

## Édito

### La Fédération sur le pont



**L**e manque de repère est une préoccupation constante chez les détaillants : **où nous situons-nous dans la profession ?** C'est une question à laquelle il est difficile de répondre sans avoir les outils pour cela. Nous avons lancé il y a un an des statistiques sur l'évolution des chiffres d'affaires trimestriels. Vous êtes près de 500 à avoir participé à notre panel, un chiffre en constante augmentation, ce qui rend ces

chiffres fiables car représentatifs. Comme chaque année, nous éditons le rapport de branche qui est la photo de notre profession. Le mode de calcul pérenne est très intéressant en ce sens que, depuis presque 10 ans, il valide les comparaisons annuelles. Nous sommes toujours présents sur le CRECENDO, mais pour la première fois nous avons été conviés à participer au salon de Nantes, STEP OUEST. Ce fut une réussite avec un nombre important de détaillants venus nous rencontrer. Enfin, le regroupement des salons parisiens va devenir une réalité mais que de temps perdu... qu'il sera difficile de combler.

Le fil rouge de cette année pour la FDCF sera encore le coaching de nos magasins ou comment performer. Pour ceux qui l'ont mis en place, les résultats sont très positifs, au point que la Fédération a décidé de subventionner une partie importante de ce coaching (réservé aux adhérents). Vous découvrirez en pages intérieures comment maintenir son activité et améliorer ses performances et sa rentabilité. Un court film témoignage a été réalisé, disponible sur simple demande à notre secrétariat ou sur notre FB.

Parmi les avantages d'adhérer à la fédération, l'accès à l'assistance juridique. Des couvertures encore plus adaptées sont proposées avec des plafonds conséquents. Comme toute assurance, il convient d'être très précis dans ses demandes et de respecter un timing contraint. Aussi, dès qu'un problème risque de provoquer une procédure, faut-il ouvrir un dossier auprès de notre secrétariat. C'est un rappel car trop d'entre vous nous sollicitent en cours de procédure et sont déçus de n'être pas pris en compte par la protection juridique.

De concert avec la Confédération des Commerçants de France, nous avons rencontré le ministre du commerce, Monsieur Serge Papin, pour aborder un unique sujet : les dates de soldes... encore et toujours ! Nos demandes ne changent pas car les faits restent immuables : les dates sont bien trop tôt, et quid du respect des prix de référence ? Un mémo lui sera présenté très prochainement, fruit du travail des syndicats de l'équipement de la personne. Ce fut aussi le cas lors des dernières municipales pour alerter nos élus sur la désertification des centres-villes.

Bonne lecture et bonne saison de printemps !

Le président Jean-Pierre Gonet



Cette saison, nous nous sommes déplacés au salon STEP OUEST à Nantes, à l'invitation des organisateurs. Toujours plus près de nos confrères détaillants !



Michèle Perez, Sandrine Bohana et Philippe Daqui ont animé le stand FDCF sur STEP OUEST et répondu aux demandes des visiteurs sur les services proposés par la Fédération.

## Sommaire

- 2 Les chiffres de la profession : baromètre d'activité
- 3 Portrait de branche / Apprentis, du changement dans les aides à l'embauche
- 4 Actualité des salons : Crecendo Expo & Centro
- 5 Step ouest : Bertrand Marais et Françoise Charles-Marais
- 6 Coaching personnalisé
- 7 xxxxxxxx
- 8 Prochaine Assemblée Générale de la FDCF

# Les chiffres de la profession

## Baromètre d'activité de la chaussure dans le commerce indépendant – Bilan 2025

Le chiffre d'affaires de la chaussure chez les détaillants indépendants a chuté en 2025 (- 2,20 %). Découvrez ci-dessous les résultats détaillés du baromètre d'activité de la chaussure, réalisé par le média professionnel Boutique2Mode, en partenariat avec la Fédération des Détaillants en Chaussure de France (FDCF).

Les temps sont durs pour les détaillants indépendants de la chaussure. C'est en tout cas le constat que l'on peut dresser en compilant l'ensemble des données des baromètres d'activité 2025\*, réalisés par le média Boutique2Mode, en partenariat avec la Fédération des Détaillants en Chaussure de France (FDCF). Sur l'ensemble de l'année, l'activité recule ainsi en moyenne de 2,20 % en 2025. Après un début d'année légèrement positif au 1er trimestre (+ 0,50 %), le 2e trimestre (+ 1,50 %) a laissé espérer une amélioration durable de l'activité. Malheureusement, la tendance s'est ensuite nettement retournée au 3e trimestre (- 3,50 %), avant de se dégrader davantage en fin d'année (- 5,20 %).

Malgré tout, sur l'ensemble de l'année, la baisse apparaît moins marquée pour la chaussure, comparativement à l'ensemble du segment mode (prêt-à-porter, lingerie, chaussure, accessoires, maroquinerie), en recul de 3,10 % en 2025. Une contre-performance tirée notamment par des ventes en chute libre dans le prêt-à-porter.

