les professionnels du marketing et de la relation client. À noter que 57 % des Français (selon l'étude Havas Paris) pensent que les assistants conversationnels vont rendre leur vie plus facile.
Lors de la table ronde avec des représentants d'*Etam, Monoprix, Oxibul* et *Adidas* sur ce sujet, il s'avère que les marques doivent faire preuve d'une grande empathie qui impose d'abandonner la notion de « parcours d'achat » pour penser « parcours de vie » du consommateur.
De ce débat, il en ressort que le magasin de proximité reste important et le phygital doit principalement répondre à la demande du consommateur. Le rôle du vendeur sera de porter assistance aux clients par sa connaissance produit, il est donc important de le fidéliser.

La grande question des « pure-player » qui vendent exclusivement en ligne. Le Commerce physique a-t-il encore un sens ?

Sans condition, la réponse est OUI. Le digital peut tout mais pas sans commerce physique. Tous s'accordent pour dire que les clients ne supporteront plus de ne pas être assistés d'un vendeur qualifié ayant une connaissance parfaite de son produit.
Les clients veulent une vraie connivence avec leurs vendeurs, il faut anticiper le désir de son client, noter son histoire dans sa fiche client afin de lui demander des nouvelles sur sa famille, son chien, sa santé, ses voyage, etc.
Il est important d'anticiper sa prochaine venue en magasin en lui demandant ce qu'il aimerait avoir aux pieds, il faut pour ce faire un outil simple allant dans ce sens.
Le service plus consiste à inviter son client à venir voir en magasin les modèles qu'il désire trouver sur place. Ne pas hésiter à mettre de la musique en fond sonore et lui proposer un verre d'eau, un thé, un café, etc. éventuellement. Il faut donc préparer nos vendeurs dans une autre logique du commerce, ce qui sera le plus difficile à mettre en place.

Retrouvez les cinq tendances qui changeront le commerce de demain en France et dans le monde, selon l'étude de Havas Paris, sur le lien ci-dessous :
http://www.cbnews.fr/etudes/smart-phygital-les-5-tendances-retail-par-havas-shopper-a1043056

Lors de la plénière d'ouverture du salon Paris Retail Week le 10 septembre.

Les envoyés spéciaux de la FDCF au salon : Philippe Daquai, président, entouré de Sandrine Garcin (à droite), responsable du numérique du Conseil Fédéral, et de Sandrine Bohanna, déléguée administrative de la Fédération.

LE POINT SUR LES DERNIÈRES ACTUALITÉS SOCIALES

L'été a été riche en nouveautés sociales.
En voici un aperçu :

➢ **Entrée en vigueur de l'avenant n°89 sur les salaires minima (employés et agents de maîtrise)**

La FDCF et 3 syndicats de salariés (la CFDT, l'UNSA et la CFE-CGC) ont signé, le 29 janvier 2018, les avenants n° 89 (employés et agents de maîtrise) et n° 90 (cadres) sur les salaires minima.
L'avenant n°89 a été étendu en juillet et est applicable à toutes les entreprises de la branche depuis le 1er août 2018.

Attention !
L'avenant n° 90 n'est toujours pas étendu. Par conséquent, l'avenant n° 87 du 5 septembre 2016 est toujours applicable pour les cadres.

Barème des salaires minima des employés (pour 151,67 heures mensuelles)	
Catégorie 1	1 520 €
Catégorie 2	1 535 €
Catégorie 3	1 570 €
Catégorie 4	1 630 €
Barème des salaires minima des agents de maîtrise (pour 151,67 heures)	
Catégorie 5	1 714 €
Catégorie 6	2 040 €

➢ **Prélèvement à la source (TESE)**

Le Premier ministre a confirmé le 4 septembre dernier que l'impôt sur le revenu sera bien prélevé à la source au 1er janvier 2019.

À noter que le Ministère de l'Économie a indiqué que les entreprises de moins de 20 salariés vont pouvoir utiliser le dispositif « titre emploi service entreprise » (TESE), jusqu'à présent dédié au prélèvement des cotisations Urssaf des TPE, pour le prélèvement de l'impôt à la source.

➢ **Loi contre les violences sexuelles et sexistes : une mise à jour de vos affichages obligatoires s'impose !**

La loi « Schiappa » du 3 août 2018 renforçant la lutte contre les violences sexuelles et sexistes modifie un article du Code pénal sur le harcèlement qui doit être diffusé ou affiché dans l'entreprise.
Pensez à mettre à jour vos affichages obligatoires !

➢ **1er octobre 2018 : suppression de la cotisation salariale d'assurance chômage**

La loi de financement de la sécurité sociale pour 2018 avait prévu de supprimer les cotisations salariales d'assurance en deux temps.
La deuxième et dernière étape est pour le 1er octobre 2018 : **la cotisation salariale d'assurance chômage**, passée de 2,40 % à 0,95 % au 1erjanvier 2018, est **supprimée au titre des périodes courant à compter du 1er octobre 2018**.

➢ **Cotisations patronales : la baisse de quatre points reportée**

La baisse de 4 points qui devait entrer en vigueur au 1er janvier 2019 en vertu des lois de finances pour 2018 est repoussée au 1er octobre 2019.

➢ **Santé au travail : simplifier pour mieux prévenir**

Le rapport « Santé au travail : vers un système simplifié pour une prévention renforcée » remis au gouvernement le 28 août 2018 recommande de « simplifier » l'évaluation des risques par les entreprises pour la rendre « plus opérationnelle ».
La branche des détaillants en chaussure travaille à la mise en œuvre d'un **logiciel « document unique d'évaluation des risques »** permettant d'identifier aisément les risques, les actions de préventions menées ou à mener, accompagné d'un guide d'utilisation et d'élaboration du document unique (à voir et revoir tous les ans, tenu à la disposition du salarié et du médecin du travail...).

