FÉDÉRATION DÉTAILLANTS CHAUSSURES DE FRANCE
FDCF

LE JOURNAL DU DÉTAILLANT

Revue de la Fédération des Détaillants en Chaussures de France

Mars 2019 - numéro 35

Édito

/CE N'EST QU'UN AU REVOIR !

Le Président Philippe Daquai

Chers amis chausseurs,
Aujourd'hui, ce billet est un au revoir que je vous fais à tous en tant que président de la Fédération. Ces six années derrière Jean-Pierre Fabre ont été une expérience extraordinaire au milieu d'une équipe de chausseurs passionnés et rajeunis puisqu'une dizaine de nouveaux élus ont accepté de conduire cette vénérable dame qui fête, cette année, ses 100 ans !
100 ans à accompagner les chausseurs dans leur difficile métier !
100 ans à représenter et défendre la profession auprès des nombreux gouvernements et ministres ou secrétaires d'État au Commerce… et devoir tout reprendre à zéro à chaque renouvellement ministériel !
100 ans à organiser la formation des salariés de la branche !

***

Nous avons profité de cet anniversaire pour adresser aux élus, nationaux et régionaux, un Livre Blanc avec 10 propositions de bon sens pour soutenir et pérenniser notre profession. Elles font parler de notre profession pendant quelque temps, et c'est une bonne chose.
Pendant ces six années, j'ai rencontré de nombreux détaillants et reçu beaucoup d'encouragements (merci encore pour ce soutien).
Je ne ferai pas ici le bilan de ces années mais je peux vous certifier que les choix que vos élus ont fait pendant ma présidence se sont toujours révélés judicieux. Il est temps de laisser la place à une plus jeune présidente, dynamique, qui a eu le temps de prendre la mesure de sa mission et qui saura conduire à leur terme les nombreux dossiers en cours.
Avec d'autres, et je pense en particulier à Jean-François Bessec, je reste auprès d'elle pour lui apporter notre expérience lorsque cela sera nécessaire.

Philippe Daquai passe le témoin de la présidence de la FDCF à Sandrine Lacotte Garcin, ici réunis à la Tour Eiffel lors de la célébration du centenaire le 20 février.

Sommaire

2 Le livre blanc de la FDCF
3 Les chiffres clés de la profession
4 Les 10 propositions
8 Une conférence de presse pour présenter le livre blanc
10 La soirée à la Tour Eiffel en images
12 L'Assemblée Générale à Chantilly (60)

/JE ME NOMME SANDRINE LACOTTE GARCIN

La nouvelle présidente de la FDCF se présente.

Je suis issue d'arrière-grands-parents gantiers et de grands-parents chausseurs.
J'ai commencé très petite à vendre sur le marché forain avec mon père qui, lui, a commencé à investir dans deux camions aménagés avec des chaussures en exposition. Plus tard, il allait ouvrir plusieurs boutiques à Royan (Charente-Maritime). J'ai donc bercé dans le milieu des grands fabricants, ceux de l'ancien temps, les Bally, Stephane Kélian, Charles Jourdan… Je gère aujourd'hui trois boutiques en Provence, ainsi qu'un site en ligne marchand depuis 1998.
Il y a plus d'un an et demi, j'ai été élue membre du Conseil fédéral et ensuite j'ai très rapidement pris goût à la fonction et me suis impliquée auprès de Jean-François Bessec afin d'être formée au paritarisme, le cœur de la fonction fédérale.

Je remercie les membres du Conseil fédéral de m'avoir adoptée et cru en moi jusqu'à m'élire Présidente. Je vais travailler avec une équipe formée de personnes de grande valeur et en particulier avec Philippe Daquai, toujours à mes côtés.
Aujourd'hui, je compte sur l'appui de tous pour mieux vous défendre, pour conserver vos valeurs, votre expérience client, et donner un souffle d'air à votre trésorerie.
Attention, le commerce de demain ne sera plus celui que vous avez connu ! Je sais que cela sera dur à accepter.
Nous sommes en pleine mutation, personne n'a encore la clé du commerce du futur mais nous allons la trouver ensemble, et non chacun de son côté. Car il est hors de question que nos centres-villes deviennent des villes fantôme !

LE LIVRE BLANC DE LA FDCF

10 propositions urgentes pour assurer la pérennité des détaillants en chaussures

Il y a un peu plus d'un an, fin 2017, nous avons constaté que la Fédération des détaillants en chaussure de France allait bientôt fêter ses 100 ans. En plus, il semble que la chaussure est le premier secteur de la distribution non alimentaire à avoir éprouvé le besoin de se regrouper à travers un syndicat professionnel national en 1917.
Rapidement, nous avons été convaincus qu'il fallait mettre à profit ce moment particulier pour interpeller les politiques et faire mieux connaitre notre profession, nos atouts, mais surtout les difficultés auxquels un certain nombre d'entre nous sont confrontées, à cause de contraintes inhérentes à la profession mais que les récentes lois sur le commerce ont encore compliqué.
Nous avons commencé par faire un bilan, aidé en cela par les rapports de branche annuels qui donnent une vue partielle (ils n'étudient que les entreprises employant des salariés) mais sur lesquels nous pouvions nous appuyer. En effet, d'année en année, les résultats montraient des constantes et des évolutions cohérentes. Ensuite, notre travail a été prospectif afin d'analyser les freins qui perturbaient la vie des entreprises, les créations et également les fins de carrière des dirigeants.
Rapidement, il est apparu que la réussite d'une telle opération nécessitait de s'appuyer sur des professionnels pour obtenir un résultat probant. C'est pourquoi nous avons contacté l'attachée de presse du Conseil National du Cuir, qui a l'avantage de bien connaître notre filière. Ce petit cabinet nous a guidé tout au long de la préparation du Livre Blanc de la Chaussure, en nous obligeant a aller à l'essentiel, à définir trois types de contraintes, et proposer 10 mesures de bon sens, assez facile à mettre en œuvre, reposant sur des initiatives mises en place à l'étranger ou utilisées dans d'autres secteurs d'économie, voir, participant à la vie de la cité. Nous aurions pu en mettre d'autres mais elles auraient certainement brouillé le message. Surtout, si nous demandons parfois des allègements fiscaux, nous ne demandions pas de financements comme le font souvent ce genre d'ouvrage.
Le but de ce Livre Blanc était de l'adresser aux membres du gouvernement puis aux élus de l'Assemblée Nationale et du Senat participant aux commissions commerce. Parallèlement, une série de rendez-vous avec la presse radio et écrite fut organisée pour donner un maximum d'audience à l'évènement.
Enfin, pour pouvoir diffuser ce Livre Blanc avec un maximum d'efficacité, il nous a été conseillé d'organiser une soirée d'anniversaire dans un lieu particulier capable de susciter la curiosité. Grace aux relations de notre Secrétaire General, Jean-Pierre Gonet, nous avons eu l'opportunité, il y a un an, de pouvoir louer une salle au premier étage de la Tour Effel. L'opération devenait ambitieuse et pour la boucler financièrement, nous avons fait appel aux aides de fabricants français, d'institutionnels et d'associations proches de nous. Nous les remercions de nous avoir soutenu dans cette démarche originale et exceptionnelle.
Les invitations pour tous les partenaires de la Fédération, quelques députés proches de nous, des membres des cabinets ministériels, les présidents des Fédérations professionnelles avec lesquelles nous travaillons et les journalistes pouvaient alors être envoyées. La plupart nous ont répondu positivement. Ils sont repartis avec notre publication. Celles-ci circulent déjà dans certaines commissions.

