



LE JOURNAL DU DÉTAILLANT

Revue de la Fédération des Détaillants en Chaussures de France

Juin 2022 - numéro 43

Édito Régler la question des dates de soldes

Une Assemblée Générale passionnante tant le débat fut vif et constructif. Sur les nombreux sujets abordés, la vedette fut sans conteste celui des dates de soldes. C'est sans surprise que nous avons constaté que même la trentaine de détaillants présents (de toutes tailles et de toutes régions) ne pouvait s'accorder sur une date, mais que tous étaient attachés à cette période.

Un constat et une réprobation unanimes : la date proposée pour cette session des soldes est une aberration. Dès le mois d'avril, nous avons contacté le Ministère concerné, soit directement, soit par l'intermédiaire d'organisations professionnelles représentant le commerce, soit encore à partir du nouveau Collectif national de l'équipement de la personne (CNEP). Avec un résultat malheureusement attendu, d'autant plus que nous n'avons plus de ministre ou secrétaire d'état dédié aux PME, et encore moins au commerce.

Lors des Assises du commerce, le ministre Bruno Le Maire, quelque peu exaspéré par la réitération de nos demandes, nous avait signifié : « Il faudrait déjà vous mettre d'accord ! ». Gros défi... Bien évidemment, il ne s'adressait pas seulement au détail chaussure mais à tous les circuits concernés, et ils sont nombreux. Et de citer les principaux : succursalistes, grands magasins, grande distribution.

Un vote en septembre pour se mettre d'accord

Nous devons, nous allons prendre le ministre au mot. Il ne faut pas perdre de temps. À nous de décider des dates qui seront pérennes pour les soldes d'hiver et d'été. Pour cela, nous allons faire un vaste sondage avant le 15 septembre réservé aux détaillants (adhérents ou non à la FDCF). Nous utiliserons tous les supports (la newsletter et le Facebook de la fédération ainsi que d'autres groupes Facebook, presse professionnelle) pour vous solliciter et contrôler que vos votes seront uniques. Nous retiendrons le chiffre médian (et non le majoritaire). Très vite, nous proposerons aux autres fédérations du CNEP de nous rejoindre puis, pour les confédérations (CdCF et CDF), de faire de même. Déjà, nous nous mettons en relation avec ces dernières. Nous sommes adhérents du CDF, de la CPME, du CdCF et du CNC (voir leurs logos ci-dessous), ce qui facilite les choses. Alors le petit poucet que nous sommes avec nos modestes 4 500 détaillants peut-il faire bouger les choses ? La réponse vous appartient aussi, en participant au vote mais aussi en rejoignant votre Fédération.

Jean-Pierre Gonet, président.



Sommaire

- 2 L'assemblée générale de la FDCF en mode « normal »
- 4 Tirage au sort du jeu « Prenez votre pied en photo »
- 5 La FDCF et la MACIF signent une Convention de Partenariat
- 6 Crecendo plus tôt : les avantages
- 7 Augmentation du SMIC et inflation
Couverture Santé/Prévoyance pour vous et vos salariés
- 8 Informations diverses

L'assemblée générale de la FDCF à Sète fin mai

Sète, port sur la Méditerranée, a accueilli notre assemblée générale annuelle les 29 et 30 mai. Lire pages 2 et 3.



À Sète les 29 et 30 mai

L'assemblée générale de la FDCF en mode « normal »

Après deux années « anormales », modelées par le Covid-19, et deux assemblées générales perturbées, l'une qui s'était tenue en visioconférence en 2020, l'autre en présentiel et visioconférence en 2021, les deux à Paris dans les locaux de la fédération, après donc cette période mise entre parenthèses, celle de cette année, qui s'est déroulée à Sète, avait des airs d'après-Covid. Pas de masque, pas de gel, pas de distanciation physique, rien que de la liberté et même des embrassades... Bref, le moment était fort pour les détaillants qui s'étaient réunis dans ce port méditerranéen plein de charme.

Comme c'était le cas chaque année avant l'évènement que vous savez, les chausseurs appelés en assemblée générale ordinaire se retrouvent d'abord le dimanche pour partager une visite emblématique de la ville d'accueil en guise de détente. Ici, pas de chais à humer ni de vignes à découvrir mais un réseau de canaux à sillonner, canaux qui ont valu à Sète son surnom de « Venise du Languedoc ». Tradition toujours, le dîner convivial qui clôt cette première demi-journée du 29 mai.