Ce logiciel sera complété d'un **livret employeur** axé sur la prévention des troubles musculo-squelettiques et d'une **affiche à disposer dans la boutique à destination de vos salariés**.
Ces outils vous seront communiqués au dernier trimestre 2018.

Présentation - Céline Cavelier
Titulaire d'un Master 2 Droit de l'entreprise spécialité droit social obtenu à l'Université de Rouen.
Depuis septembre 2017 : support juridique de la FDCF pour la gestion de la convention collective (participation aux réunions paritaires, veille et recherches juridiques...).

Nouveau Facebook !

Connectez-vous à notre page "Fédération des Détaillants en Chaussure de France" et restez au contact de l'actualité de notre profession.

FAITES LA PAIRE AVEC HUMANIS POUR VOTRE PROTECTION SOCIALE !

En matière de protection santé et de couverture prévoyance, mieux vaut trouver chaussure à son pied… Humanis est le seul organisme recommandé par vos partenaires sociaux et vous propose une offre clé en main pour assurer et gérer vos régimes conventionnels.
Hospitalisation, maladie, handicap, changement de lunettes ou besoin d'une aide auditive… Humanis prend soin de vous quand vous en avez besoin. Pour les petits soucis comme pour les plus gros, de nombreux services sont inclus dans vos contrats santé et prévoyance. Leurs objectifs : simplifier votre quotidien et celui de vos proches. Focus.

Zoom sur votre régime santé

En santé, la loi prévoit que **toutes les entreprises doivent mettre en place une complémentaire santé collective au profit de leurs salariés**. Dans cette optique, branche professionnelle et partenaires sociaux négocient des accords frais de santé pour répondre aux besoins des salariés et accompagner les entreprises dans leur choix. Les 3 niveaux de couverture proposés par Humanis permettent à chacun de disposer de garanties et de prestations améliorées.

Et côté prévoyance ?

Élément majeur de la protection sociale complémentaire, la prévoyance collective est un véritable enjeu pour votre entreprise. Elle vous permet de respecter vos obligations règlementaires et garantit à vos salariés une protection sociale complète en toute sérénité ! Définie par les partenaires sociaux de votre branche professionnelle, la prévoyance collective **accompagne vos salariés à faire face aux risques de la vie** (accident de travail, incapacité, invalidité) et protège leurs proches en cas de décès. Les garanties prévoyance Humanis aident financièrement vos collaborateurs dans la vie de tous les jours.

Humanis
Protéger c'est s'engager

Choisir l'assureur sélectionné par la branche c'est :

• **Plus économique** : les frais de commercialisation et de gestion de l'assureur sont définis pour l'ensemble des entreprises et salariés et pas seulement pour les grandes entreprises ou les grosses PME. Les garanties et niveau de prestation ont été négociés au plus juste avec des taux de cotisations privilégiés.
• **Plus facile** : les démarches d'adhésion sont simplifiées avec un kit d'adhésion « clé en main ».
• **Conforme à la législation** : l'employeur a la certitude de rester en conformité et de respecter ses obligations.
• **Plus juste** : le régime de branche permet une égalité de traitement entre les entreprises et les salariés d'une même profession avec des garanties, sans condition d'ancienneté ou d'âge, qui évoluent selon les besoins pour répondre aux exigences des entreprises et des salariés.
• **Solidaire** : les entreprises en difficulté pour payer leurs cotisations ne voient pas la couverture de leurs salariés suspendue puis résiliée.

Choisir Humanis, c'est aussi bénéficier d'un ensemble de services performants et d'actions mis en place avec votre branche professionnelle.
Par exemple : Une campagne de prévention sur les troubles musculo-squelettiques (TMS) spécialement conçue pour les entreprises et les salariés de la chaussure, dans le cadre de leur contrat prévoyance, sera bientôt diffusée au sein des entreprises. Cette campagne élaborée avec le concours de votre branche a pour but, à travers des supports ludiques et accessibles, de guider les chefs d'entreprise dans une démarche de prévention contre les risques TMS et d'encourager les salariés à adopter les bonnes postures avec des astuces simples et efficaces à mettre en place pour protéger leur capital santé.

Pour aller plus loin

Vous souhaitez des informations sur votre régime santé et/ou prévoyance ? N'hésitez pas à contacter un conseiller pour vous accompagner dans vos démarches au :
• 0800 05 23 60 (service et appel gratuit)
Accueil téléphonique du lundi au vendredi, de 9h à 18h.

Ou rendez-vous sur notre site Internet dédié :
• **accord-de-branche.humanis.com**
Rubrique : Détaillants en chaussures

Nécrologie

Pierre DELMAS, le chausseur mendois bien connu, nous a quittés fin septembre. Son magasin venait de fêter ses 120 ans. Il l'avait tenu lui-même près de 50 ans avant de le transmettre à son fils Christophe, actuel trésorier de la FDCF. Pierre DELMAS avait été pendant plusieurs décennies un membre très actif et estimé du conseil fédéral de la FDCF, faisant partager son bon sens lozérien. Le président et les membres de la fédération présentent à sa famille leurs plus sincères condoléances.

FDCF
Tél. : 01 42 06 79 30 / 01 42 06 79 40 - Fax : 01 42 06 52 09 Du lundi au vendredi de 9h à 17h
fdcf@chaussure.org www.chaussure.org 46, boulevard de Magenta 75 010 Paris.
Conception graphique : © Nicolas Petit - 05 53 62 55 15 / Imprimeur : Imprimerie Solidaire