

Édito

Repenser notre métier

Repenser notre métier, bien sûr... mais qu'en est-il vraiment ? À la croisée des chemins, des décisions fortes s'imposent. L'essor d'Internet n'est pas nouveau mais les différentes fermetures administratives, conséquences de la crise sanitaire, ont boosté la progression des sites marchands. Amazon, les « pure-players » ainsi que la plupart de nos fournisseurs qui exploitent leur propre site de vente en ligne amputent une large part de nos ventes. Pas suffisamment mis en avant, cet autre facteur déstabilisant : la modification des habitudes d'achat des consommateurs. Et la mode, ce véritable moteur des ventes, est-elle toujours en phase avec la société ? D'ailleurs, ce constat est très largement partagé par nos confrères de l'équipement de la personne. Faire durer, réparer, vendre d'occasion pour toujours plus de fonctionnalité, voilà le nouveau mantra de l'économie dite « circulaire ». L'urbanisme commercial prolifère n'a pas arrangé les choses. Conséquence : des centres-villes en déshérence, abandonnés des chalandes comme des pouvoirs locaux. Nos marges rognées par des frais toujours plus importants et des prix de référence hors de contrôle. Malgré tous ces défis, malgré un endettement à la limite du supportable, vous avez affronté les fermetures administratives avec courage. Le devenir de notre profession dans les prochaines années ne suscite pas un grand optimisme. Et pourtant ! Et pourtant je rencontre de jeunes entrepreneurs voulant changer de vie, quittant la banque ou la grande distribution, se lancer dans la belle aventure de chausseur. Je vois aussi des détaillants reprendre un commerce (ou plus) et lui redonner son élan. Ce ne sont pas des cas isolés.

Il existe certaines (et nombreuses) belles affaires mais qui souffrent. Elles ont vu fondre leur CA au cours de cette dernière décennie, ce qui les incite à des remises en cause : formations produit, informatisation, merchandising, réfec-

tion et modernisation de leur(s) point(s) de vente, création d'un site web marchand ou simplement vitrine, adhésion à des groupements d'achats... Certains même revoient fondamentalement leur politique d'achat en y incorporant des modèles « mathématiques » ! C'est osé, mais pour avoir échangé avec eux, c'est diablement efficace.

Votre Fédération est résolument tournée vers l'avenir. Elle veut vous faire partager des retours d'expérience qui constitueront une nouvelle et importante rubrique de votre journal. Elle veut vous aider dans les domaines juridique et administratif, sans oublier l'information sociale. Nous avons participé aux Assises du commerce le 1^{er} décembre et, parmi bien d'autres sujets cruciaux, nous portons deux amendements relatifs aux baux commerciaux. Pour nous suivre, consultez sans modération nos newsletter hebdomadaire, site web, réseaux sociaux Facebook et Instagram. Nous avons besoin de vous tous pour résister.



Sommaire

- 2 Les Assises du Commerce
- 3 Les avantages de l'adhésion à la Fédération
- 4 Chiffres sociaux et économiques de notre profession
Les programmes des actions collectives en 2022
- 5 Se regrouper pour être plus fort
- 6 Ils ont changé de vie : témoignages
- 8 Une offre assurance MACIF point de vente à étudier !

Le Conseil Fédéral a souhaité mettre en avant les actions menées par Jean Papillon pendant les 13 ans de sa présidence entre 1986 et 1999.

Les grands dossiers de cette période concernent la mise en place du paritarisme pour faire évoluer la Convention Collective de la chaussure, la création de l'Association contre les magasins d'usines pour lutter contre les trop



nombreux projets d'ouvertures de sites, la renaissance de la Confédération des Détaillants de France pour co-agir en tant qu'Équipement de la personne avec la maroquinerie et le vêtement afin de pouvoir nous faire mieux entendre des élus et des ministères, en particulier. Des structures qui continuent aujourd'hui d'agir pour

la profession. Ces actions (et bien d'autres) ont permis à la FDCF de passer dans le 21^{ème} siècle avec efficacité et d'accompagner les chausseurs et leurs collaborateurs dans leur évolution. Pour cela, nous avons décidé d'appeler la grande salle de réunion dans laquelle Jean réunissait ses Conseils Fédéraux pour des dossiers passionnants et passionnés : « Salle Jean Papillon ».

Les Assises du Commerce

Garder les commerces de proximité dans nos villes, s'adapter aux nouveaux modes de consommation, définir une politique commerciale pour la France au 21^e siècle, renforcer l'emploi dans le commerce : c'est tout l'objectif des Assises du Commerce.