Découvrez ci-dessous les résultats détaillés du baromètre d'activité de la chaussure, selon les segments (femme, homme, enfant), la taille de l'entreprise, le type d'emplacement, ainsi que la localisation géographique.

### Tous les segments de la chaussure sont à la baisse en 2025

Sur l'ensemble de l'année 2025, le repli de l'activité ne se limite pas à un segment en particulier. La tendance est négative pour la chaussure femme, la chaussure homme et la chaussure enfant. Si l'homme résiste un peu mieux, la baisse apparaît plus marquée sur la femme et l'enfant, confirmant une année globalement sous pression pour la profession. Les résultats consolidés font apparaître les tendances suivantes :

- Ventes de chaussures femme : - 2,30 %
- Ventes de chaussures homme : - 1,90 %
- Ventes de chaussures enfant : - 2,80 %

### Les petites boutiques toujours en difficulté

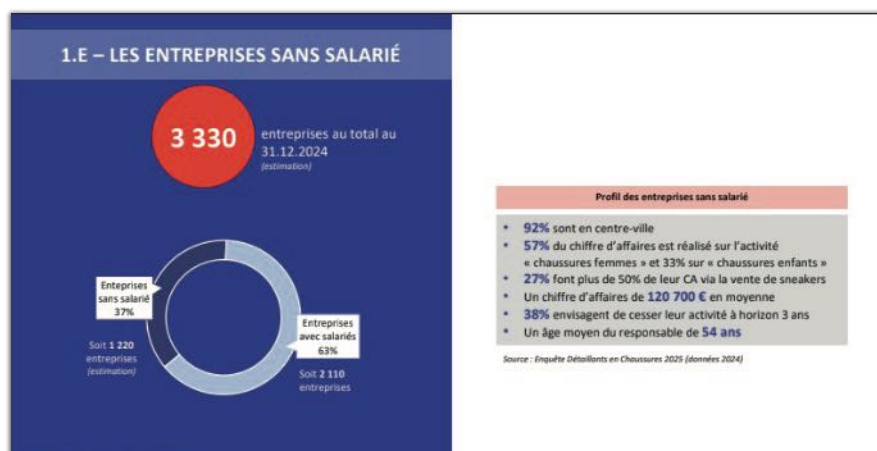
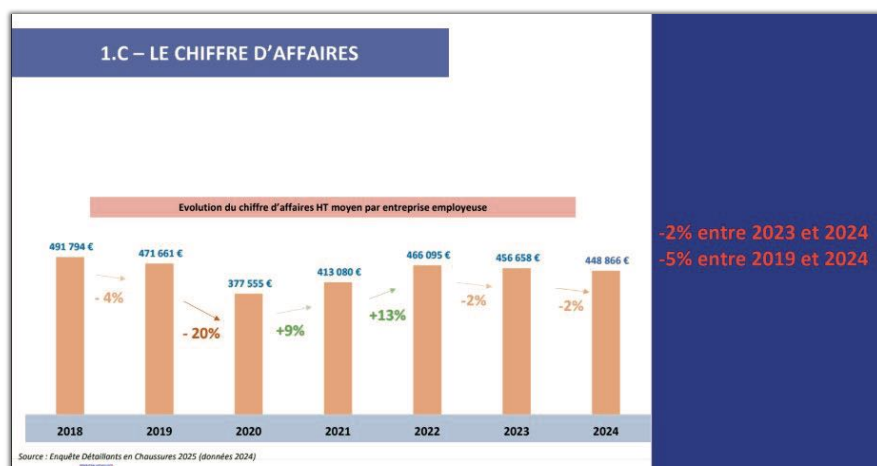
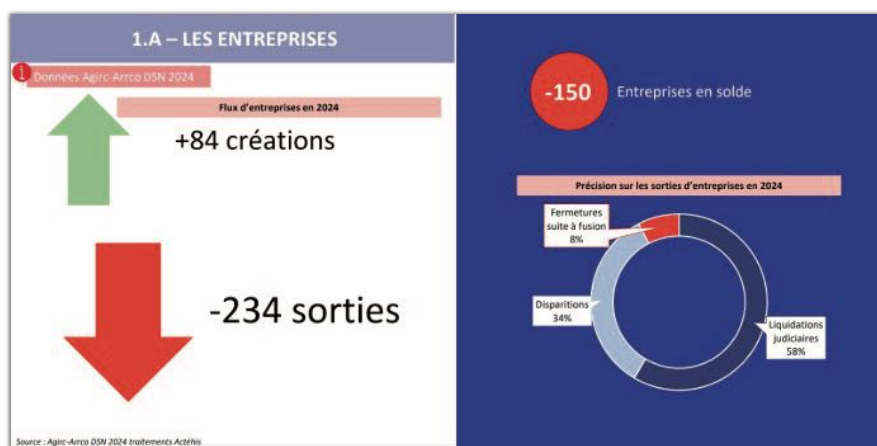
Comme observé au fil des trimestres, les plus petites structures restent les plus fragilisées. Les commerces sans salarié enregistrent le repli annuel le plus marqué, avec une baisse moyenne de 3,40 % de leur chiffre d'affaires. Les entreprises de moins de cinq salariés suivent la même trajectoire et clôturent également l'année en négatif (-2,60 %).