Dans les pages suivantes, vous pourrez découvrir nos propositions pour la profession. Nous n'imaginions pas il y a un an que les évènements de la fin de l'année allaient rendre ce travail particulièrement d'actualité.
La presse a rebondi et commenté notre Livre Blanc. RTL, en premier, a fait ses matinales du 20 février sur nos propositions. Beaucoup de journaux ont rapidement publié sur leurs sites internet. Nous attendons maintenant que le gouvernement prenne en compte ces propositions. C'est un travail de fond et de longue alène qu'il nous reste à mener.
Enfin, cette soirée nous adonné la possibilité de présenter à tous nos partenaires la nouvelle présidente de la Fédération qui a pu ainsi rencontrer, s'entretenir et se faire connaître de tous. Elle a également montré à tous une image forte et volontaire de tout le Conseil Fédéral autour de son bureau.
Il appartient maintenant à chacun de participer à son niveau à la diffusion de cet ouvrage, disponible auprès de notre secrétariat ou sur votre stand lors du prochain Crecendo. N'hésitez pas à l'adresser à votre député, votre sénateur… En route maintenant pour un second centenaire encore plus présent près de vous.

Philippe Daquai , Président d'honneur

Détaillants en chaussures de France

LES CHIFFRES CLÉS

Les entreprises

■ Plus de 4 000 entreprises (dont 16 % d'indépendants, sans autre salarié que le dirigeant) représentent plus de 5 350 magasins et 14 500 personnes.

■ En 2017, la profession a réalisé 1 824 embauches, soit une progression du taux de recrutement de 4 % par rapport à 2016.

Un magasin de chaussures à Royan parmi les 5 350 que compte le parc des indépendants.

Le portrait type de l'entreprise de chaussures

■ Une TPE avec un ou deux magasins qui emploient en moyenne entre 3 à 4 salariés avec un chiffre d'affaires moyen de 588 000 euros. Les 2/3 du chiffre d'affaires des généralistes concernent la vente de chaussures pour femmes.

Le site web marchand de Georges et Karine Berra, détaillants en Haute-Savoie essentiellement.

■ 87,3 % des magasins sont en centre-ville. La surface moyenne d'un magasin est de 107 m².

■ Investissement : en 2017, 27,5 millions d'euros investis. Ces sommes concernent principalement l'agencement des magasins et l'informatique.

■ Ventes en ligne et site Internet : 4 entreprises sur 10 ont un site Internet et 1 site sur 3 permet la vente en ligne.

■ Fournisseurs : les détaillants français sont le premier client des entreprises de fabrication de chaussures en France, bien avant les succursalistes, les pures players d'Internet, les habilleurs et les marchands d'articles de sport.

■ Les sources d'approvisionnement se situent principalement dans les pays du sud de l'Europe qui ont une grande réputation de qualité et de créativité : outre la France, l'Italie, l'Espagne et le Portugal. L'Allemagne est réputée soit pour la distribution d'articles au chaussant généreux et confortable, soit pour des produits robustes et assez bon marché fabriqués dans l'ancienne Allemagne de l'Est.

Les salariés

■ 8 salariés sur 10 sont des femmes, un peu plus d'un quart a entre 35 et 44 ans. 42,4 % ont un niveau V (CAP/BEP) dans le domaine commercial, acquis par la formation initiale ou professionnelle.

■ 78 % sont à temps plein, 86 % en CDI. Le salaire net mensuel est de 1 650 euros.

■ 16 % bénéficient de la formation professionnelle.

À l'heure où nous mettions sous presse, les mouvements sociaux dits « gilets jaunes » portent un coup très rude à nos activités sans que nous puissions les chiffrer à ce jour. Les conséquences inévitables seront la fermeture d'un certain nombre de nos commerces et ce, malgré le courage des exploitants qui puisent dans leur trésorerie personnelle afin de passer ce cap et maintenir l'activité de leur commerce

Source : Rapport de Branche des détaillants en chaussures - 2017

LES 10 PROPOSITIONS

Pour un commerce de détail dynamique et productif, la Fédération des Détaillants en Chaussures de France présente au Premier Ministre 10 propositions pour relever 3 enjeux : garantir une égalité de concurrence notamment en matière fiscale entre tous les acteurs du commerce, revitaliser l'activité des détaillants de chaussures dans les cœurs de ville sur l'ensemble du territoire et faciliter la création, la reprise et la transmission de nos entreprises de détaillants en chaussures.