Les acteurs du commerce* vont devoir plancher, **du 1^{er} au 16 décembre, à travers 4 ateliers de travail**, sur les différentes problématiques qui s'imposent au monde du commerce aujourd'hui. A savoir : la reconquête du commerce dans les territoires, les nouveaux modes de consommation et nouveaux modèles économiques, l'équité commerciale et la compétitivité ainsi que l'emploi et les compétences dans le commerce.

« Aborder tous les sujets »

Pesant plus de 500 milliards d'euros de chiffre d'affaires et représentant plus de 2 millions d'emplois, le commerce de détail est confronté à plusieurs bouleversements majeurs : **la numérisation de la vie économique, l'émergence de concurrents étrangers, tels qu'Amazon, et l'enjeu climatique.**

En termes de calendrier, **les propositions seront remises début janvier 2022, avec une restitution dans le courant du mois de janvier** autour du président de la République. Dans l'optique de définir une véritable **"politique commerce" à l'horizon 2030**, à l'image de ce qui se fait dans l'industrie ou le secteur agricole.

La FDCF va aborder ces Assises avec ses trois représentants, Sandrine Lacotte, Izabel Saqualino, JP Gonet, chacun sur des sujets dans leur domaine de compétences. Notre objectif est de faire des propositions étudiées et concrètes.



Jean-Pierre Gonet président FDCF et Izabel Sequalino du conseil Fédéral.

Seront présents : la grande distribution, les grands magasins, les élus surtout des Maires, les représentants d'organisation des centres-villes, les Fédérations de commerçants avec leurs confédérations, mais aussi des « petits » commerçants pour témoigner.

LES ATELIERS

1 Comment adapter le commerce aux nouveaux modes de consommation ? omnicanalité et essor exponentiel du e-commerce, développement des préoccupations environnementales en amont et en aval de l'acte d'achat, exigence des clients d'une offre plus vaste, disponible à toute heure et en tous lieux.

Le commerce dans les territoires: l'urbanisme commercial est-il adapté ? comment moderniser le tissu commercial sans consommer plus d'espace ?

3 Commerce, concurrence et compétitivité : la fiscalité du commerce, les baux commerciaux, le rapport avec les fournisseurs dans le non-alimentaire, les promotions et les soldes, mutualisation et synergies possible entre commerçants ;

4 Le service dans le commerce : former les commerçants et leurs salariés au commerce de demain, anticiper les transferts d'emplois et les compétences d'avenir.



"Pas d'interdit, tout est sur la table"

Les avantages de l'adhésion à la Fédération des Détaillants en Chaussures de France

Votre cotisation au tarif de 155 € vous donne accès aux services suivants :

PROTECTION JURIDIQUE

Depuis le 1^{er} janvier 2021, vous êtes assurés en Protection Juridique Professionnelle au travers du contrat « Protection Juridique Vie Professionnelle Entreprise » souscrit par votre Fédération auprès de Thémis, filiale du groupe Macif.

Garanties applicables pour des litiges survenus dans le cadre de votre activité professionnelle :

- Garantie « PJ activité professionnelle » pour des litiges vous opposant à un tiers au contrat
- Garantie « Risque fiscal » pour des contestations que vous pourriez être amenés à diligenter suite à la notification d'un redressement fiscal
- Garantie « Dirigeant » pour la défense de vos intérêts en tant que dirigeant ou représentant légal de votre structure en cas de mise en cause pour faute de gestion ou en cas de poursuite pour une infraction non intentionnelle de la législation en vigueur.

Pour répondre aux attentes de notre Fédération, le contrat « Protection Juridique Vie professionnelle Entreprise » intervient en phase amiable et contentieuse et procède à l'exécution ainsi qu'au suivi de l'accord amiable intervenu ou de la décision de justice obtenue.

LA DÉCLARATION DE SINISTRE

· Le délai de déclaration :

En cas de sinistre, l'assuré doit en faire, au plus tôt, la déclaration au souscripteur (FDCF).

L'assuré, avant d'effectuer cette déclaration et d'avoir reçu l'accord express et préalable de l'assureur, ne doit prendre aucune initiative, n'effectuer aucune démarche, ne saisir aucun avocat ou huissier.

