



fnh

fédération
nationale de
l'habillement

LIVRE BLANC - MUNICIPALES 2026

CENTRE-VILLE

**POUR UNE
REVITALISATION DURABLE
DU COMMERCE
INDÉPENDANT DE
L'HABILLEMENT**

FÉDÉRATION NATIONALE DE L'HABILLEMENT

Ce livre blanc constitue une initiative importante pour la revitalisation et le développement de nos commerces.

Face aux mutations économiques et sociétales, le commerce de proximité doit redevenir un moteur d'attractivité et de cohésion.

Je suis fier de soutenir une démarche qui incarne pleinement notre vision partagée : celle d'un secteur résilient, innovant et tourné vers l'avenir. Ce livre blanc ne se limite pas à dresser un état des lieux des enjeux actuels, il propose également des pistes d'action concrètes et stratégiques pour relever les défis d'aujourd'hui et anticiper ceux de demain.

La CPME est pleinement engagée pour accompagner cette initiative. Ensemble, nous devons conjuguer nos efforts pour garantir la pérennité et le dynamisme de nos commerces de proximité, piliers de la vie locale et vecteurs essentiels de lien social.

Je tiens à exprimer ma gratitude envers la Fédération Nationale de l'Habillement pour son travail exemplaire et saluer l'implication de toutes celles et ceux qui œuvrent, avec passion et détermination, pour l'avenir de nos commerces.

Unissons nos forces pour bâtir un avenir prospère, équitable et durable pour le commerce en France.

Amir Reza-Tofighi
Président de la CPME



La Confédération des Petites et Moyennes Entreprises (CPME) est l'organisation patronale française dédiée aux TPE et PME, tous secteurs confondus : commerce, industrie, services et artisanat. Forte d'un réseau territorial couvrant l'ensemble du pays, elle représente 320 000 entreprises employant plus de 5 millions de salariés. Partenaire social, la CPME défend les intérêts économiques et sociaux des dirigeants auprès des pouvoirs publics, des institutions et dans les négociations paritaires. Elle porte haut les valeurs des entreprises à taille humaine : proximité, responsabilité et dynamisme, et accompagne les chefs d'entreprise dans leurs transitions, notamment numériques et environnementales.

La FNH est adhérente à la CPME.

SOMMAIRE

Introduction	1
Une vision prospective	2
Consultation nationale	3
Les entretiens régionaux	4
Propositions de la FNH	5
Conclusion	6

INTRODUCTION

À l'approche des élections municipales de 2026, je tiens à m'adresser à toutes celles et ceux qui font vivre nos centres-villes au quotidien : commerçants, élus, citoyens, partenaires territoriaux.

Le commerce indépendant de l'habillement est bien plus qu'une activité économique. C'est un métier de passion, de proximité, de lien social. C'est une présence humaine dans nos rues, une vitrine de notre diversité, un reflet de nos territoires. C'est ainsi une source de vie et de rencontres.

Ce livre blanc est le fruit d'un travail collectif mené tout au long de l'année 2025. Il s'appuie sur quatre piliers :

- **Une vision prospective**, issue de la table ronde du 7 juillet 2025, qui a réuni des experts de l'urbanisme, de l'économie et du commerce.
- **Une consultation nationale**, "Mon commerce, la vie dans ma ville", qui a permis de recueillir la parole des commerçants
- **Les entretiens régionaux** : dans les 13 comités régionaux de la Fédération, nos adhérents ont exprimé 39 propositions concrètes.
- **Une série de propositions concrètes**, élaborées à partir des constats partagés et des attentes exprimées par les commerçants.

Nous avons voulu, à travers ce document, porter une voix forte et constructive.

Nous appelons les élus municipaux à reconnaître le rôle fondamental des commerçants indépendants dans la vitalité des centres-villes.

Ce livre blanc est une invitation à l'action. Ensemble, faisons du centre-ville de demain un lieu vivant, humain et commerçant.

Pierre Talamon
Président de la FNH

01

UNE VISION PROSPECTIVE

Une vision prospective pour le commerce indépendant en centre-ville

Le 7 juillet 2025, la Fédération Nationale de l'Habillement (FNH) a organisé à Paris la 2^e Rencontre Nationale du Commerce et de la Mode.

Cette table ronde, animée par **Natacha Fellous**, journaliste spécialisée, a réuni des experts pour réfléchir à l'avenir du commerce indépendant en centre-ville.