PROPOSITION 1 Asseoir la taxe foncière uniquement sur la surface de vente du magasin et non sur l'ensemble de l'espace consacré à la vente et au stock
PROPOSITION 2 Créer des zones franches au cœur de certaines villes et bourgs
PROPOSITION 3 Attirer l'investissement vers les locaux commerciaux de petite taille
PROPOSITION 4 Soutenir l'investissement numérique
PROPOSITION 5 Rééquilibrer la TVA entre le commerce physique et le commerce en ligne
PROPOSITION 6 Maintenir et privilégier les soldes, revenir à la réglementation sur le prix de référence
PROPOSITION 7 Institutionnaliser une semaine du commerce des centres-villes et centres-bourgs
PROPOSITION 8 Impliquer étroitement les commerçants des centres-villes dans les décisions des commissions concernant l'urbanisme commercial et créer une cartographie annuelle exhaustive du commerce en France
PROPOSITION 9 Financer le stock de chaussures lors des 3 premières années d'exercice
PROPOSITION 10 Favoriser des sources de financement complémentaires et créer un amortissement fiscal

La fiscalité au cœur de l'enjeu concurrentiel

PROPOSITION 1

Asseoir la taxe foncière uniquement sur la surface de vente du magasin et non sur l'ensemble de l'espace consacré à la vente et au stock

Les détaillants en chaussures ont besoin d'importants espaces de stockage. Une paire de chaussures reste en moyenne six mois en magasin et le commerçant doit disposer, pour un même modèle, d'une offre diversifiée pour répondre aux attentes très personnalisées des clients. Cette situation pénalise fortement le chausseur par rapport à ses concurrents de la grande distribution ou du commerce en ligne.
La FDCF demande donc que ce handicap soit levé par une nouvelle assise de la taxe foncière qui ne prenne en compte que la surface de vente du magasin.

PROPOSITION 2

Créer des zones franches au cœur de certaines villes et bourgs

Cette proposition s'inscrit dans le cadre de la réorientation de la politique de la ville en faveur des centres-villes portée par le plan « Action cœur de ville » présenté en décembre 2017 par le ministre de la Cohésion des Territoires. Ce plan prévoit la mise en place d'opérations de revitalisation de territoires (ORT) qui doivent bénéficier à 222 villes sur cinq ans.
La FDCF propose donc de compléter ce projet qui ne concerne qu'un nombre ciblé de centres-villes et de villes moyennes, en offrant la possibilité aux collectivités territoriales de mettre en œuvre des zones franches situées au cœur des villes et des bourgs afin de compléter sur une large échelle l'action des ORT. Dans ces périmètres, les commerces existants ou créés pourraient bénéficier d'allégements fiscaux (IS, TF...) et d'allègements de charges sociales.
De la même manière que le gouvernement a mis en place en 1996 des zones franches urbaines (ZFU), devenues des « zones franches urbaines - territoire entrepreneur (ZFU - TE) », ce même principe doit être mis en œuvre pour les commerçants détaillants en chaussures, de centre-ville particulièrement, afin de recréer un véritable tissu commercial, source de création d'emplois et de lien social dans les petites villes en déclin.

PROPOSITION 3

Attirer l'investissement vers les locaux commerciaux de petite taille

En raison de la désertification et de très nombreuses vacances de petites boutiques de centre-ville, créer pour les locaux commerciaux de centre-ville un dispositif similaire à celui de la loi Pinel pour les locaux d'habitation. Cette mesure conduirait à disposer de locaux commerciaux avec des loyers inférieurs à ceux du marché.
Des exonérations d'impôts seraient accordées aux propriétaires qui investiraient en faveur de la construction de locaux commerciaux ou de la rénovation de locaux commerciaux existants, en contrepartie d'un engagement de location à prix modéré.
Cette mesure bénéficierait à de nombreux commerces de la chaussure qui dégagent des marges modestes.

PROPOSITION 4

Soutenir l'investissement numérique

Pour résister à la concurrence de l'e-commerce, les détaillants en chaussures n'ont d'autre choix que de digitaliser à leur tour leur activité.
D'une part, leurs magasins doivent être connectés pour établir un Click & Collect et le BtoB avec leurs fournisseurs et, d'autre part, les nouveaux modes de consommation obligent les commerçants à être visibles sur la toile pour attirer les clients dans leurs points de vente.
Toutefois, pour beaucoup d'indépendants, il est difficile de franchir ce pas, technique et onéreux.
Des aides financières (subventions, crédit d'impôt…) représenteraient un soutien pour la digitalisation du commerce de proximité.

98 % des personnes interrogées plébiscitent le commerce physique
(étude cabinet Wavecom, mars 2018)
Les études d'opinion montrent que si les consommateurs apprécient Internet d'abord pour le prix (78 %) et la variété du choix (59 %), 72 % d'entre eux déplorent l'impossibilité d'essayer un produit ou un service. Ils sont donc 98 % à plébisciter le commerce physique. Les magasins traditionnels, malgré la percée d'Internet, confirment ainsi largement leur avantage en termes de relations clients. En effet, en février 2013, un sondage Ipsos montrait que la palme de la confiance (81 %), de la convivialité (72 %) et du service (82 %) revenait massivement au commerce de proximité. Six ans plus tard, le consommateur affiche toujours la même valorisation des atouts du magasin, « près de chez vous ». Ce besoin de proximité est même largement exprimé par les utilisateurs réguliers du net qui le consultent pour découvrir les magasins de leur zone d'habitation. Il est donc urgent de répondre à cette demande de lien social et de contact humain en aidant les détaillants à répondre aux attentes de leurs clients : les personnes interrogées estiment à 91 % que les magasins traditionnels se doivent d'avoir un site Internet… L'avenir de notre métier de détaillant peut être prometteur si chacun des acteurs, privés ou publics, mise sur la force de nos savoir-faire.

PROPOSITION 5

Rééquilibrer la TVA entre le commerce physique et le commerce en ligne

La question fiscale la plus sensible pour notre profession est celle de la TVA, dans un environnement où l'outil Internet permet à l'e-commerce de réaliser facilement des transactions avec des clients situés dans le monde entier, en échappant largement aux contraintes traditionnelles de la fiscalité. Or, la situation actuelle appelle des mesures urgentes, puisqu'en matière de TVA la fraude est un phénomène massif. Elle est principalement due au fait de sites hébergés à l'étranger (les Gafa) mais aussi à une multitude de petits vendeurs au statut plus ou moins bien défini, les francs tireurs du web !
Cet enjeu est un chantier fondamental qui nécessite la mobilisation d'une véritable volonté politique, tant au niveau national qu'au niveau européen. Plusieurs pistes ont déjà été explorées et nous militons pour un système de retenue à la source, jugé mieux adapté aux particularités de l'économie numérique. Dans cette configuration, lorsque l'acheteur paie en ligne, sa banque prélève alors automatiquement 20 % du montant, soit le taux normal de TVA et le reverse sur un compte du Trésor.