Les frais et honoraires correspondant à des consultations ou des actes de procédure engagés antérieurement à la déclaration ne sont pas pris en charge par l'assureur, sauf si l'assuré peut justifier d'une urgence à les avoir engagés.

partenariat pour les commerçants de la branche auprès de **CM2C**. Ce service est **gratuit** pour les adhérents. Pour les non adhérents, le tarif d'inscription est de 40 € HT pour moins de 10 employés et de 120 € HT de 11 à 50 salariés.

SACEM ET SPRE

Conformément au protocole d'accord signé entre la **SACEM** et la **FDCF**, les adhérents de la Fédération bénéficient d'une réduction de 20 % des tarifs en vigueur et d'une réduction de 5 % à partir du troisième salarié pour la **SPRE**. Au paiement de la cotisation, la **FDCF** envoie un justificatif à envoyer à la **SACEM** qui collecte également la **SPRE**.

La **SACEM** veille à rémunérer les droits d'auteurs, les compositeurs et les éditeurs de musique et la **SPRE** quant à elle se destine à payer une indemnité financière aux artistes pour la diffusion de leurs œuvres.

CONSULTATIONS AVOCATS

Consultations gratuites en droit social, réglementation des prix, litiges consommateurs et fournisseurs, baux commerciaux auprès de nos avocats experts.

ÉCOCONTRIBUTION pour le RECYCLAGE

Depuis le 1^{er} janvier 2007, dans le cadre de la Responsabilité élargie du Producteur (cf. article L 541-10-3 du code de l'environnement), les fabricants, distributeurs, importateurs (grossiste ou détaillant) qui mettent en marché en France des Vêtements, Linge de maison et Chaussures ont l'obligation de prendre en charge, par le biais de l'écocontribution, le traitement de fin de vie de ces produits.

Refashion (anciennement Eco TLC) est le seul éco-organisme de la filière des Vêtements, Linge de maison et Chaussures agréé par les pouvoirs publics français.

L'écocontribution est une obligation légale. Pour de plus amples informations sur les metteurs en marché consulter notre site <https://refashion.fr/pro/fr/metteur-en-marche>

Les sociétés ayant un CA supérieur à 750 000 € doivent faire leur déclaration individuellement chez Refashion. Quant aux autres, la **FDCF** fait le nécessaire pour ses adhérents.



MÉDIATEUR DE LA CONSOMMATION

Depuis le 1^{er} janvier 2016, vous devez, en tant que professionnel, donner à tout consommateur de vos produits l'accès à un dispositif de **médiation de la consommation** en vue de la résolution amiable de tout éventuel litige. Cette obligation résulte de l'article L. 612-1 du code de la consommation. La Fédération des Détaillants en Chaussures de France (FDCF) a souscrit un

INFORMATIONS

Espace adhérent, site Internet (le social et la réglementation), possibilité de télécharger les documents qui vous intéressent.

Information sur l'actualité de la profession grâce à nos flashs informations par courriel, FACEBOOK et INSTAGRAM.

Réception du « Journal du détaillant », 3 à 4 exemplaires par an, un bulletin d'information axées sur le domaine social.

ABONNEMENT À L'ESSENTIEL DE LA CHAUSSURE

La fédération de la chaussure offre à ses adhérents l'abonnement d'un

an au journal professionnel *l'Essentiel de la chaussure*, numéro par voie électronique et postal (il est donc important de nous communiquer votre adresse mail).

Si vous êtes déjà abonné à ce journal, votre abonnement sera prolongé à la fin du partenariat entre la **FDCF** et *l'Essentiel de la chaussure*, en fonction du temps restant de votre souscription initiale.

Chiffres sociaux et économiques de notre profession

Un GRAND MERCI pour vos participations au questionnaire qui vous a été envoyé début novembre. Vous avez été plus de 250 à répondre, soit 15 % des entreprises de notre secteur. Pour rappel, le rapport de branche est un document que doit produire notre branche des détaillants de la chaussure chaque année, qui permet d'avoir une photographie de nos emplois, de nos entreprises et de notre activité sur une année. Une partie du rapport de cette année comportera également des questions « spécial Covid-19 », pour mieux connaître les répercussions de la crise sur vos magasins. Ce rapport de branche, qui porte sur les données de l'année 2020, vous sera diffusé en début d'année 2022.

Votre Couverture Santé

Un accord de branche en cours de signature renouvelle la recommandation de MALAKOFF HUMANIS pour le régime de SANTÉ/MUTUELLE dans notre branche pour les 5 ans à venir. Pour ceux qui adhèrent ailleurs, franchissez le pas, REJOIGNEZ la mutuelle de branche :

- Vous ferez bénéficier à vos salariés de TARIFS STABLES et MAÎTRISÉS SUR 5 ANS, ce qui n'est pas garanti lorsque vous faites une souscription individuelle classique.