On passe aux choses plus formelles le lendemain. D'abord, Jean-Pierre Gonet met l'accent sur l'information régulière des adhérents via la page Facebook (1 200 abonnés) et les newsletters destinées à 1 500 détaillants.

Les participants à l'assemblée générale annuelle écoutent sagement le prési-



dent de la fédération qui anime les débats, le trésorier Christophe Delmas qui énonce les caractéristiques financières de l'année passée, en l'occurrence 2021, et le commissaire aux comptes qui certifie que tout s'est passé dans les règles. On y apprend que le nombre d'adhérents à la fédération a légèrement baissé, à 583, pour cause de Covid surtout et que l'exercice a été bénéficiaire, un bon résultat qui permettra des opérations de valorisation et de défense de la profession.

D'autres intervenants viendront ensuite parfaire le rapport d'activité en matière sociale, de formation, juridique (16 dossiers de protection juridique ont été traités en 2021), etc.

Mais ce sont les sujets qui débordent le strict rapport d'activité qui pimentent les assemblées générales. À celle de la FDCF, on eut droit à des débats, toujours sereins, sur des thèmes souvent consensuels :

- Le PGE et ses pièges (une demande de prolongement de la durée de remboursement de son PGE attire l'attention de la Banque de France et bien sûr de votre banque...).
- Les actions juridiques collectives concernant notamment le refus de vente, un serpent de mer qui a de quoi irriter les détaillants. Rappelons que si le refus de vente envers un consommateur est interdit par les dispositions de l'article L121-11 du Code de la consommation, il semble que ce ne soit pas ou plus le cas pour les revendeurs. La DGCCRF estime en effet que le refus de vente des marques de sport, mais pas seulement, aux détaillants n'est pas illégal ! De toute façon, les marques ont bien des moyens d'écœurer leurs anciens clients, tout simplement en oubliant de livrer ou en livrant mal.
- Autre sujet d'irritation : le certificat de qualification professionnelle (CQP), une réalité dans la chaussure depuis près de 15 ans, a pris fin en mai car, apprend-on « le référentiel n'est pas en corrélation avec l'emploi » ! Cette décision a suscité l'incompréhension chez les défenseurs de la CQP dans la chaussure, prêts à en découdre pour bénéficier à nouveau de ce dispositif important pour la profession.



C.Delmas trésorier, JP Gonet Président, E.Walkselman secrétaire général

Mais le thème assuré de réchauffer l'atmosphère dans tout débat entre chausseurs est, vous l'avez deviné, celui des SOLDES ! L'unanimité recherchée est une vue de l'esprit puisque ce sont les intérêts de chacun qui déterminent le choix de « ses » dates. Vous habitez au nord ou au sud de la France, en Île-de-France ou en région, vous avez ou non réussi votre saison, etc. Tout est bon pour participer à la foire d'empoigne. Les circuits de distribution ne sont pas d'accord entre eux, les détaillants non plus. Bruno Le Maire est, selon de bonnes sources, exaspéré par cette incapacité des commerçants à trouver un accord qui, de toute façon, sera une cote mal taillée. Lui demander de modifier les dates des soldes d'été, prévues pour débiter le 22 juin, était donc mission impossible dans ce contexte. Préoccupé sinon excédé, Jean-Pierre Gonet l'est aussi. Il prévoit pour septembre avec le bureau de la fédération de soumettre au vote des chausseurs dans leur intégralité le choix d'une date de début des soldes d'été comme d'hiver. Une date médiale pourrait ainsi être arrêtée.

Autre sujet d'importance abordé au cours de l'AG : Refashion, ex-Eco TLC (Textile - Linge de maison - Chaussure), un organisme qui assure pour les entreprises de son ressort la prise en charge de la prévention et de la gestion de la fin de vie de leurs produits mis sur le marché grand public. Il est clair que les chausseurs vont devoir davantage s'en préoccuper et mettre la main à la poche.

Enfin, Jean-Pierre Gonet a rappelé la création l'an dernier du Collectif national de l'équipement de la personne (CNEP) dont le but est de peser plus encore que notre seule fédération auprès des acteurs politiques. Il regroupe quatre fédérations spécialisées dans le secteur de l'équipement de la personne ainsi qu'ANWR-Garant France, dont la directrice générale, Nathalie Housset, était présente à l'AG. Dans ce collectif, on retrouve bien sûr la FDCF.