À l'inverse, les entreprises comptant entre cinq et dix salariés parviennent globalement à stabiliser leur activité sur l'année, avec une évolution même légèrement positive (+0,10 %). Les structures employant entre dix et vingt salariés restent en recul (-2,30 %). Enfin, les entreprises de plus de vingt salariés affichent une baisse plus contenue (-1,80 %), sans pour autant échapper à la tendance générale.

### Les boutiques des centres commerciaux limitent la casse

En 2025, l'emplacement a pesé fortement sur l'activité des détaillants indépendants de la chaussure. Les magasins implantés en centres commerciaux et galeries marchandes, qu'ils soient situés

\* Données issues d'enquêtes trimestrielles consolidant plus de 1 200 réponses de détaillants indépendants commercialisant des articles de chaussure.



en centre-ville ou en périphérie, affichent une baisse plus contenue que la moyenne. Ces emplacements ont globalement mieux résisté, portés par des flux de clientèle plus réguliers.

À l'inverse, les boutiques implantées en rue de centre-ville terminent l'année davantage dans le rouge. Même constat pour les magasins situés en zones d'activité commerciale ou retail parks, qui apparaissent parmi les plus pénalisés en 2025.

#### Une baisse d'activité généralisée sur l'ensemble du territoire

Dernier focus de ce baromètre FDCF/Boutique2Mode, les résultats régionaux confirment que la baisse d'activité touche l'ensemble du territoire en 2025. Toutes les régions ressortent en recul sur l'année, même si l'intensité de la baisse varie sensiblement d'une zone à l'autre.

#### L'analyse de la rédaction de Boutique2Mode

« Sur l'ensemble de l'année 2025, l'activité des détaillants indépendants de la chaussure recule ainsi en moyenne de -2,20 %. Après un premier semestre légèrement positif, la tendance s'est nettement retournée au cours de l'été, puis s'est accentuée en fin d'année, avec un quatrième trimestre particulièrement dégradé (-5,20 %). Dans un contexte économique et politique tendu, les temps forts commerciaux n'ont pas suffi à inverser la dynamique, confirmant une consommation toujours mesurée. Même s'il convient de noter que la baisse apparaît moins marquée pour la chaussure, comparativement à l'ensemble du segment mode (prêt-à-porter, lingerie, chaussure, accessoires, maroquinerie), en recul de 3,10 % en 2025. Dans le détail, tous les segments sont orientés à la baisse sur l'année, avec un recul plus marqué sur la chaussure femme et la chaussure enfant, tandis que l'homme résiste un peu mieux. Les écarts restent également sensibles selon la taille des entreprises : les boutiques sans salarié et les petites structures figurent parmi les plus fragilisées, tandis que les entreprises comptant entre 5 et 10 salariés parviennent, à l'inverse, à stabiliser leur activité sur l'année, faisant figure d'exception. L'emplacement pèse aussi sur la performance : les magasins implantés en centres commerciaux et galeries marchandes limitent mieux la baisse que la rue de centre-ville et les retail parks.

Les résultats régionaux confirment enfin une baisse généralisée sur l'ensemble du territoire. Toutes les régions ressortent en recul sur l'année, avec des baisses malgré tout plus contenues en Provence-Alpes-Côte d'Azur, en Île-de-France et dans le Grand Est, tandis que la Corse, les Pays de la Loire et la Normandie apparaissent davantage sous pression.

Rappelons que ces données consolidées traduisent une moyenne. Les situations peuvent varier fortement d'une ville à l'autre, voire au sein d'une même agglomération, certains commerçants enregistrant des progressions à deux chiffres quand d'autres voient leur chiffre d'affaires reculer plus sensiblement.

Il n'en reste pas moins que ce repli global confirme une année compliquée pour les détaillants indépendants de la chaussure, marquée dans l'ensemble par des volumes d'affaires en retrait. Dans ce contexte, la profession aborde le début d'année 2026 avec prudence, d'autant que les soldes d'hiver se sont révélés une nouvelle fois globalement décevants, laissant planer des incertitudes sur le rythme de reprise de l'activité dans les mois à venir. Affaire à suivre. »

Social

## Apprentis : du changement dans les aides à l'embauche

Très attendus suite au retard de la loi de finances 2026, les montants des aides pour les apprentis viennent d'être publiés. **Les aides pour les diplômés jusqu'au niveau Bac (CAP, BEP, Bacs pro) sont maintenues à 5 000 €.**

Les aides aux apprentis égales ou supérieures au Bac +2 :

- Apprenti en Bac +2 (BTS, TP...) : 4 500€

- Apprenti en Bac +3 et +4 (Licence, master...) : 2 000€

**La FDCF avait défendu auprès des pouvoirs publics la priorité sur les diplômés Bac +2** qui sont essentiels dans notre branche. L'aide sur ces diplômes a finalement peu baissé, passant de 5 000 à 4 500€. Pour rappel, l'aide est versée à l'employeur en une seule fois la 1ère année d'embauche.