- De même, alors qu'un assureur classique pourrait résilier votre contrat s'il vient à considérer que vous lui « coûte trop cher » au vu des prestations payées, vous êtes PROTÉGÉS contre ce risque auprès d'un opérateur recommandé par la branche.

- Vous bénéficierez d'un FONDS DÉDIÉ offrant des prestations spécifiques à nos métiers (exemples : campagne de prévention « Les gestes /postures à adopter », la prise en charge des cotisations des apprentis ...)

Pour plus de précisions sur le régime santé de la branche, vous pouvez vous rendre sur le site de la FDCF - <https://www.chaussure.org/> - rubrique « Social ».

Vos départs en formation

Depuis le début de la pandémie, vous êtes beaucoup plus nombreux à envoyer vos salariés en formation, et c'est une bonne nouvelle ! Depuis la réforme de la formation professionnelle, la collecte des fonds n'est plus effectuée par les OPCA (pour notre branche Agefos PME), mais par France Compétences (via à terme l'URSSAF).

Les fonds provenant de la dotation de France Compétences (destinée aux formations demandées par les entreprises de la branche) sont malheureusement de moins en moins importants. Ainsi, en 2021, ces fonds n'ont pas suffi à couvrir toutes vos demandes de financement de formations.

À ces fonds s'ajoutent les « fonds conventionnels » que nos entreprises de plus de 10 salariés versent dans un pot commun destiné à l'ensemble de nos entreprises (de l'ordre de 0,30 % des salaires jusqu'à 19 salariés et 0,60 % au-delà).

Ces fonds ont permis cette année de pouvoir continuer à financer vos formations jusqu'à la fin de l'année. Ils continueront donc à constituer une soupape

de sécurité pour nous permettre de former nos salariés, dans des périodes où la formation prend encore plus son sens.

À noter : nous avons quelques retours d'adhérents nous informant que leur délégation OPCO leur avait dit à tort que la branche ne disposait plus de fonds. Si vous êtes dans ce cas, n'hésitez pas à contacter Nathalie Lecomte, responsable des Affaires sociales de la FDCF (nlecomte@chaussure.org), qui fera remonter l'information pour permettre la prise en charge de vos demandes.

Un CQP pour le mois de décembre 2021

Une session de formation de CQP* Chausseur vendeur expert va s'ouvrir en décembre. Il est encore possible d'y intégrer un de vos salariés.

Contact : Gilles Ascoet ESCENDO CONSEIL :

Tél. : 06 07 35 66 02 - gilles.ascoet@hotmail.com

Formations prises en charge à 100 %** reconduites pour 2022 (« Actions collectives »)

Comme en 2021, vous pourrez en 2022 en tant que détaillants de chaussures faire bénéficier à vos salariés des formations mises en place par la branche, avec 100 %* du coût pédagogique pris en charge sur les thèmes suivants :

- Connaissance du pied et du produit
- Techniques de vente spécial détaillants en chaussures
- Approfondissement pratique de la vente/conseil
- Gestion des réclamations et des situations conflictuelles
- S'initier au numérique
- Animer une équipe de vente de proximité

RENDEZ-VOUS sur <https://aces-formation.com/> pour connaître les prochaines dates et programmes dans votre région

Les aides exceptionnelles à l'embauche d'alternants sont prolongées de six mois

L'aide exceptionnelle à l'embauche d'alternants et la majoration de l'aide unique à l'embauche d'apprentis et contrats de professionnalisation de moins de 30 ans sont prolongées jusqu'au 30 juin 2022.

Ainsi, tout contrat en alternance conclu jusqu'au 30 juin 2022 et visant une certification ne dépassant pas le niveau master ou Bac+5 continuera à ouvrir droit à une aide de 5 000 € maximum si l'alternant a moins de 18 ans et 8 000 € maximum s'il est majeur.

Les apprentis dans la branche

Dans notre branche, le nombre d'apprentis a augmenté de manière importante cette année grâce à ces aides : pour le 1^{er} semestre 2021, nous comptons environ 260 contrats d'apprentissage.

* Certificat de qualification professionnelle.

** Prise en charge à 100 % du coût pédagogique, paiement de frais d'inscription à hauteur de 45€.

Les programmes des actions collectives en 2022

Connaissance du pied et du produit (7h)

Objectif

Perfectionner les connaissances techniques générales des vendeurs.