Pour refermer l'assemblée générale, la fédération avait choisi une note plus ludique avec le tirage au sort du super gagnant du jeu #prenezvotrepiedenphoto, en l'occurrence une super gagnante : Béatrice de la boutique « Cabotine » à Yerres.



Véronique Gou, élue au sein du Conseil Fédéral de la FDCF, présente ses futures actions

Chausseurs depuis 23 ans, mon époux et moi-même avons trois magasins en centre-ville : un spécialiste enfants, un dédié aux hommes et femmes, ainsi qu'un magasin de lingerie. J'ai souhaité mettre mon expérience au service des autres chefs d'entreprise, car pour grandir et évoluer un dirigeant d'entreprise doit écouter et aider les autres. Voilà pourquoi j'ai intégré la CCI ainsi que la CPME.

En tant que membre du Conseil fédéral de la FDCF, j'aurai accès de façon instantanée aux problématiques et besoins de la profession, je pourrai transmettre de façon rapide et précise les demandes à la CPME nationale en tant que vice-présidente commerce 91, et élue de la CCI Essonne et Île de France.

De cette façon, je vous représenterai au sein de la CPME, premier syndicat patronal de France en nombre d'adhérents, ce qui permettra à la FDCF de pouvoir être écoutée au niveau national auprès des instances gouvernementales avec le poids supplémentaire du syndicat.

Il est important aussi pour les fédérations d'entretenir des relations privilégiées avec les CCI.

La CPME est en contact permanent avec toutes les fédérations, notamment celle de la grande distribution, via des réunions mensuelles, ce qui permet de réunir ces organismes sur des problématiques communes en apportant plus de poids aux demandes, en particulier la mise en place d'un mécanisme d'ajustement carbone aux frontières européennes, avec des mesures de soutien aux entreprises ; l'incitation au travail plutôt que l'assistanat ; la baisse du coût du travail, la réduction des charges patronales, la défiscalisation des heures supplémentaires, etc.

N'hésitez pas à consulter le livre blanc de la CPME !

La campagne multicanal de la FDCF

**MAIS NON !
C'EST PAS LA
BONNE
POINTURE**

**EVITE LES MAUVAISES SURPRISES
#ACHETEENBOUTIQUE**

FEDERATION DES DETAILLANTS EN CHAUSSURES DE FRANCE

**ÇA N'A RIEN
À VOIR AVEC
LA PHOTO !**

**EVITE LES MAUVAISES SURPRISES
#ACHETEENBOUTIQUE**

FEDERATION DES DETAILLANTS EN CHAUSSURES DE FRANCE

**AÏE,
J'AI MAL
AUX PIEDS !**

**EVITE LES MAUVAISES SURPRISES
#ACHETEENBOUTIQUE**

FEDERATION DES DETAILLANTS EN CHAUSSURES DE FRANCE

Dans le cadre de l'AG à Sète

Tirage au sort du jeu

« Prenez votre pied en photo »



Le tirage au sort du jeu le 30 mai à Sète.



C'est lors de notre assemblée générale du 30 mai que s'est déroulé le tirage au sort du jeu « Prenez votre pied en photo » afin de désigner la boutique gagnante de cette 2^e édition.

Partenaire du jeu, la Fédération a eu le plaisir d'offrir deux box week-end (1 pour le détaillant et 1 pour son gagnant).

Pour rappel, ce jeu, initié par la détaillante Anne Caillaux, consiste à faire participer de façon ludique la clientèle des détaillants en chaussures. En leur demandant tout simplement de « prendre leur pied en photo » avec leurs nouvelles chaussures. Et ainsi créer une relation amusante avec cette dernière.

Les photos diffusées ensuite sur les réseaux sociaux de chaque détaillants et sur le #prenezvotrepiedenphoto, permettent d'accroître naturellement leur visibilité et in fine générer du trafic en boutique.

Véritable « pied de nez » à Internet et ses ventes en ligne, le jeu ré-instaurer un lien de proximité dont seul le petit commerce a le secret.

Anne Caillaux nous fait part de son enthousiasme pour cette 2^e édition avec un nombre croissant de boutiques participantes et des témoignages plus que positifs sur le jeu.