**Pour trouver un apprenti, rendez-vous sur :**

<https://www.alternance.emploi.gouv.fr/accueil>

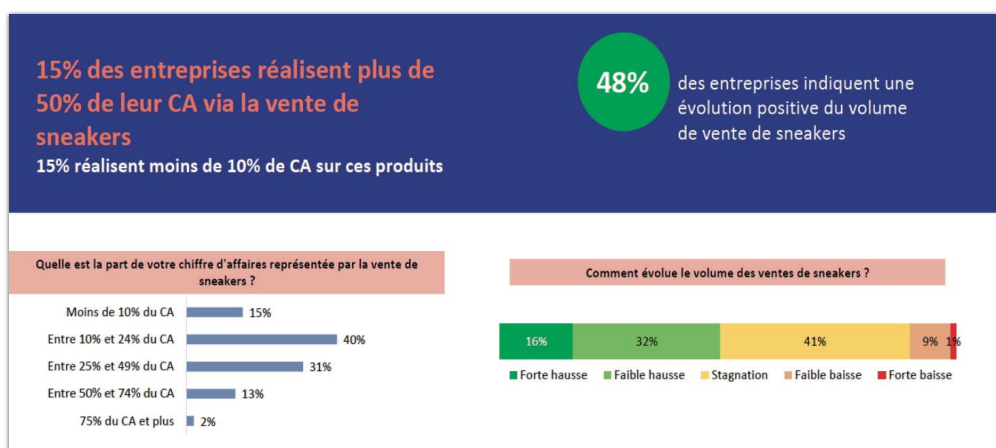
# Portrait de la branche : Nouvelles informations sur la digitalisation de nos activités et la vente des sneakers

Grâce à vos réponses cette année encore au questionnaire de branche, nous avons pu recueillir des données économiques et sociales sur vos entreprises, vos chiffres d'affaires, vos collaborateurs en 2024... Une nouvelle question cette année portait sur la digitalisation de nos activités. Nous avons pu constater que 30% des détaillants réalisaient de la vente en ligne (via click and collect, site, réseaux sociaux, marketplace). Parmi ces détaillants :

- 2% du chiffre d'affaires annuel en 2024 était représenté par les ventes à distance ;

- 23% ont constaté une augmentation de la demande sur les sites de vente.

D'autres questions ont été posées sur la vente des sneakers, et sur leur part dans le CA de l'entreprise :



# Les salons Crecendo Expo et Centro se retrouvent !

Le Salon Crecendo Expo, organisé au Parc Floral de Paris, est un rendez-vous professionnel incontournable du secteur de la chaussure. Il s'est tenu les 1<sup>er</sup> et 2 mars 2026 pour la présentation des collections Hiver 2026-27.

Le salon est porté par l'association ARICI qui rassemble des représentants indépendants de la filière chaussure.

En janvier 2026, **Christophe Trinel a succédé à Gilbert Mugnier** à la présidence de ARICI. Nous lui avons posé quelques questions sur l'avenir de cette manifestation.

Tout d'abord, Christophe Trinel nous précise qu'il n'a pas eu l'occasion, lors de la passation, de remercier Gilbert Mugnier pour son implication et saluer l'excellent travail qu'il a accompli au cours de ces dernières difficiles années marquées par un contexte particulièrement compliqué, notamment la crise des Gilets jaunes et la pandémie de COVID-19.

Christophe Trinel nous précise que sa première mission est de préserver l'association (loi de 1901) et ses moyens. La seconde est de tout faire pour que les membres de cette association travaillent. Or, ce qui fait vivre les représentants indépendants, ce sont leurs clients, les détaillants !!! Eux aussi doivent y trouver leur intérêt.

Pour Christophe Trinel : « La valeur ajoutée de ce salon, ce sont les marques que l'on trouve dans les vitrines des boutiques moyen et haut de gamme, des marques commerciales qui dégagent de la trésorerie. »

« Financièrement, la séparation des salons sur Paris était un gouffre financier. Les détaillants n'y trouvaient pas leur compte en multipliant les déplacements sur Paris ou en faisant l'impasse sur l'une des deux manifestations. Pour mettre fin à cela, Christophe Trinel indique qu'au jour de notre interview, **il y a une réelle volonté de réunir à nouveau les salons CRECENDO et CENTRO**. Les pourparlers sont sur le point d'être conclus de façon imminente. Les deux salons devraient être réunis dans les locaux de la Porte de Champeret, beaucoup moins chers que le Parc

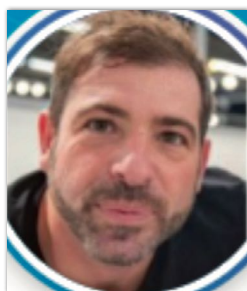


Philippe Daquai (FDCF) et Christophe Trinel, organisateur de Crecendo.