Contenu

Connaissances du chaussant.

Les différents éléments de la chaussure et les modèles.

Les matériaux, les différents procédés de montage et de fabrication.

Les différents modèles enfants/adultes.

Notions générales de podologie : anatomie, croissance et vieillissement du pied.

Les caractéristiques du pied chez l'enfant, l'homme, la femme, la personne âgée et les modèles de chaussures adaptés.

Spécialisation (optionnel)

Renforcer et spécialiser les connaissances techniques des vendeurs sur des segments particuliers de clientèle (enfant, femme, homme, public spécifique).

Techniques de vente détaillants en chaussures (7h)

Objectif

Améliorer la relation avec le client.

Contenu

Les besoins et attentes des clients hier, aujourd'hui et demain.

Histoire des modes et tendances concernant la chaussure.

Présentation de la spécificité de la vente chez les détaillants.

Techniques d'accueil.

Analyse des besoins des clients.

Argumentaire technique en fonction des besoins et des produits.

Techniques de conclusion de l'entretien de vente.

Mise en situation.

Spécialisation (optionnel) (7h)

Renforcer ses compétences en matière de relation clientèle.

Contenu

Approfondissement des Techniques de vente, Analyse des besoins, Gestion des objections, Conclusion de la vente, Fidélisation clientèle.

Approfondissement pratique de la vente/conseil (7h)

Il s'agit d'un complément facultatif consistant en une formation pratique réalisée à l'issue de la formation théorique en fonction du module concerné :

Mises en situation pratiques (ex : jeu de rôle entre stagiaires) permettant un approfondissement des techniques et des connaissances transmises lors de la formation.

La formation est réalisée en salle de formation ou en magasin mais en dehors des horaires d'ouverture.

Gestion des réclamations et des situations conflictuelles (7h)

Objectifs

Savoir identifier, prévenir et gérer les réclamations et situations conflictuelles avec les clients.

Contenu

Comprendre les raisons du mécontentement pour mieux y répondre, savoir écouter. Accroître la fidélisation client par la bonne gestion des situations difficiles.

S'initier au numérique (14h)

Objectifs

Découvrir les tendances de la vente en ligne et les avantages du numérique. Personnaliser le conseil client à distance ou en physique lors de l'acte d'achat en tenant compte des données à sa disposition (GRC...).

Savoir optimiser le parcours client sur n'importe quel support : mobile, boutique connectée, social selling...

Connaître les outils digitaux pour fluidifier le paiement et optimiser l'expérience client (paiement mobile).

Définir une stratégie commerciale digitale et crosscanale : utiliser de façon transverse les différents canaux de vente (boutique physique, boutique en ligne, réseaux sociaux...).

Savoir construire un site vitrine de manière autonome avec un outil dédié.

Animer une équipe de vente de proximité (16 jours)

Objectifs

Comprendre l'environnement de l'entreprise, ses activités et ses enjeux.

Définir le rôle et les missions du responsable.

Appréhender son propre comportement en tant que responsable.

Comprendre ses collaborateurs quelle que soit leur génération.

Découvrir les nouveaux outils du responsable et leur pilotage.

Se regrouper pour être plus fort :

Quatre Fédérations pour un Collectif National Equipement de la Personne

Lors de l'AG Extraordinaire de la Confédération des commerçants de France le 21 septembre 2021, il a été voté à l'unanimité la création du Collectif national de l'équipement de la personne.



Ce collectif regroupe quatre Fédérations spécialisées dans le secteur de l'équipement de la personne et un groupement coopératif international européen :

- la Fédération Nationale de l'Habillement (FNH)

- la Fédération des Détaillants en Chaussures de France (FDCF)

- la Chambre Nationale des Détaillants en Lingerie (CNDL)

- la Fédération Nationale des Détaillants en Maroquinerie et voyage (FNDMV)

- le groupement international coopératif de chausseurs et maroquins indépendants ANWR-GARANT

En raison de l'existence de problématiques spécifiques à ce secteur qui est très durement éprouvé par la crise de la Covid-19, il est apparu indispensable de réunir ces Fédérations et ce groupement coopératif international, afin de défendre les intérêts communs de ces professions et des travailleurs indépendants qui exercent ces métiers.

Le collectif a participé pleinement aux Assises du Commerce et a listé les principaux axes de réflexion lors de son dernier comité directeur :

- Revitalisation des centres-villes : comment préserver et développer le tissu commercial et artisanal ?
- Aide au développement digital des commerces de proximité

- Encadrement des soldes et promotions (soldes « raisonnés »). Comment lutter contre la concurrence déloyale des grands distributeurs et pure-players ?
- Loyers et baux commerciaux : comment encadrer le coût des loyers ? Problématique de la valeur locative, droit au bail.