Intervenants :

- **Carlos Moreno** – Urbaniste, créateur du concept de la ville du quart d'heure
- **David Lestoux** – Sociologue et urbaniste
- **Thibault Le Carpentier** – Économiste, spécialiste des mutations du commerce
- **Sandrine Brandt** – Directrice des engagements de mission chez Harmonie Mutuelle

02

Face à la montée du e-commerce, à l'invasion des produits low-cost des plates-formes digitales internationales, aux mutations sociétales et à la vacance commerciale, les détaillants indépendants de l'habillement doivent se réinventer. Lors de la 2^e Rencontre Nationale du Commerce et de la Mode, experts et acteurs du secteur ont dressé un constat sans appel : l'avenir du centre-ville passe par l'expérience, la proximité et la coopération.

Le président de la FNH, Pierre Talamon, a ouvert la rencontre en rappelant le rôle fondamental du commerce indépendant et a souligné que les commerçants indépendants créent de la vie, des souvenirs, des émotions, et que leur présence est essentielle à la vitalité des centres-villes.



LE COMMERCE DE L'HABILLEMENT EST BIEN PLUS QU'UNE ACTIVITÉ ÉCONOMIQUE : C'EST UN VECTEUR DE LIENS SOCIAUX, DE DIVERSITÉ, D'IDENTITÉ CULTURELLE.



Le commerce indépendant de l'habillement, longtemps considéré comme une simple activité économique, est fragilisé par des défis multiples.

Une pression économique accrue

Loyers élevés, charges en hausse, fiscalité contraignante : les commerçants doivent composer avec des coûts qui grèvent leurs marges. À cela s'ajoute la concurrence des plateformes numériques, capables de proposer des prix cassés et une livraison express.

Des modes de vie bouleversés

Télétravail, hybridation des usages, recherche de proximité : les flux en centre-ville se transforment. Les consommateurs ne se déplacent plus pour un simple achat. « La problématique n'est plus d'attirer des gens vers le commerce, mais de créer des espaces de vie où chacun se sent bien », affirme Carlos Moreno.

Un rôle social à réinventer

La crise sanitaire a amplifié l'isolement, notamment chez les jeunes et les seniors. Dans ce contexte, le commerce de proximité reste un rempart contre la solitude. Mais il doit répondre à des attentes nouvelles : durabilité, responsabilité, expérience. « Le centre-ville doit redevenir un lieu affectif, pas seulement pratique », souligne David Lestoux.

Vers une économie de l'expérience

Les experts convergent : l'avenir du commerce indépendant repose sur la capacité à offrir plus qu'un produit. Créer une expérience sans effort, surprendre, personnaliser, intégrer le numérique comme levier – autant de clés pour redonner envie de fréquenter les centres-villes. « Le client ne cherche pas un distributeur, mais un sélectionneur », rappelle Thibault Le Carpentier.

CONCEPTS STRUCTURANTS

Les intervenants de la table ronde – David Lestoux, Thibault Le Carpentier, Sandrine Brandt – ont mis en lumière plusieurs tendances clés :

- **La ville du quart d'heure** : un modèle urbain fondé sur la proximité, l'accessibilité et la multifonctionnalité.
- **L'économie de l'expérience** : les consommateurs ne cherchent plus seulement à acheter, mais à vivre une expérience.
- **La proximité durable** : une économie enracinée dans les territoires, fondée sur les circuits courts et les savoir-faire locaux.
- **L'hybridation des usages** : les lieux de travail et de vie se mélangent, les rythmes changent. La frontière entre bureaux et lieux de vie s'estompe. Les gens télétravaillent, ils veulent vivre là où ils travaillent.
- **La centralité retrouvée** : les centres-villes doivent redevenir des lieux de vie, de rencontre et de commerce.

DÉFIS MAJEURS

01. **Nouvelles attentes des consommateurs** : recherche d'expériences, de qualité, de sens. Les clients ne veulent plus faire deux heures de trajet pour aller faire des courses.
02. **Mobilité contrainte** : les trajets domicile-travail allongés réduisent les opportunités de consommation locale. Les actifs passent moins de temps dans leur ville de résidence, réduisant les opportunités de consommation locale.
03. **Déséquilibres territoriaux** : désertification commerciale dans les petites villes, saturation dans les grandes. Difficulté à fidéliser une clientèle locale (ex. Arras : 36 % de la population n'y vivait pas il y a 15 ans).
04. **Fracture territoriale** : les petites villes souffrent d'un déséquilibre entre habitat, emploi et commerce. Pour les visiteurs vivant hors du centre-ville, la difficulté d'accès, la rareté du stationnement ou l'absence de transports adaptés deviennent des freins dissuasifs.
05. **Vacance commerciale** : les cellules vides se multiplient, en particulier dans les rues marchandes.
06. **Concurrence du e-commerce** : Le commerce indépendant est concurrencé par des plateformes qui vendent des produits à bas prix, sans frais de port.