Floral. Comme les réservations de salles sur Paris se font plusieurs semestres avant les manifestations, les prochains salons auront lieu le 1<sup>er</sup> week-end de mars et le 3<sup>e</sup> week-end de septembre. Les dates peuvent évoluer avec le temps, en fonction des autres salons internationaux comme Milan. Ces dates ne font pas l'unanimité, on s'en doute, mais elles semblent maintenant convenir à une grande majorité d'exposants, y compris les producteurs allemands du fait de la multiplicité de leurs collections ».

Lors de cette édition de mars 2026, les collections Hiver 2026/2027 sont dynamiques et si les patronages évoluent peu, ils capitalisent sur des formes qui ont eu du succès cet hiver. La nouveauté se remarque par des coloris gais et des matières nouvelles.

## Gregory Hugon (Centro) : « À nouveau, un grand salon à Paris ! »



Interview de Gregory Hugon (président de Centro), lors de l'exposition de Nantes, le 9 mars.

Au salon Crecendo début mars à Vincennes, Christophe Trinel nous annonçait que le regroupement des salons parisiens était une question d'heure.

Gregory Hugon confirme : « Aujourd'hui, le protocole est signé. Je m'en réjouis et suis enthousiaste de cette réunion des salons Crecendo

et Centro qui a été permise par la volonté des nouveaux présidents respectifs et malgré un problème de dates et de place. Pour 80 % des exposants, le 3<sup>e</sup> week-end de septembre est une bonne date pour organiser un grand salon national à Paris qui permet aux détaillants de finaliser leurs commandes après avoir, pour beaucoup, fait une première sélection lors des salons régionaux qui sont de mieux en mieux organisés.

« Avec l'Espace Champerret rénové, je suis certain que les détaillants vont jouer le jeu et refaire le déplacement à Paris pour valider et compléter leurs achats dans de bonnes conditions. C'est d'autant plus nécessaire que les organismes de presse professionnelle (Hebdo Cuir, Chaussé et l'Essentiel de la Chaussure) ont disparu. Les détaillants vont vite se rendre compte qu'il se

passé quelque chose de positif et qu'il faut en être. L'offre est encore pléthorique et ce n'est pas possible ni raisonnable de figer toutes les commandes d'une saison en deux jours.

« Du côté des représentants, la session de septembre enregistre déjà de nouvelles inscriptions d'agents et de représentants (une cinquantaine), qui se limitaient aux show-rooms régionaux, souvent pour des problèmes de coût et de fréquentation.

« Le nouveau salon de Champerret respectera les univers de la chaussure de luxe, de la chaussure moyen-haut de gamme et des chaussures économiques. C'est une offre complète qui sera présentée aux détaillants sur plus de 5 000 m<sup>2</sup> (pouvant évoluer jusqu'à 9 000 m<sup>2</sup> si nécessaire). Nous travaillons déjà sur le plan des stands qui sera rapidement soumis aux 3 associations pour modification puis validation ».

Et quelles sont les tendances pour l'hiver 2026-27 que vous constatez ? « le noir est de plus en plus remplacé par le marron chocolat, avec l'arrivée du bordeaux et du beige clair, coloris que l'on a pu découvrir dans les salons du prêt à porter. Les verts et kaki et imprimés restent présents pour faire des vitrines colorées et attirantes. »

Lors de la réception organisée par le salon de Nantes, Patrizio Franceschin qui représente les agents italiens du luxe est venu nous saluer et confirmer sa satisfaction de retrouver un grand salon parisien.

# STEP OUEST : Bertrand Marais et Françoise Charles-Marais poursuivent l'héritage familial à Nantes

Depuis huit ans, le salon professionnel STEP OUEST s'est imposé comme un rendez-vous incontournable pour les acteurs de la chaussure dans l'Ouest de la France. Créé par Étienne Marais, il est aujourd'hui repris par Bertrand Marais et Françoise Charles-Marais, qui ont décidé de poursuivre l'aventure familiale tout en conservant l'esprit qui a fait le succès de l'événement.



À droite Françoise Marais et l'équipe.

« Le salon a été créé par mon père, Étienne Marais. Depuis un an, nous l'avons racheté et notre objectif est de continuer dans la même lignée, en gardant l'esprit du salon pour les exposants et les détaillants », expliquent-ils.