Le Collectif National de l'Équipement de la Personne entend être naturellement réactif à la situation actuelle des Travailleurs indépendants de ce secteur et souhaite partager dès à présent les points suivants :

- Les remontées des adhérents des quatre fédérations et du groupement coopératif témoignent d'une reprise très mitigée : l'interaction humaine et les habitudes de consommation ont largement été modifiées.
- Outre la dette financière (PGE) dont le remboursement débutera au mois d'avril 2022, les Travailleurs indépendants auront très prochainement à rembourser leurs régularisations des cotisations sociales 2020 : trop peu d'entre eux ont pu avoir accès à la réduction forfaitaire Urssaf d'un montant de 1 800 euros pour le secteur S2. Au regard de leur situation, ils souhaitent un accompagnement renforcé face à la dette sociale.

La défense de nos professions passe par des actions et des propositions fortes que le Collectif se propose de porter.

Pierre Talamon, Président du CNEP



Ils ont changé de vie :

Antoine GARNAUD : La Pantoufle & Maison Rondinaud - Chaussures
Broc : Cendrillon dans la région charentaise, membre fondateur du
F.B « détaillant chaussure ».



Votre premier métier :

Photographe de 2004 à 2007.

Responsable de la communication et du marketing dans différentes sociétés (Colloquium Group, Groupe Afnor...) de 2007 à 2016.

Pourquoi avez-vous changé d'orientation professionnelle ?

Ma vie familiale et ma vie parisienne n'étaient pas compatibles. J'ai donc cherché à reprendre une entreprise en province.

Comment vous êtes-vous tourné vers le commerce, et plus particulièrement vers la chaussure ?

J'ai cherché une entreprise à reprendre et mon réseau charentais (car je suis Charentais) m'a orienté petit à petit sur la reprise de la société Lagarde composée de 3 magasins d'articles chaussants (*La Pantoufle* à Champniers, *La Pantoufle* à Chasseneuil-sur-Bonnieure et *Maison Rondinaud* à La Rochefoucauld)

Comment s'est passée cette transition ?

Le rachat a été long (un an et demi) car il y a eu beaucoup de négociation. Mais mon changement de vie a changé ma vie. J'ai appris à être un chef d'entreprise, à découvrir le monde de la chaussure que je ne connaissais pas. C'est le hasard (même si je ne crois pas au hasard) qui m'a orienté dans le monde de la chaussure, j'ai découvert une nouvelle passion. J'ai l'impression que j'ai toujours été fait pour ça. Mes connaissances en communication et en marketing m'ont beaucoup aidé pour établir ma stratégie et développer la société (+ 30 % en développement interne et rachat de 3 autres magasins depuis).

J'ai beaucoup été aidé juridiquement et comptablement par un expert-comptable et un avocat.

J'ai eu un prêt à taux 0 % de 20 000 euros via Initiative Charente.

J'ai contracté un prêt au Crédit agricole sur 8 ans pour le reste.

Le développement interne s'est fait par :

Informatisation des magasins - Carte de fidélité - Communication - Travail sur les marges - Vente de produits additionnels.

Anne CAILLAUD, chaussure VBCA au Cap-d'Agde, membre du Conseil fédéral de la FDCF



Votre premier métier :

Voici 10 ans que je suis gérante de ma boutique de chaussures. Et le chemin a été semé de multiples embûches pour enfin atteindre l'objectif que je m'étais fixé. À savoir un positionnement concept store.

Pourquoi avez-vous changé d'orientation professionnelle ?

Issue de la Communication et du Marketing en BtoB, rien ne me prédestinait à être « chausseur », si ce n'est des parents commerçants mais « poissonniers !!! ». Lassée par des patrons qui en voulaient toujours plus sur mes performances, de cette vie professionnelle qui ne me satisfaisait plus, j'ai décidé de tout arrêter à l'aube de mes 40 ans et de devenir ma propre patronne.

Comment vous êtes-vous tournée vers le commerce, et plus particulièrement vers la chaussure ?

J'ai choisi la chaussure tout simplement parce que j'adore ça et aussi parce qu'il n'y avait aucun concurrent dans ma ville (Agde 34). Et l'aventure a commencé.

Comment s'est passée cette transition ?