A ce propos, la FDCF tient à rappeler que la Cour Suprême des Etats-Unis a, récemment, estimé que les États américains pourront désormais taxer les entreprises de e-commerce sur leurs ventes, quand bien même elles ne disposeraient pas de présence physique sur le territoire concerné.

La FDCF insiste sur l'urgence de ces mesures d'équité fiscale. Les détaillants en chaussures soutiennent toutes les mesures en débat qui visent à atteindre cet objectif. Nous pensons notamment à l'article 27 de la proposition de loi du Sénat « Pacte national de revitalisation des centres-villes et centres-bourgs » qui propose d'instaurer une taxe entre 1 à 2 % du prix de chaque bien commandé sur Internet, en fonction de la distance. Le gouvernement français a suivi cette idée pour le territoire national, en dépit de l'absence d'un accord européen pour l'ensemble de l'UE. En effet, la plupart des pays du nord et l'Irlande s'opposent à cette mesure, soit par crainte de représailles américaines, comme l'Allemagne, ou pour des raisons fiscales, comme l'Irlande qui pratique un dumping fiscal pour attirer les sièges sociaux européens des multinationales.

Les plateformes du web ne sont pas écologiquement satisfaisantes
Les prosélytes du virtuel mettent en avant l'avantage écologique de l'e-commerce, sachant qu'il réduirait largement l'empreinte carbone en diminuant les déplacements clients. Toutefois, cette idée a rapidement été battue en brèche. Une étude du MIT en 2013, après avoir décomposé les postes d'émission carbone en fonction du mode d'achat, concluait que si le trajet motorisé de l'acheteur physique faisait exploser son score carbone, la pondération de tous les paramètres changeait le bilan final. Les acheteurs en ligne sont responsables d'émissions importantes liées à la quantité de suremballage nécessaire à l'expédition. À cela s'ajoute le nombre de retours nettement plus élevé dans l'e-commerce que dans le commerce physique, ce qui accroît d'autant les trajets et donc les émissions. Plus le nombre d'articles achetés augmente, plus le commerce physique rééquilibre son bilan carbone face à l'e-commerce. Selon le site américain the Kernel *(avril 2017), les experts ont estimé que globalement l'e-commerce et le commerce physique s'équivalent en termes de bilan écologique. L'argument du mieux disant environnemental n'a pas lieu d'être, d'autant que, plus largement, les géants de l'Internet accroissent considérablement les échanges internationaux et leur forte empreinte carbone.*
*Par ailleurs, le gaspillage à grande échelle provoqué par la destruction des invendus d'*Amazon *est aujourd'hui pointé du doigt. On parle de 3 millions de produits neufs détruits en France chaque année !*

Redynamiser l'activité des détaillants en chaussures pour revitaliser le cœur des villes

PROPOSITION 6

Maintenir et privilégier les soldes, revenir à la réglementation sur le prix de référence

Les soldes nationaux gardent toujours leur séduction auprès des consommateurs. Mais depuis quelques années, les soldes sont « brouillés » et désorganisés par des promotions quasi permanentes – les French Days, les Black Friday, les ventes privées, les Happy Hours, les prix anniversaire. Ces opérations commerciales avant soldes ne sont en fait que des soldes déguisés avant la date. Il s'agit de promotions sur des collections de l'année et non des soldes, ce qui bouleverse la

notion de vrai prix auprès du consommateur. Pour celui-ci, tout est vendu trop cher, la notion de juste prix n'existe plus. Il traque donc au quotidien des remises plus ou moins illusoires. À cela s'ajoute l'effet pervers de ces promotions continues sur les marges des détaillants. Certains parlent même de supprimer les soldes ! La FDCF souhaite fermement maintenir les soldes dans le respect des saisonnalités, seule période où le commercant peut vendre à perte.
Pour redonner aux soldes toute leur attractivité, nous proposons également de limiter, par exemple, à 20 % les rabais des prix liés aux promotions.
Il est également nécessaire de revenir à la notion de prix de référence, qui a perdu toute sa valeur depuis l'arrêté du 11 mars 2015 au profit de prix de circonstance appliqués à de la marchandise dont le seul but est d'être soldée. Le vrai prix de référence garantissait aux consommateurs transparence et crédibilité. En effet, le prix barré doit correspondre à un prix couramment utilisé pendant la saison dans le point de vente et non pas sur Internet ou dans un autre magasin de la marque du distributeur.
Cette pratique est suivie par les adhérents de la FDCF.

En 2002, les chercheurs Marc Vanhuele et Xavier Drèze ont observé que seulement 13 % des sondés pouvaient trouver le bon prix d'un produit et que la moitié était capable de dire si un prix était faible ou élevé par rapport à un niveau de référence. Ainsi, étant donné que les consommateurs se souviennent rarement des promotions, ces dernières ne changent pas le prix de référence qu'ils ont pour une marque ou un produit. (source Emarketing)

Soldes 2017, un bilan décevant
(Rapport du Crocis - Centre Régional d'Observation du Commerce de l'Industrie et des Services - Chambre de commerce et d'industrie de la région Paris Ile-de-France)
Selon un sondage réalisé pour LSA, au total, 75,2 % des Français ont répondu à l'appel des soldes de l'hiver 2017, ce qui représente 38,3 millions d'acheteurs. Pour autant, ces chiffres traduisent une fréquentation en baisse de 4,4 points par rapport à 2016. Le panier moyen atteint 197,43 euros, soit un recul des ventes de 6,8 %. Au final, le bilan s'est avéré décevant pour les professionnels comme l'était celui de 2016 malgré les démarques importantes.