Il vous suffit de consulter le #prenezvotrepiedenphoto pour constater le grand nombre de photos collectées.

En résumé « Vous avez pris votre pied ! »

Félicitations à la Boutique « Cabotine » à Yerres qui remporte cette 2^e édition.

Vivement la prochaine !

Nous joignons à ce numéro du *Journal du Détaillant* trois visuels que nous vous invitons à afficher dans vos commerces (voir page 3).



Christine et Béatrice de la boutique « Cabotine » à Yerres.

De quoi s'agit-il ? Et pourquoi ?

C'est un constat sans appel, plus que jamais l'achat sur Internet est devenu monnaie courante. Les deux années Covid ont accentué et précipité les consommateurs vers ce mode d'achat. Assez préservé jusqu'alors, notre secteur d'activité est aujourd'hui très impacté et ce, quelles que soient les tranches d'âges et les catégories socio professionnelles.

Face à cette situation, votre Fédération a décidé de réagir, via une campagne multicanal. À savoir, affichage en boutique et diffusion sur les réseaux sociaux.

Avec trois visuels évocateurs et un message clair à l'impératif : « Évitez les mauvaises surprises ! » #acheteenboutique.

Notre objectif : atteindre les jeunes générations et les jeunes parents, très friands de l'achat web afin de les sensibiliser sur la nécessité d'essayer une paire de chaussures en boutique avant de l'acheter. Et a fortiori pour l'enfant.

Car notre seule arme face aux géants du web c'est le **Conseil**.

Nous vous invitons à diffuser les visuels sur vos réseaux sociaux respectifs - nous vous transmettrons les fichiers par mail.

Nous vous recommandons de publier une fois par semaine sur une période de trois mois.

Nous publierons à titre informatif sur notre page Facebook, sur Instagram et sur notre site web.

L'objectif est aussi d'interpeller les médias et, pourquoi pas, passer à la télé !

La FDCF et la MACIF signent une Convention de Partenariat



La Fédération des Détaillants en Chaussures de France (FDCF) a signé une Convention de Partenariat avec la MACIF lors de son assemblée générale. Cette collaboration a pour but de mettre en œuvre des études conjointes et des démarches de co-construction d'offres de produits et services sur le champ assurantiel, adaptées aux besoins des adhérents de la FDCF.

L'élaboration de ces offres prendra appui, d'une part, sur l'expertise de la FDCF concernant le métier de Chaussureur et, d'autre part, sur l'expertise de la MACIF sur son métier d'assureur des professionnels et des entreprises.

Dans ce cadre, la FDCF et la MACIF rechercheront des éléments de différenciation pour se démarquer des offres proposées sur le marché, et innover au profit des commerçants adhérents à la FDCF en répondant à leurs besoins nouveaux ou non satisfaits.

La FDCF a souscrit en 2021 pour ses adhérents une protection juridique auprès de la MACIF. Celle-ci est fortement utilisée et, en cas de litige, la MACIF a mis en place un numéro dédié pour tout renseignement ou ouverture de dossier.

Pour rappel, en cas de sinistre, vous devez en faire, au plus tôt, la déclaration auprès de la MACIF. 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.

En cas de besoin du numéro dédié ou renseignement, n'hésitez pas à contacter le FDCF au 01 42 06 79 30 ou par mail fdcf@chaussure.org

Nous avons besoin de votre collaboration pour un audit sur les besoins en assurances spécifiques à notre métier.

Merci de vous inscrire par retour de mail à la FDCF pour participer à ces ateliers.

Nous comptons fortement sur votre volontariat pour nous permettre de proposer des assurances adaptées à nos adhérents.



La signature de la Convention de Partenariat entre Marc Berenguel, président des professions indépendantes à la MACIF, et Jean-Pierre Gonet, président de la FDCF.

"Ce n'est pas seulement l'apport des 120 jours de délai de paiement de nos partenaires (Garant et GMS) mais les aides à la gestion qu'ils vous proposent, à vous de vous en emparer" JPG.

Interventions remarquables de Nathalie Housset (Garant) et Bertrand Rohr (GMS) lors de l'AG, chacun présentant sa stratégie d'aide aux détaillants. Aides aux achats, merchandising, informatiques ect...