#### Une fidélité forte des exposants

La sélection des marques repose en grande partie sur les demandes directes des professionnels. « La plupart des exposants viennent vers nous. On peut dire que 90 % reviennent d'une saison à l'autre », précisent les organisateurs. Si certaines marques disparaissent, d'autres

apparaissent régulièrement : « À chaque édition, nous accueillons environ quatre ou cinq nouvelles marques. C'est important de renouveler les modèles et les exposants. »

Pour cette édition, le salon réunit 135 stands, avec deux à trois exposants par espace, soit près de 400 agents présents et 480 marques.

#### Une fréquentation stable

Malgré un contexte parfois incertain pour les salons professionnels, la fréquentation semble se maintenir. « Nous nous attendions à une légère baisse, mais la première journée a finalement atteint le même niveau que lors de la précédente édition », se réjouissent Françoise et Bertrand. La première journée a enregistré environ 400 visiteurs, un chiffre comparable à celui du salon précédent. Les organisateurs espèrent une fréquentation similaire pour la deuxième journée.

#### Un accueil soigné pour exposants et détaillants

Le point fort du salon ? L'organisation et l'accueil. « Nous voulons que les exposants arrivent et n'aient rien à faire », expliquent-ils. Les stands sont entièrement préparés : nappes en tissu, bureaux, tapis d'essayage et miroirs. Du côté des visiteurs, l'attention est également au rendez-vous : un espace petit-déjeuner, des boissons disponibles toute la journée et un verre d'accueil contribuent à créer une atmosphère conviviale et professionnelle.

#### Un projet d'espace maroquinerie

Pour les prochaines éditions, les organisateurs réfléchissent déjà à de nouvelles évolutions. Leur principal projet : développer un espace dédié à la maroquinerie. « Aujourd'hui, dans les magasins de chaussures, on trouve souvent aussi des accessoires ou quelques sacs à main. Cette tendance se développe », observent-ils.

L'idée serait de créer un espace spécifique, situé sur la mezzanine du salon, afin d'accueillir davantage de marques de maroquinerie. « Cela pourrait attirer encore plus de détaillants, ce qui profiterait à la fois aux marques de chaussures et



Michèle Perez, Isabel Sequalino et Philippe Daquai de la FDCF avec Bertrand Marais, organisateur de Step Ouest.

aux maroquiniers ». Les organisateurs comptent travailler sur ce projet dès la fin du salon pour le préparer sur les six prochains mois.

#### Le rôle essentiel des salons régionaux

Face à la multiplication des show-rooms privés, certains détaillants privilégient parfois des rencontres plus ciblées avec les marques. Pourtant, pour Françoise et Bertrand, les salons régionaux gardent toute leur importance. « Un salon regroupe un large panel de marques et de modèles. Pour les détaillants, c'est essentiel pour voir les tendances de la saison et comparer différentes collections. »

#### Des dates parfois difficiles à fixer

L'organisation d'un salon repose également sur un défi logistique : trouver des dates compatibles avec les autres événements professionnels et la disponibilité des lieux.

« Il y a plus de salons régionaux que de week-ends disponibles dans la saison », constatent-ils. Les chevauchements sont donc parfois inévitables.

À Nantes, la forte demande pour le parc des expositions impose d'ailleurs de réserver les dates très longtemps à l'avance, parfois près de deux ans.

« Cela peut poser problème pour certains agents qui couvrent plusieurs régions et ne peuvent pas être partout au même moment. Mais c'est souvent la disponibilité de la salle qui détermine le calendrier. »

#### Continuer à faire vivre l'esprit STEP OUEST

Malgré ces contraintes, Bertrand Marais et Françoise Charles-Marais souhaitent avant tout préserver l'ADN du salon : un événement à taille humaine, convivial et efficace pour les professionnels du secteur. « Notre objectif est simple : que les exposants et les détaillants soient bien accueillis et que les détaillants trouvent ici un large choix de marques et de nouveautés. »

Après huit ans d'existence, STEP OUEST confirme ainsi sa place dans le calendrier des salons professionnels, avec une ambition claire : continuer à évoluer tout en restant fidèle à son esprit d'origine. Bertrand Marais et Françoise Charles-Marais ont remercié la FDCF d'être venue à la rencontre des détaillants à Nantes.

# Coaching personnalisé

## Accompagnement des dirigeants d'entreprise de la profession

Comment m'y prendre afin de maintenir mon activité et améliorer mes performances et ma rentabilité ? Nous débutons le coaching par l'analyse de l'exploitation commerciale de votre activité et des indicateurs comptables et commerciaux et nous allons rechercher à les optimiser afin d'apporter à l'existant une amélioration des performances. Dans le but d'identifier les axes à consolider, les axes correctifs à apporter. Quels outils utiliser et quelle(s) méthode(s) mettre en œuvre. Puis sur quelle durée et avec quels acteurs.