Au bout de 5 ans d'exploitation, j'ai dû faire un dépôt de bilan suivi d'un RJ, mais je n'ai pas baissé les bras. Je suis tombée dans beaucoup de pièges : commandes trop importantes, mauvais choix de modèles, manque de négociation avec les fabricants, erreurs de gestion à cause de ma banque, etc. Et pour finir, un centre-ville où la vacance commerciale est proche des 80 %... Bref, j'ai cumulé tous les handicaps !

Mais je savais que mon offre était bonne et que ma boutique avait toute les chances de réussir.

J'ai donc déménagé au Cap-d'Agde (station balnéaire), et là tout a changé.

Depuis mon CA ne cesse d'augmenter (même avec la Covid), mon offre commerciale s'est étoffée (bijoux, maroquinerie, prêt-à-porter, accessoires divers et créations originales).

Je suis ravie de ma boutique et j'espère même pouvoir embaucher un ou une apprenti d'ici 1 an.

Témoignages

Mélanie LACROIX, chaussure Le Chauss'Pied au Havre, membre du Conseil fédéral & de la commission sociale de la FDCF



Votre premier métier :

Diplômée d'une école supérieure de commerce et d'une Maîtrise en droit des affaires, j'intègre une banque en tant que conseillère pour les professionnels puis directrice d'agence. Mon mari, issu de la même école, exerce le métier de conseiller pour les PME, également dans le milieu bancaire.

Pourquoi avez-vous changé d'orientation professionnelle ?

Après 6 ans d'exercice dans ce domaine et l'arrivée d'un bébé dans notre foyer, nous nous posons des questions sur l'intérêt de poursuivre notre carrière dans ce contexte : des horaires de présence très importants impactant forcément notre vie personnelle et un investissement qui ne nous apporte pas la reconnaissance de notre hiérarchie et la satisfaction d'un travail bien fait et pour soi.

Comment vous êtes-vous tournée vers le commerce, et plus particulièrement vers la chaussure ?

Mes grands-parents avaient repris en 1958 un commerce de chaussures dans une commune rurale de 4 000 habitants située à 20 km du Havre. En 1988, ma mère le reprend et crée par la suite un autre établissement. À l'approche de la retraite, celle-ci se sépare de ce second établissement et ne conserve que l'établissement historique. Tout au long de mes jeunes années et de mon début de carrière professionnelle, je participe à la vente, j'assiste ma mère dans les achats.

En 2013, nous prenons la décision de reprendre cette boutique de chaussures. Il s'agit d'un métier que je connais et nous disposons des connaissances néces-

saires en termes de gestion. Au début, je me lance seule dans cette aventure. Mon mari nous rejoint lors de la reprise d'un deuxième établissement sur Le Havre en 2015. Nous en profitons pour créer un site vitrine, offrant à nos visiteurs les photos des produits ainsi que la disponibilité de leur pointure directement. En début d'année 2020, nous investissons dans la reprise d'un troisième point de vente situé dans une ville de 10 000 habitants.

Comment s'est passée cette transition ?

À la reprise de l'entreprise familiale, ma principale difficulté a été d'avoir peu d'informations financières sur ma propre structure. J'étais issue d'un milieu où je débordais d'informations, disposant même d'un compte de résultat de mon agence à la semaine ! Tout à coup, je ne connais plus que le montant de mon stock et mon taux de marge. Ma première information a été au bout de 15 mois à l'édition du premier bilan. Heureusement, nous n'avons pas eu de déconvenue, mais comment ne pas penser à nos confrères non-initiés qui ont déjà commandé trois saisons de stock avant même d'avoir une première idée de leur rentabilité ? Il me paraît aujourd'hui plus que nécessaire d'arriver sur notre métier en ayant des connaissances de base de gestion : savoir lire un compte de résultats, comprendre un BFR sur un métier à stock, ... La FDCF pourrait proposer à moindre coût une formation en gestion adaptée particulièrement à notre métier à stock aux jeunes repreneurs. Cela serait facilitateur dans la reprise des FDC et l'installation de jeunes.

Nous avons une barrière à l'entrée importante sur notre métier qui est l'apport numéraire nécessaire afin de financer le stock. Nous avons pu pleinement mesurer cet élément de par notre métier précédent et l'expérience de ma mère. Cela n'a donc pas été une surprise ni une difficulté.