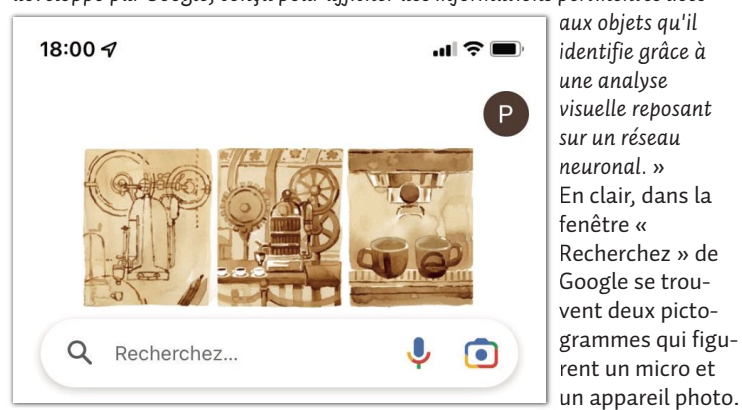
Bien des domaines où des conseils avisés sont essentiels.



Nathalie Housset et Bertrand Rohr à Sète

Une appli espionne...

Peut-être ne l'avez-vous jamais remarquée, mais une application Google que vous n'avez pas besoin de télécharger puisqu'elle est intégrée dans le système de votre smartphone peut vous occasionner des maux de tête ! Selon Wikipedia, « Google Lens est un programme de reconnaissance d'image développé par Google, conçu pour afficher des informations pertinentes liées



Oubliez le premier et focalisez vous sur le second. Il suffit de cliquer sur celui-ci puis de prendre une photo d'un modèle de chaussure dans une boutique pour qu'apparaissent des prix correspondant au modèle dénichés sur différents sites web ! Un excellent moyen de trouver moins cher ailleurs... Si l'on ne peut interdire au client d'entrer dans son magasin avec un smartphone dans la poche, on peut toujours lui interdire de prendre des photos.

À votre service !

Dans le cadre de l'assurance protection juridique, contracté pour ses adhérents, notre secrétaire Générale Sandrine Bohana sera à votre écoute ou mieux encore par mail : fdcf@chaussure.org

Du 4 au 6 septembre 2022

Crecendo plus tôt !

Les avantages, selon son organisateur

Le salon CRECENDO se tiendra les 4, 5 et 6 septembre prochains. Pourquoi ? Historiquement, c'est vrai, le salon parisien est positionné en fin de saison. Mais le calendrier des achats est différent aujourd'hui. Les temps changent, nous devons nous adapter rapidement si nous voulions garder un salon national voire international en France.

Nous avons depuis quelques saisons, les trois dernières plus précisément, une forte demande des fabricants et des détaillants pour avancer CRECENDO. Des fabricants ne venaient plus ou envisageaient de ne plus venir si nous gardions les anciennes dates, trop tardives pour eux ; en effet, fin mars et fin septembre, les commandes ont été déjà prises.

Les fabricants doivent envoyer leurs commandes plus tôt aux usines. Celles-ci ont de réels problèmes d'approvisionnement en matières premières, les délais de transport sont plus longs, surtout depuis l'Asie à la suite des confinements. Les ports sont saturés. Les fabricants ont des deadlines à respecter.

Beaucoup de détaillants nous expliquent les problèmes de livraison en cette période. Nombre d'entre eux viennent à CRECENDO alors que leurs achats sont quasiment bouclés.

À l'ARICI, nous signons des accords avec le Parc Floral, et donc des engagements, sur trois ans. Nous avons entendu ces demandes et sollicité le Parc Floral afin qu'il nous propose une date plus tôt. Bien qu'en novembre dernier, nous ayons retourné signé notre contrat nous engageant sur trois ans jusqu'en 2024, le Parc Floral nous a proposé quinze jours avant le dernier CRECENDO la possibilité d'avancer les dates du salon à début septembre et début mars en s'arrangeant avec un autre organisateur d'évènement. Tout s'est fait très vite, nous avons fait voter cette décision au conseil d'administration de l'ARICI qui a voté à l'unanimité (12 sur 12) le changement de dates sur mars et 10 sur 11, (10 pour et une abstention), sur début septembre. Nous étions conscients que ces dates chevauchaient celles de certaines expositions régionales, mais nous n'avions pas le choix. Sans cette décision, nous repartions pour trois ans sur les derniers week-ends de mars et septembre. Nous pensons que CRECENDO et les régionales sont complémentaires. Il y aura une période pour s'adapter. Si l'intérêt des détaillants est privilégié, tout devrait s'organiser dans leurs intérêts.