En un mot : « **D'abord consolider les bases** économiques et/ou stratégiques pour ensuite s'occuper des axes opérationnels »

- Comprendre vos problématiques.
- Récupérer vos données.
- Analyser les éléments.
- Identifier les potentiels de gains Orienter les axes prioritaires.



Puis nous allons plus en détail sur **les bases économiques et/ou stratégiques** :

- Stratégie d'entreprise
- Bilan comptable
- EBE
- Stratégie RH
- Approche managériale
- Stratégie merchandising
- Stratégie des achats
- Analyse des résultats et de l'assortiment
- Optimisation des valeurs de stock
- Analyse des performances
- Budgets achats
- Base de données client
- Zone de chalandise
- Offre de gamme de produits et de services
- Architecture d'intérieur
- Décoration d'intérieur
- Concept store
- Identité de marque(s)
- Communication à 360°

Et plus encore en fonction de vos besoins

En un mot si vous vous dites :

- Comment puis-je être sûr que mes achats sont bien proportionnés ?
- Est-ce que j'achète trop ou trop peu ?
- Mon offre est-elle en phase avec ma clientèle et avec l'évolution démographique de ma zone d'influence ?
- Les marques que je travaille sont-elles à leur maximum de rentabilité ? - Le budget de mes marques ou de mes univers est-il bien réparti ?
- Est-ce que ma base client est bien exploitée ?
- Où puis-je trouver des relais de croissance ?
- Quelles sont mes marges de manœuvre ?
- Où gagner en rentabilité ?

**Ce service peut certainement vous être des plus utile !**

Votre spécificité est prise en compte dans le coaching professionnel quelle que soit votre situation :

- 100% multimarques
- 100% en franchisé
- Un mixte entre franchise(s) et multimarque(s)
- Sur une petite surface, moyenne surface ou grande surface de vente,
- Concept store
- Quelque soit de nombre de magasins (d'un à plus de 20 points de vente)
- Avec plus ou moins de réserve voir des réserves externalisées.

- Une implantation en centre-ville, périphérie, ruralité, centres commerciaux ou encore en galerie marchande

- Que vous ayez un univers 100% chaussures, avec un espace maroquinerie ou encore un univers prêt à porter et de l'accessoirisation Une implantation au boitage ou à la paire...

- Vente en ligne ou Marketplace Outlet

Ce service peut répondre à l'ensemble des parcs existant dans la profession.

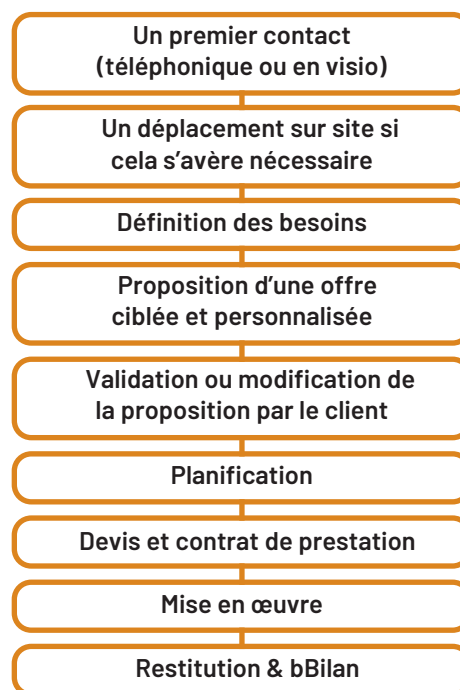
En un mot : « *Une fois ce travail réalisé, nous pouvons nous consacrer à la partie la plus opérationnelle* ».

**Humanisons le commerce**

- Développer l'expérience client dans une approche phygital
- Le merchandising de mon offre et mes pôles d'attaques (vitrines – podium-tables..)
- Animer mon équipe
- Maîtriser les outils de communications notamment les outils digitaux (RS)
- Mieux maîtriser mes produits y compris la Sneaker
- Créer du storytelling par mon savoir et mon savoir-être au bénéfice du client
- Développer mes indicateurs qualitatifs et quantitatifs Créer du réachat « Et bien d'autres encore »

Les formations proposées par la Fédération peuvent venir enrichir cette partie opérationnelle avec des budgets dédiés et pour certain avec aucun reste à charge.

**Un dispositif administratif plus simple :**



À noter que dans le contrat un nombre de points intermédiaires en visioconférence est stipulé ainsi que les périodes de restitutions notamment pour les achats. La durée de la mission peut varier en fonction des besoins de chaque entreprise allant d'une quinzaine de jours à plusieurs mois.

Ce service proposé par la Fédération Française des Détaillants en Chaussures de France prend en charge ce coaching à hauteur de 50% du coût de base soit 1 200€ HT et ceci dans la limite des places disponibles. Concernant les missions plus complètes un devis complémentaire sera établi. Plusieurs coachings ont été réalisés en 2025 et les gains sont tangibles et exprimés par les dirigeants eux-mêmes.