PROPOSITION 7

Institutionnaliser une semaine du commerce des centres-villes et centres-bourgs

Nos magasins, avec plus de cinquante ans d'existence voire davantage, sont de véritables institutions des centres-villes. À ce titre, il est indispensable de pérenniser leur existence en les intégrant dans la protection du patrimoine commercial – au même titre que les monuments historiques – avec le soutien des municipalités et de l'État.
Les études montrent bien l'attrait des commerçants pour les périodes de promotion, construites sur une vraie approche communicationnelle. Pour valoriser l'activité des détaillants, la FDCF propose que soit créé un moment particulier pour le commerce de proximité, type « fête du commerce de centre- ville », à l'instar de la « fête de la musique » dont le succès se confirme d'année en année. Il s'agira d'institutionnaliser une semaine du commerce des centres-villes et des centres-bourgs qui aurait lieu tous les ans au début du printemps. Cet évènement bénéficierait de l'engagement de la commune pour en faire un moment privilégié d'animation et de lien social dans les centres-villes, quelle qu'en soit la taille. Traditionnellement, les villes comme les villages ont toujours vécu au rythme des moments forts de la vie du commerce. Cette sociabilité, source de bien-être et de création de richesse, doit redevenir un atout essentiel du commerce physique face à la progression du commerce virtuel. Il doit aussi permettre de redécouvrir la valeur ajoutée des commerces de détail en matière de qualité et de conseil et de retrouver l'agrément de l'art de vivre des cœurs de villes qui contraste avec le caractère industriel et impersonnel des zones périphériques.

PROPOSITION 8

Impliquer étroitement les commercants des centres-villes dans les décisions des commissions concernant l'urbanisme commercial et créer une cartographie annuelle exhaustive du commerce en France

Dans le prolongement du plan Action Cœur de ville mis en place par le gouvernement pour la revitalisation des centres-villes, il est impératif de redonner au commerce de détail une place au sein des instances locales et nationales qui régissent l'aménagement commercial. La FDCF demande à ce qu'un représentant du commerce de détail siège au sein de l'ensemble des Commissions Départementales d'Aménagement Commercial (CDAC) et participe à leurs décisions.
Elle dénonce un certain nombre de dérives qui ont cours aujourd'hui :
■ L'absence de publicité sur les dépôts de dossiers relatifs aux nouveaux projets d'urbanisme commercial. Ceux-ci sont désormais dévoilés à la dernière minute, comme en témoigne le cas du projet d'implantation d'un village de marques dans la région tourangelle. De plus, aucune information n'est donnée sur les dates de réunions des CDAC.
■ La composition trop politique des CDAC. À la faveur de la loi Elan, les CCI vont y siéger à nouveau, mais elles n'auront qu'un rôle consultatif et n'apporteront pas forcément la vision du commerce de détail dont les contraintes sont très spécifiques.
■ La disparition des études d'impact relatives aux dégâts causés par l'implantation de nouveaux projets commerciaux d'envergure sur les territoires. La loi Elan prévoit qu'une étude puisse être faite par un cabinet homologué par le préfet, mais cela n'évite pas certains écueils. Le cas de l'étude sur le projet du village de marques de Coutras (33) en témoigne. Cette étude a en effet été réalisée par un cabinet ayant lui-même un intérêt dans ce domaine.
■ À cela s'ajoute une nouvelle disposition de la loi Elan qui pénalise l'équilibre du débat car désormais seules les associations de commerçants ayant plus d'un an d'existence peuvent être à même d'exercer un recours.

Autant de dysfonctionnements, qui sont facteurs de distorsion de concurrence, créent un déséquilibre grandissant à la défaveur des commerces de détail et vont à l'encontre de la volonté affichée de revitaliser les centres-villes.
Dans ce contexte, la maîtrise de la création des surfaces commerciales doit devenir une priorité. Il est en effet fondamental aujourd'hui de geler tous les futurs projets d'installation ou d'extension des centres commerciaux de périphérie afin de rééquilibrer périphérie et centre-ville car nous sommes parvenus aujourd'hui à une situation grave, qui menace l'existence des centres-villes, en particulier dans les villes petites et moyennes. De plus en plus d'élus et d'experts de l'aménagement du territoire estiment qu'il faut réformer en profondeur l'urbanisme commercial.
Cette réforme passe aussi par la création d'un outil indispensable : une cartographie annuelle détaillée et précise des commerces en France comportant pour chaque territoire un état des lieux actualisé de tous les paramètres (nombre de magasins, surfaces, typologie des secteurs d'activité, nature des problèmes...).

Faciliter la création, la reprise et la transmission de nos entreprises de détaillants en chaussures

PROPOSITION 9

Financer le stock de chaussures lors des trois premières années d'exercice

Les jeunes créateurs d'entreprise sont confrontés très rapidement aux difficultés de financement de leur stock. En effet, le délai moyen pondéré que met le produit a être vendu est d'environ 6 mois, soit 180 jours. Le paiement des fournisseurs se fait à 55 jours. Le besoin de trésorerie est donc de 125 jours, soit environ 4 mois du CA HT en valeur d'achat, ce qui est trop important pour permettre aux jeunes ne disposant pas de garantie de démarrer dans cette profession.
Les banques considèrent, avec le prêt-à-porter, que nous sommes une profession à risques et ne nous accompagnent pas au début de notre activité.

■ Nous demandons au gouvernement que la BPI – ou autres organismes bancaires – cautionnent des crédits bancaires à des taux favorables pendant les 3 premières années de l'activité du créateur ou du repreneur d'entreprise.

PROPOSITION 10

Favoriser des sources de financement complémentaires et créer un amortissement fiscal

■ Mettre en place un dispositif favorisant la reprise d'une entreprise par un salarié, via un amortissement fiscal de l'investissement pour le salarié et un abattement de la plus-value de cession pour le vendeur. Cela permettra d'assurer la pérennité de la PME et son maintien sur le territoire local.

■ Étaler sur 3 à 5 ans le paiement des droits de mutation dûs par le repreneur d'un commerce.

■ Défiscaliser une partie de l'investissement, en déduction de l'impôt sur le revenu.

Les entreprises françaises, surtout les petites et celles nouvellement créées, manquent de capitaux. C'est une des raisons majeures de leur fragilité. La fiscalité de notre pays est peu propice à l'investissement des particuliers dans les entreprises. Pour encourager la prise de risque, nécessaire à l'engagement dans une entreprise commerciale, nous demandons que ce type d'investissement entraîne une réduction de l'IR équivalente au montant investi.