Nos votes ont été motivés par l'intérêt général des fabricants et des détaillants et le souci de préserver un salon national, motivations qui passent avant les intérêts personnels professionnels.

Chaque membre de l'ARICI, au moment de voter, avait en tête des problématiques d'organisation à ces dates.

Exemple : certains membres devaient gérer simultanément leur présence sur WHO'S NEXT, un salon régional et CRECENDO avec souvent une seule collection. Il était dès lors facile de voter contre en ne pensant qu'à sa situation propre. Moi-même, j'ai des agents en même temps en région ou en showroom. Nous avons fait passer l'intérêt des détaillants et des fabricants avant le nôtre.

Le salon est positionné en même temps que WHO'S NEXT. Les détaillants pourront, s'ils le souhaitent, visiter les deux salons.

AVANTAGES POUR LES DÉTAILLANTS

- Pouvoir comparer et sélectionner des fabricants avant d'envoyer leurs commandes définitivement dans les deadlines.
- En dehors de cas particuliers, la possibilité de voir des collections complètes en présentation en début de saison.
- Prendre plus de recul dans leurs sélections
- Des collections d'enfants seront présentes aussi.
- Des marques qui retrouvent CRECENDO (Kickers, Gant, etc.).



AVANTAGES POUR LES AGENTS ET FABRICANTS

- Un visitorat national, des DOM TOM (ce sont des collections été), et même en provenance de pays limitrophes et des importateurs.
- Une communication importante sur un fichier de 4 500 visiteurs répertoriés depuis 2019 plus la presse professionnelle (L'Essentiel de la chaussure, C+ magazine, journal du textile, shoes magazine Belgique)
- Des synergies entre CRECENDO et WHO'S NEXT (clientèle prêt-à-porter, accessoires)
- Des commandes plus tôt, les achats se font plus rapidement dans une période plus courte, les détaillants ont encore les budgets.
- Il faut être présent à ces dates sur un salon où nous avons une clientèle nationale.

Le Parc Floral c'est aussi

- Un environnement agréable, un service VIP pour les visiteurs
- Voituriers, conciergerie, navette, présentation des collections sur un mobilier valorisant les collections.

Nous aurons une très belle édition. Nous attendons près de 4 000 visiteurs à un niveau proche de 2019 grâce à ces nouvelles dates.

Nous offrons aux détaillants un showroom les 25 et 26 septembre au Parc Floral dans les chalets sur plus de 1 500 m².

Toujours le même cadre avec un buffet gratuit à midi, une navette sortie du métro. Nous avons déjà beaucoup d'inscriptions.

Gilbert MUGNIER, organisateur de Crecendo

Un nouveau salon annoncé pour fin septembre

Le nouveau salon, Centro Paris, dont la création a été annoncée récemment, se tiendra du 25 au 27 septembre prochains dans le parc des expositions de Paris-Nord Villepinte. Pour plus d'informations, voir l'enquête de **L'Essentiel de la Chaussure** dans son numéro qui paraît le 27 juin.

Augmentation du Smic et inflation : impacts sur les salaires minimaux de nos salariés

Le SMIC a déjà connu deux augmentations depuis le début de l'année 2022, une première en janvier de l'ordre de 0,9 %, et une deuxième, exceptionnelle, en mai, à hauteur de 2,65 %. Le montant du SMIC mensuel brut est ainsi de 1645,58 euros depuis mai 2022.

Dans notre branche, l'avenant n°100 signé l'année dernière vient d'être étendu et sera applicable à compter de juillet 2022. C'est donc la grille suivante (à droite) de l'avenant n° 100 qui s'appliquera à cette date (les deux premières catégories de la grille ayant été fixées en dessous du nouveau Smic, ce sera le Smic qui s'appliquera à elles). La FDCF a convenu avec les partenaires sociaux de la branche de réentamer des négociations sur la grille des salaires minimaux en septembre prochain.

Nous vous tiendrons au courant de l'évolution des négociations à ce sujet.