Bien sûr, l'autre difficulté importante est de savoir « bien » acheter : une multitude de propositions de produits, des commandes à faire 6 mois à l'avance avec un assortiment de pointures à anticiper sans avoir commencé à vendre, un aspect technique du produit qui n'est pas évident de prime abord mais qui facilite grandement la vente, et donc l'écoulement du stock. Nous avons été épaulés dans ce domaine par ma mère qui nous a apporté son aide et son savoir-faire en la matière. Cela est primordial de pouvoir être accompagné soit par le cédant, soit de se former pendant quelques mois auprès d'un chausseur confrère. La FDCF pourrait avoir un rôle de mise en relation entre des chausseurs expérimentés « formateurs » (plutôt de secteurs géographiques éloignés) et de jeunes entrepreneurs de la chaussure.

En lien avec ces points d'obstacle, l'informatisation de nos points de vente tant sur la partie encaissements que sur la partie gestion des stocks paraît aujourd'hui comme un élément grandement facilitateur de l'exercice de notre métier.

L'investissement financier est important mais permet de réaliser les campagnes d'achat en toute connaissance de son stock.

La crise sanitaire nous a contraints à développer de nouveaux canaux de communication : nous avons déjà mis en place de la communication sur les réseaux sociaux et un site Internet vitrine. La bascule vers un site Internet marchand était prévue, elle a donc été accélérée. Celui-ci a été mis en ligne à la rentrée 2021. Nous sommes également en cours de diagnostic de nos réseaux sociaux afin de professionnaliser la manière de communiquer via ces outils. Des formations sont aujourd'hui indispensables sur ces sujets. LA FDCF peut apporter là aussi un package formation à moindres coûts à nos jeunes entrepreneurs.

Nos objectifs de développement aujourd'hui restent l'accroissement du nombre de nos points de vente. De nouvelles difficultés apparaissent. En premier lieu, la difficulté de financer la croissance en entreprise via les banques traditionnelles.

Une offre assurance MACIF point de vente chaussure à étudier !



Afin de vous offrir toujours plus de services, en voici un particulièrement important : celui de la protection juridique. Nous nous sommes tournés vers un grand groupe, la MACIF. Voir page 3 (protection juridique).

Nous avons profité de notre proximité avec la MACIF pour poser le problème de l'assurance de nos points de vente avec tout ce que cela comporte : responsabilité civile, vol, incendie, mais aussi quelques points qui ont fait débat lors des confinements. Nos magasins ont des spécificités qui font que nos polices d'assurance doivent être différentes des autres commerces.

Nous vous donnons une information, c'est à vous d'étudier l'offre MACIF à la lumière de vos attentes en matière d'assurance, des options, des garanties et des prix proposés.



Une équipe de terrain, avec des conseillers de clientèle, dans la France entière, qui se déplacent directement en entreprise.



Par téléphone (du lundi au vendredi de 8h30 à 18h30)

N°Cristal 09 69 39 49 45
APPEL NON SURTAXE



Par e-mail
entreprises@macif.fr

Les enseignes de l'habillement ont connu un Black Friday "décevant"



Sur la seule journée du vendredi 26 novembre, journée officielle du Black Friday, la baisse d'activité est de 23 %.

« Les achats se sont ainsi reportés sur les autres jours de la semaine, et notamment le week-end », a indiqué l'Alliance du Commerce dans son communiqué.

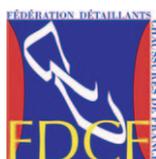
L'organisation professionnelle, qui repré-

sente les grands magasins et les enseignes de mode et de chaussures, a enregistré une baisse d'activité de 9,5 % sur la semaine du Black Friday par rapport à l'édition de 2019.

« Du fait de la crise sanitaire et des difficultés d'approvisionnement, les enseignes

ont dû mieux maîtriser leurs stocks. Cette situation explique la moindre attractivité des offres promotionnelles proposées au cours du Black Friday et la baisse des achats durant cette semaine événementielle », les commerçants comptaient sur l'opération pour retrouver leur clientèle après les longues périodes de fermeture liées au Covid. La fréquentation des magasins est en recul de 12,2 % depuis le début de l'année, par rapport à la même période en 2019, et les ventes ont baissé de 17,6 %.

En plus de la crise sanitaire, le secteur de l'habillement comme la chaussure fait aussi face à des difficultés structurelles depuis plusieurs années, liées à des changements d'habitudes des consommateurs et à la concurrence en ligne.



FDCRF

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

fdcrf@chaussure.org www.chaussure.org 46, boulevard de Magenta 75 010 Paris.

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

Conception graphique : © Nicolas Petit - www.nicolaspetit.net / Imprimeur : Imprimerie Solidaire