■ Déduire de la base imposable de l'IR, les pertes que les investisseurs auraient subi durant la phase de lancement de l'entreprise, c'est-à-dire les trois premières années. Cette mesure, appelée « transparence fiscale », a favorisé la création d'entreprises aux États-Unis.

Les jeunes générations y croient et continuent l'histoire familiale

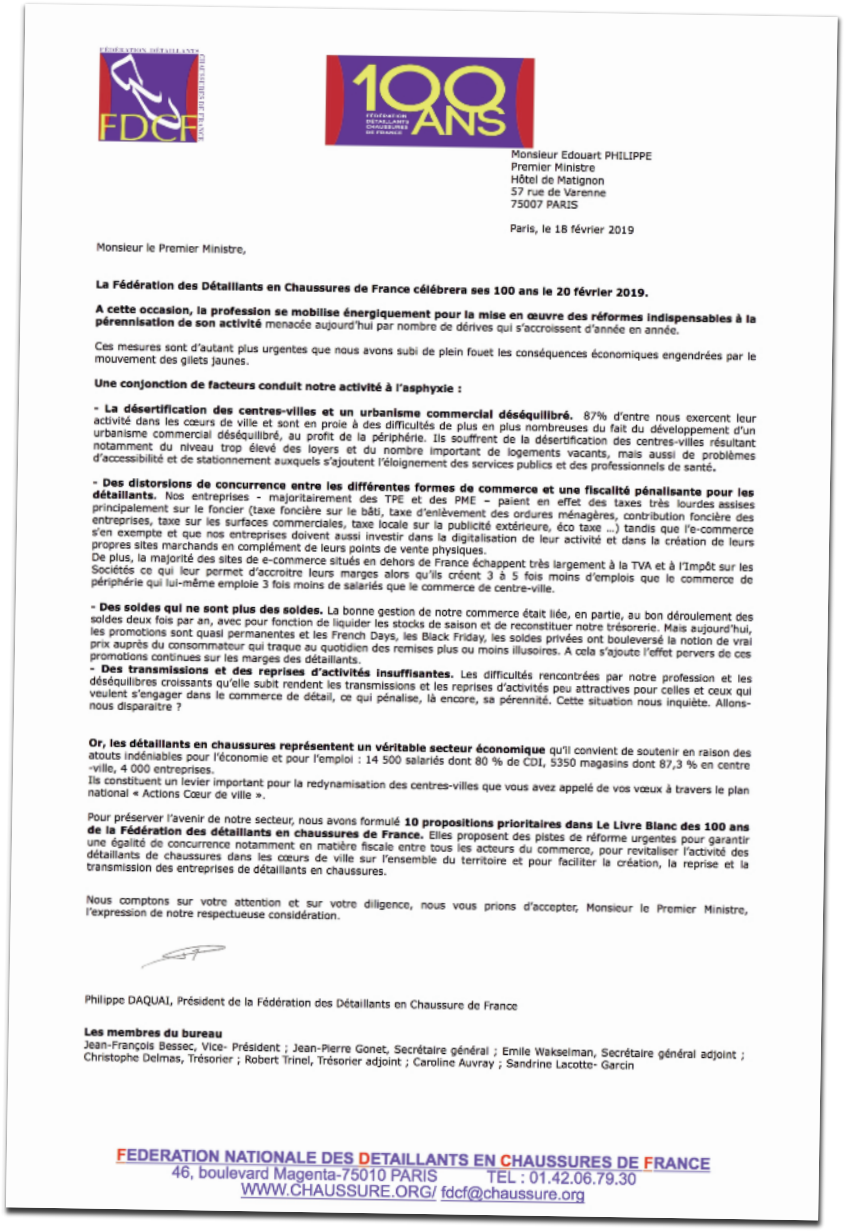
Caroline Auvray reprend le flambeau d'Auvray Chausseur, une dynastie familiale à Louviers

En 2016, Caroline a fait le choix de continuer l'histoire familiale. Âgée de 30 ans, diplômée de l'ESC Rouen, elle a fait ses armes dans la grande distribution mais a préféré reprendre le magasin créé en 1913 par son arrière-grand-père :

« Je suis revenue à mes racines. Dans la grande distribution, j'aurais mieux gagné ma vie mais on perd la notion de l'humain, il n'y a que le rendement qui compte ! Dans mon magasin, je dois savoir tout faire : communication, ventes, Internet, achats, gestion… L'avenir est prometteur à condition d'innover sans cesse mais il reste néanmoins incertain : difficile d'embaucher en raison des charges trop lourdes. Être au cœur de la ville est aujourd'hui un vrai choix, il faut attirer le client, notamment grâce aux réseaux sociaux mais je ne touche plus la même clientèle. Je soutiens l'association des commerçants qui, pour moi, est un lien direct entre la ville et la survie de mon magasin. Quelle satisfaction de retrouver mes clients à chaque saison, je chausse souvent toute une famille, de génération en génération ! »

Mélanie Delacroix et son mari, 3e génération, à la tête du Chauss'pied *au Havre et à Saint-Romain-de-Colbosc*

Au cœur de l'histoire du Chauss'pied, *il y a une passionnée, Michèle Perez, qui a transmis l'amour de son métier à sa fille et à son gendre ! L'histoire débute en 1959 quand les parents de Michèle achètent un magasin de chaussures à Saint-Romain-de-Colbosc en Seine-Maritime. Ils le modernisent, l'agrandissent et Michèle décide de prendre la suite en 1987. Elle renomme le magasin* Chauss'pied, *l'informatise, en achète un deuxième dans une autre commune. L'enseigne devient une véritable institution où tout le monde, petits et grands, hommes et femmes, se presse pour choisir des chaussures de qualité et à la mode. Michèle est même récompensée pour son dynamisme par l'Assemblée des Chambres de Commerce en recevant le Mercure d'Or.*
Elle transmet ainsi le virus à la 3e génération qui décide d'ouvrir un magasin dans les rues piétonnes du Havre. Le jeune couple déborde de projets !