Pour se tenir informé des actualités sociales et autres, abonnez-vous à la newsletter de la FDCF sur le site internet : <https://www.chaussure.org/> (tout en bas de la page d'accueil)

SALAIRES MINIMAUX obligatoires à compter du 1/07/2022 (référence temps complet)

Cat.1	1645,58€ (SMIC)
Cat.2	1645,58€ (SMIC)
Cat.3	1 664 € (salaire minimum branche)
Cat.4	1 727 € (salaire minimum branche)
Cat.5	1820 € (salaire minimum branche)
Cat.6	2165 € (salaire minimum branche)
Cat.7	2526 € (salaire minimum branche)
Cat.8	3485 € (salaire minimum branche)
Cat.9	4095 € (salaire minimum branche)

La Couverture Santé / Prévoyance pour vous et vos salariés

La branche des détaillants de la chaussure a renouvelé sa confiance à MALAKOFF HUMANIS en les recommandant une nouvelle fois pour la période 2022-2026 pour la mise en œuvre du régime de prévoyance / santé.

Le régime de prévoyance, conforme à vos obligations conventionnelles, permet aux salariés d'accéder, sans considération d'âge, ni d'état de santé, à des prestations en cas d'incapacité de travail, d'invalidité ou de décès.

Le régime frais de santé, conforme à vos obligations conventionnelles, permet à vos salariés d'accéder à une couverture optimale permettant de réduire le reste à payer de leurs dépenses de santé.

POURQUOI FAIRE LE CHOIX DE MALAKOFF HUMANIS ?



CONFORME

En rejoignant Malakoff Humanis, vous avez la sécurité d'être en conformité avec les obligations conventionnelles de votre branche en prévoyance et en santé.

MUTUALISÉ

Basé sur le principe de la mutualisation des risques auprès de toutes les entreprises de la branche, ce régime est piloté de manière à faire bénéficier à ses adhérents d'un « prix juste » pour un niveau de prestations optimisé.

De même, alors qu'un assureur classique pourrait résilier votre contrat s'il

venait à considérer que vous lui « coûte trop cher » au vu des prestations payées, vous êtes protégés contre ce risque de résiliation auprès d'un opérateur recommandé par la branche.

SIMPLE

Être client auprès de Malakoff Humanis en santé et prévoyance c'est la garantie, pour vous et vos salariés, d'avoir un point de contact unique et un seul espace client pour suivre et gérer les contrats.

SOLIDAIRE

Vos salariés bénéficient d'aides financières intervenant grâce aux fonds de solidarité propres à votre branche d'activité. En parallèle, Malakoff Humanis propose des solutions d'accompagnement social fortes pour accompagner les salariés en situation de fragilité.

ALORS, FRANCHISSEZ LE PAS, REJOIGNEZ LES RÉGIMES PRÉVOYANCE ET SANTÉ DE LA BRANCHE !

VOS CONTACTS MALAKOFF HUMANIS

Par téléphone du lundi au vendredi de 9 h à 18 h :

0 809 540 044 Service & appel gratuits

Site Internet :

www.malakoffhumanis.com – Les Conventions collectives de Malakoff Humanis

Lors d'une rencontre :

Géolocalisez nos boutiques et délégations commerciales sur : www.malakoffhumanis.com

Une interrogation, un conseil, le social est son domaine, À VOTRE SERVICE
Nathalie Lecomte vous répondra.
Par mail uniquement : nlecomte@chaussure.org

Achat d'un produit : garantie légale de conformité



La garantie légale de conformité est une garantie contre tous les défauts de fabrication lors d'achat ou de la livraison d'un produit. Elle est obligatoire. Tout vendeur doit fournir une garantie légale de conformité sur chaque produit.

Conditions pour que la garantie s'applique :

- Bien qui présente un défaut de fabrication, une imperfection, un mauvais assemblage

Toutefois, la garantie légale de conformité ne s'applique pas si connaissance du défaut au moment de l'achat (par exemple, si le vendeur a informé le client).

Le client doit choisir entre la réparation et le remplacement du bien non conforme. En cas de différence de coût évidente entre les deux options, le vendeur peut imposer l'option la moins chère.

Il peut y avoir un remboursement intégral (en rendant le produit) ou partiellement (en gardant le produit) si ces deux options :

- remplacement impossible (par exemple, si la fabrication a été arrêtée) ;
- ou la réparation ou remplacement ne peuvent pas être mis en œuvre dans le mois suivant la réclamation.

La réclamation doit être accompagnée de la facture ou du ticket de caisse.