**Contact :** GILLES ASCOËT – 06 07 35 66 02 – gilles.ascoet@hotmail.fr



# Une protection Juridique pensée pour répondre aux besoins des adhérents FDCF

En tant qu'adhérent de la FDCF, vous bénéficiez d'une **Protection Juridique incluse avec votre adhésion.**

## A quoi sert la Protection Juridique ?

La **réglementation** est de plus en plus **complexe** et change régulièrement, vous imposant de nouvelles obligations et pouvant être **source de conflits** avec une commune, un bailleur, l'administration...



Notre contrat :

- **vous facilite l'accès au droit** et à la **justice**
- **défend vos droits et intérêts en cas de litiges**
- **prend en charge les frais de justice et honoraires d'avocat**

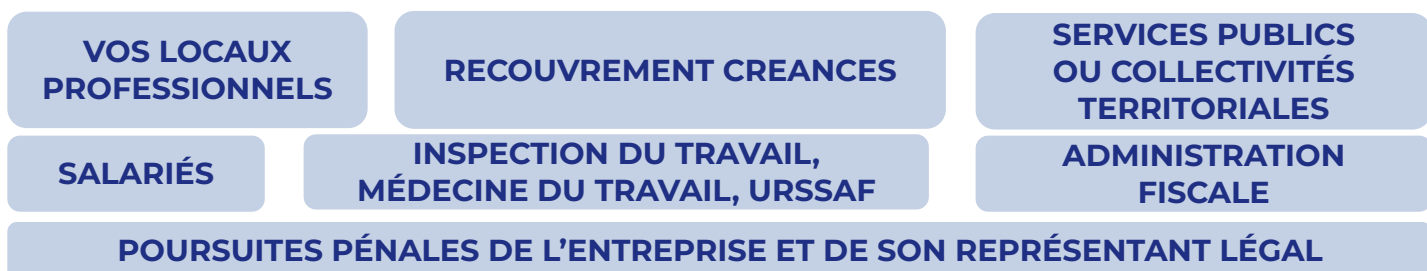
Avec les juristes de la Macif, vous avez un accompagnement à chaque phase :



## Pour quelles situations ?

Dès que vous avez un **litige** dans le cadre de votre activité professionnelle, c'est-à-dire un conflit avec un tiers comme votre propriétaire, un salarié, une commune, le trésor public, l'Urssaf... et où vous êtes amené à faire valoir vos droits.

Nous vous protégeons en cas de **litiges** survenus notamment sur les domaines suivants :



Les garanties sont accordées dans les conditions et limites du contrat **Protection Juridique Vie Professionnelle Entreprise souscrit**



Le contrat **Protection Juridique Vie professionnelle Entreprise** distribué par la Macif est assuré par **THEMIS**, société anonyme au capital de 2 499 840 €, entreprise régie par le Code des assurances, 582 067 922 RCS Niort. Siège social : 1 rue Jacques Vandier 79000 Niort.

MACIF - MUTUELLE ASSURANCE DES COMMERÇANTS ET INDUSTRIELS DE FRANCE ET DES CADRES ET SALARIÉS DE L'INDUSTRIE ET DU COMMERCE. Société d'assurance mutuelle à cotisations variables. Entreprise régie par le Code des assurances. Siège social : 1 rue Jacques Vandier 79000 Niort.



FÉDÉRATION DES  
DÉTAILLANTS EN  
CHAUSSURES DE FRANCE

# ASSEMBLEE GENERALE

Dimanche 7 et 8 juin 2026  
La Grande Motte



Nous avons le plaisir de vous convier à notre Assemblée Générale 2026.

Ce rendez-vous annuel est un moment clé pour découvrir nos orientations stratégiques, échanger sur les enjeux de la profession et partager vos expériences avec d'autres détaillants en chaussures.

Dans une ambiance conviviale et constructive, votre participation contribuera activement à l'avenir de notre organisation.

Nous comptons sur votre présence !

## PROGRAMME



**Lundi 8 juin 2026**

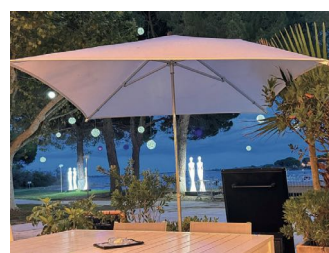
10h00 Assemblée générale salle de conférence hôtel LE PROSE

13H00 - Déjeuner de clôture sur place

**Dimanche 7 juin 2026**

Accueil des participants à l'hôtel LE PROSE  
17H30-18H45 Visite sur Catamaran Lucile suivi d'un cocktail

20h00 Diner sur le port au Ponant Sur Berges



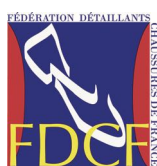
## CONTACT



0142067930

fdcf@chaussure.org

Participation au week end  
249 € par couple  
195 € single



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