FDCF

100 ANS

Monsieur Edouart PHILIPPE
Premier Ministre
Hôtel de Matignon
57 rue de Varenne
75007 PARIS

Paris, le 18 février 2019

Monsieur le Premier Ministre,

La Fédération des Détaillants en Chaussures de France célébrera ses 100 ans le 20 février 2019.

A cette occasion, la profession se mobilise énergiquement pour la mise en œuvre des réformes indispensables à la pérennisation de son activité menacée aujourd'hui par nombre de dérives qui s'accroissent d'année en année.

Ces mesures sont d'autant plus urgentes que nous avons subi de plein fouet les conséquences économiques engendrées par le mouvement des gilets jaunes.

Une conjonction de facteurs conduit notre activité à l'asphyxie :

- La désertification des centres-villes et un urbanisme commercial déséquilibré. 87% d'entre nous exercent leur activité dans les cœurs de ville et sont en proie à des difficultés de plus en plus nombreuses du fait du développement d'un urbanisme commercial déséquilibré, au profit de la périphérie. Ils souffrent de la désertification des centres-villes résultant notamment du niveau trop élevé des loyers et du nombre important de logements vacants, mais aussi de problèmes d'accessibilité et de stationnement auxquels s'ajoutent l'éloignement des services publics et des professionnels de santé.

- Des distorsions de concurrence entre les différentes formes de commerce et une fiscalité pénalisante pour les détaillants. Nos entreprises - majoritairement des TPE et des PME – paient en effet des taxes très lourdes assises principalement sur le foncier (taxe foncière sur le bâti, taxe d'enlèvement des ordures ménagères, contribution foncière des entreprises, taxe sur les surfaces commerciales, taxe locale sur la publicité extérieure, éco taxe …) tandis que l'e-commerce s'en exempte et que nos entreprises doivent aussi investir dans la digitalisation de leur activité et dans la création de leurs propres sites marchands en complément de leurs points de vente physiques.
De plus, la majorité des sites de e-commerce situés en dehors de France échappent très largement à la TVA et à l'Impôt sur les Sociétés ce qui leur permet d'accroitre leurs marges alors qu'ils créent 3 à 5 fois moins d'emplois que le commerce de périphérie qui lui-même emploie 3 fois moins de salariés que le commerce de centre-ville.

- Des soldes qui ne sont plus des soldes. La bonne gestion de notre commerce était liée, en partie, au bon déroulement des soldes deux fois par an, avec pour fonction de liquider les stocks de saison et de reconstituer notre trésorerie. Mais aujourd'hui, les promotions sont quasi permanentes et les French Days, les Black Friday, les soldes privées ont bouleversé la notion de vrai prix auprès du consommateur qui traque au quotidien des remises plus ou moins illusoires. A cela s'ajoute l'effet pervers de ces promotions continues sur les marges des détaillants.
- Des transmissions et des reprises d'activités insuffisantes. Les difficultés rencontrées par notre profession et les déséquilibres croissants qu'elle subit rendent les transmissions et les reprises d'activités peu attractives pour celles et ceux qui veulent s'engager dans le commerce de détail, ce qui pénalise, là encore, sa pérennité. Cette situation nous inquiète. Allons-nous disparaitre ?

Or, les détaillants en chaussures représentent un véritable secteur économique qu'il convient de soutenir en raison des atouts indéniables pour l'économie et pour l'emploi : 14 500 salariés dont 80 % de CDI, 5350 magasins dont 87,3 % en centre -ville, 4 000 entreprises.
Ils constituent un levier important pour la redynamisation des centres-villes que vous avez appelé de vos vœux à travers le plan national « Actions Cœur de ville ».

Pour préserver l'avenir de notre secteur, nous avons formulé **10 propositions prioritaires dans Le Livre Blanc des 100 ans de la Fédération des détaillants en chaussures de France.** Elles proposent des pistes de réforme urgentes pour garantir une égalité de concurrence notamment en matière fiscale entre tous les acteurs du commerce, pour revitaliser l'activité des détaillants de chaussures dans les cœurs de ville sur l'ensemble du territoire et pour faciliter la création, la reprise et la transmission des entreprises de détaillants en chaussures.

Nous comptons sur votre attention et sur votre diligence, nous vous prions d'accepter, Monsieur le Premier Ministre, l'expression de notre respectueuse considération.

Philippe DAQUAI, Président de la Fédération des Détaillants en Chaussure de France

Les membres du bureau
Jean-François Bessec, Vice- Président ; Jean-Pierre Gonet, Secrétaire général ; Emile Wakselman, Secrétaire général adjoint ; Christophe Delmas, Trésorier ; Robert Trinel, Trésorier adjoint ; Caroline Auvray ; Sandrine Lacotte- Garcin

FEDERATION NATIONALE DES DETAILLANTS EN CHAUSSURES DE FRANCE
46, boulevard Magenta-75010 PARIS TEL : 01.42.06.79.30
WWW.CHAUSSURE.ORG/ fdcf@chaussure.org

UNE CONFÉRENCE DE PRESSE POUR PRÉSENTER LE LIVRE BLANC

Les membres du Bureau de la FDCF réunis à l'occasion de la conférence de presse du 20 février. Son objet était de présenter le Livre Blanc des « 10 propositions » soumises au Premier ministre, lequel a demandé plus de 8 mois de travail, de concertation et débat.
De gauche à droite : Philippe Daquai, président démissionnaire, Jean-François Bessec, Sandrine Lacotte Garcin, nouvelle présidente, Robert Trinel, Jean-Pierre Gonet et Christophe Delmas.

Les journalistes présents à la conférence de presse à l'occasion de la présentation du Livre Blanc de la FDCF.

Le Livre Blanc est téléchargeable sur notre site. Il sera aussi disponible sur notre stand durant le salon Crecendo Paris.

Les retombées de presse :

Actu & Éco

Economie Politique Société International Dossiers spéciaux

"Asphyxiés", les détaillants en chaussures demandent de l'aide au gouvernement

AFP • 20/02/2019 à 15:27

Se disant "asphyxiés" par un environnement économique difficile, les détaillants en chaussures français ont interpellé mercredi le gouvernement, demandant des évolutions fiscales et réglementaires pour "assurer leur pérennité".