Fin des tickets de caisse



Le 10 janvier 2020 a été votée la loi n°2020-105 relative à la lutte contre le gaspillage qui intègre l'article 541-15-10 que vous pouvez retrouver dans le Code de l'environnement sur la partie Prévention et Gestion des déchets. Cet article met en évidence plusieurs impacts

environnementaux et sanitaires sur l'utilisation systématique de tickets imprimés. L'impression de ceux-ci sera interdite, sauf demande du client, à partir du 1^{er} janvier 2023. Les tickets au format papier concernés par cette interdiction sont :

- les tickets de caisse dans les surfaces de vente et dans les établissements recevant du public ;
- les tickets de carte bancaire ;
- les tickets imprimés par des automates ;
- les bons d'achat ou de réduction.

Vous pourrez envoyer le ticket de caisse sur l'email du client et ainsi récupérer son adresse email et lui demander s'il accepte de recevoir des informations sur votre magasin.

Encadrement des annonces de réduction de prix



La directive européenne 2019/2161 du 27 novembre 2019, dite « omnibus », a été transposée par l'Ordonnance n° 2021-1734 du 22 décembre 2021, et est en vigueur depuis le 28 mai 2022.

L'ordonnance prévoit l'encadrement des annonces de

réduction de prix dans son article 2 et dispose :

Après l'article L. 112-1 du même code, il est inséré un article L. 112-1-1 ainsi rédigé :

« Art. L. 112-1-1.-I.-Toute annonce d'une réduction de prix indique le prix antérieur pratiqué par le professionnel avant l'application de la réduction de prix.

« Ce prix antérieur correspond au prix le plus bas pratiqué par le professionnel à l'égard de tous les consommateurs au cours des trente derniers jours précédant l'application de la réduction de prix.

« Par exception au deuxième alinéa, en cas de réductions de prix successives

pendant une période déterminée, le prix antérieur est celui pratiqué avant l'application de la première réduction de prix.

« II. - Les présentes dispositions ne s'appliquent pas aux opérations par lesquelles un professionnel compare les prix qu'il affiche avec ceux d'autres professionnels. »

Cet important dossier est consultable sur notre site www.chaussure.org

Tendance



Si l'on réunit tous les acteurs du commerce spécialisé en France (mode, maison, loisir, jouet...), leur activité en magasin au mois de mai n'a pas retrouvé son niveau de 2019, puisqu'elle s'inscrit en chute de 2,1% par rapport à il y a trois ans, relève Procos.

Disparités marquées selon les domaines : ceux ayant le plus souffert durant la pandémie ont affiché une meilleure dynamique en boutique le mois dernier. Ainsi, la chaussure (+14,9% vs 2019) et le textile (+7%) ont signé un mois de mai florissant, tandis que les acteurs de la beauté-santé (-8,7%), du jouet/cadeaux/loisirs (-8,1%) et de l'alimentaire spécialisé (-4%) ont davantage souffert.

L'univers mode a notamment bénéficié d'une météo favorable "après de longs mois de retenue sur les achats" et d'un "retour à une activité sociale plus normale", contextualise la fédération, qui précise que la fréquentation globale des magasins reste inférieure à celle de mai 2019 (-6,5%). De plus, les centres commerciaux dont la clientèle est moins favorisée ont commencé à rencontrer fin mai des baisses de trafic importantes.

Concernant les ventes en ligne, celles-ci se sont inscrites en baisse de 14% le mois dernier par rapport à mai 2021, excepté pour la beauté-santé (+12,5%) et surtout les chaînes de chaussures, qui ont noté un bond de 39% de leur activité web en mai (vs 2021). Sur les cinq premiers mois de l'année, le niveau d'activité d'avant-crise demeure assez loin pour les enseignes spécialisées de l'Hexagone, dont les points de vente enregistrent un recul de 8,8% sur cette période (vs 2019). Seul l'équipement de la maison a enregistré une croissance en boutique par rapport à il y a trois ans (+5,6%). Tous les autres domaines étant en repli, de l'ordre de -11,6% pour la beauté-santé, -12,1% côté chaussure, ou encore -13,7% pour le textile.



Pour une information complète sur la profession lisez

l'Essentiel de la Chaussure

Nouvelles marques, actualité des salons, tendances modes, rubriques de fond ect... Une mine d'enseignements offerte aux détaillants adhérents à la FDCF.



FDCF

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

fdcf@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