La Fédération des détaillants en chaussures (FDCF) regroupe quelque 14.500 salariés et 5.350 magasins, dont 87% dans les centres-villes. Elle affirme dans un communiqué avoir proposé au Premier ministre Edouard Philippe "dix mesures urgentes pour assurer la pérennité du secteur".

"Aux prises avec la désertification des centres-villes", le secteur -majoritairement des TPE et PME- déplore également "une fiscalité pénalisante", avec des taxes assises principalement sur le foncier "tandis que l'e-commerce s'en exempte".

Concernant spécifiquement la TVA sur les ventes réalisées par les sites de commerce en ligne basés en dehors de France, la fédération "suggère qu'un dispositif de retenue à la source soit mis en place. Dans cette configuration, lorsque l'acheteur paie en ligne, sa banque prélève automatiquement 20% du montant et le reverse sur un compte du Trésor", propose-t-elle.

BFM TV

VIDÉOS POLITIQUE POLICE-JUSTICE INTERNATIONAL SOCIÉTÉ ÉCONOMIE TECH AUTO SANTÉ SPORT PEOPLE CHEZ VOUS MÉTÉO

BFMTV · Economie · Entreprises

Soldes, promos: les prix barrés peuvent être trompeurs (et c'est légal)

RTL

ACTU SPORT CULTURE REPLAY

Soldes : les chausseurs écrivent au gouvernement pour en finir avec les faux rabais

INFO RTL - La Fédération des détaillants en chaussures de France vient d'envoyer une lettre à Matignon et à Bercy pour redonner de l'attractivité aux soldes et assurer la pérennité de leur métier.

De nombreux médias, presse écrite, radios nationales, web… se sont largement fait l'écho de la publication du Livre Blanc. Un gros travail reste à accomplir auprès des Parlementaires et Sénateurs qui seront prochainement destinataires du Livre Blanc.
De nombreuses questions nous ont été posées sur les conséquences du mouvement des « gilets jaunes » . On en a que trop parlé et les conséquences sont encore inchiffrables
mais certainement très lourdes pour nos activités. Cela n'a d'ailleurs été que très peu repris par les médias, préférant rendre compte de nos propositions.

malakoff médéric humanis
SANTÉ – PRÉVOYANCE – RETRAITE – ÉPARGNE

ANWR·GARANT
FRANCE

CONSEIL NATIONAL DU CUIR

FEDERATION FRANÇAISE DE LA CHAUSSURE

Paraboot

Arbell
CHAUSSURES

GROUPE ROYER

SAPHIR
MEDAILLE D'OR 1925
PARIS

Organiser une telle opération n'aurait pas été possible sans le concours de nos partenaires. Nous les remercions très chaleureusement.

LA SOIRÉE À LA TOUR EIFFEL
EN IMAGES

Deux jeunes graffeurs, qui œuvrent sur Aix en Provence, nous ont présenté comment une paire de chaussure ou une paire de basket pouvait devenir un moyen d'expression artistique.

100 ans au service de la profession : l'anniversaire de la Fédération des Détaillants en Chaussures de France méritait un lieu à la hauteur de l'évènement ! On ne pouvait rêver mieux que la Tour Eiffel et ses illuminations, laquelle, pour sa part, fête ses 130 ans cette année.
Le Conseil Fédéral avait bien fait les choses. Des invités de marque étaient présents, dont le président du Conseil National du Cuir, Frank Boehly, le président de la Confédération des Commerçants de France (CDF), Francis Palombi, le président du Groupe Royer, Jacques Royer, le président de la FNH, Éric Mertz, la directrice générale de Mephisto, Stéphanie Micaeli, le PDG de NeroGiardini, Enrico Bracalente, le commissaire général de Crecendo Paris, Gilbert Mugnier… ainsi bien sûr que les membres du Conseil fédéral qui donnent beaucoup de leur temps à la fédération.
Cette grande fête a donné l'opportunité à Sandrine Lacotte Garcin, nouvelle présidente de la FDCF, de se présenter et de lancer son mandat.
Un (et même deux) beau et bon gâteau d'anniversaire couronnait la soirée.

La nouvelle présidente entourée de ses prédécesseurs : Jean-Pierre Fabre et Philippe Daquai.

Philippe Daquai et Jacques Royer.

Le conseil Fédéral au quasi complet avait fait le déplacement à leurs frais pour participer au centenaire.

Sandrine Lacotte Garcin au cours de sa première intervention publique en tant que présidente de la FDCF.

Saphir nous ont expliqué leur technique.
Un secret ? Utiliser des produits de qualité !

Mme Micaelli, monsieur Bracalente et Mme Alice Paolini.

De nombreux invités de la profession et de l'interprofession avaient répondu à l'invitation de la FDCF.

Mme Micaelli, Mephisto, M.Lefresne et Sandrine Lacotte Garcin.

Heike Discher et Franck Boehly au pupitre.

Le gâteau anniversaire des 100 ans !

Claude-Éric Paquin, président Chaussure de France.

L'adhésion à la Fédération des Détaillants en Chaussures de France 2019

Les bulletins d'adhésion 2019 sont en cours d'acheminement, la cotisation est au tarif de 155€ pour l'année est vous donne accès aux services suivants :

- protection juridique (litiges économiques, sociaux et juridiques),
- souscription à un tarif préférentiel à un service de Médiation, qui est obligatoire,
- d'être informée en priorité sur votre profession,
- l'accès à des conseils juridiques en matière de droit social et commercial,
- de bénéficier d'un tarif préférentiel à la SACEM (réduction de 20%),
- votre déclaration par nos soins à ECO TLC (loi de 2008 pour le recyclage),
- un abonnement d'un an à la revue trimestrielle, le « Journal du Détaillant »,
- tarif préférentiel aux revues professionnelles.

Assemblée Générale de la Fédération 2019

L'ÉDITION DU CENTENAIRE se déroulera au château de Chantilly le 2/3 juin , réservez cette date . Plus de détails dans notre prochaine édition ainsi que par notre new letter ainsi qu'auprès de notre secrétariat.

Le Livre Blanc est téléchargeable sur notre site.
Il sera aussi disponible sur notre stand durant le salon Crecendo Paris.

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