PROPOSITIONS

Plusieurs pistes d'action concrètes ont émergé :

- **Créer des espaces de vie multifonctionnels** : commerce, culture, santé, coworking.
- **Aménager intelligemment** : piétonisation concertée, parkings souterrains, stationnement adapté et accessibilité.
- **Soutenir les commerçants** : par des politiques locales volontaristes aides ciblées, managers de centre-ville, une gouvernance partagée.
- **Valoriser l'identité locale** : labels régionaux, événements culturels, partenariats avec écoles de mode.
- **Intégrer la santé et le bien-être comme facteurs d'attractivité** (corrélation entre densité médicale et dynamisme commercial).

UN APPEL A LA GOUVERNANCE COLLECTIVE

Les experts ont insisté sur la nécessité de plans locaux, adaptés à chaque territoire, et d'une **gouvernance inclusive** associant commerçants, élus, propriétaires et acteurs du flux (mobilité, services, santé). L'avenir du centre-ville repose sur la coopération et l'innovation, avec une vision transversale où **l'écologie ne s'oppose pas à l'économie**.



La FNH appelle à penser local, agir collectif et anticiper les mutations, sans renier les valeurs du commerce indépendant.

CONSULTATION NATIONALE

La parole aux commerçants : consultation nationale - Mon commerce, la vie dans ma ville

Du 6 au 30 septembre 2025, la Fédération Nationale de l'Habillement a lancé une grande consultation auprès de ses adhérents dans les 13 régions françaises.

Cette initiative, démarrée lors du salon Who's Next, Porte de Versailles, du 6 au 8 septembre 2025, visait à recueillir les attentes, les constats et les propositions des commerçants indépendants de l'habillement sur l'avenir du commerce en centre-ville.

03

MÉTHODOLOGIE

Le questionnaire comportait :

- 6 questions principales (QCM, échelles de satisfaction, commentaires libres)
- Des thématiques ciblées : attractivité, fréquentation, attentes vis-à-vis des mairies, priorités pour la revitalisation

RÉSULTATS CLÉS

01. Défis prioritaires

- Faire face aux charges (loyers, énergie, fiscalité)
- Attirer plus de clients dans un contexte de baisse de fréquentation
- S'adapter au numérique (visibilité, outils, e-commerce)

02. Attentes vis-à-vis des mairies

- Faciliter l'accès et le stationnement
 - Sécuriser et entretenir les rues commerçantes
 - Encadrer les zones commerciales périphériques
 - Organiser des animations commerciales
- Rénover les locaux vacants

03. Perception de l'attractivité

- Une majorité juge leur centre-ville moyennement ou peu attractif
- Les causes évoquées : manque de dynamisme, vacance commerciale, accessibilité difficile

04. Fréquentation

- Baisse constatée par plus de 60 % des répondants
- Raisons évoquées : concurrence du e-commerce, travaux urbains, perte d'habitude post-Covid

05. Priorités pour revitaliser

- Créer une expérience urbaine : parcours commerçants agréables, lieux de vie
- Valoriser les commerces indépendants : communication, soutien local
- Améliorer l'accessibilité : transports, stationnement, signalétique

PAROLES DE COMMERÇANTS



Témoignage 1 :

« On ne peut pas faire vivre un centre-ville sans penser aux gens qui y travaillent et y consomment. »



Témoignage 2 :

« La piétonisation, oui, mais avec des parkings accessibles et des transports adaptés. »



Témoignage 3 :

« Il faut arrêter de penser que le numérique est l'ennemi du commerce physique. Il peut être un allié, sous réserve de bien l'utiliser. »

ENSEIGNEMENTS POUR L'ACTION

La consultation révèle une forte attente de reconnaissance, de soutien et de co-construction. Les commerçants souhaitent :



**ÊTRE
INTÉGRÉS AUX
DÉCISIONS
LOCALES**



**BÉNÉFICIER DE
DISPOSITIFS
ADAPTÉS À LEUR
RÉALITÉ**



**PARTICIPER À UNE
VISION COLLECTIVE
DU CENTRE-VILLE
DE DEMAIN**



LES ENTRETIENS RÉGIONAUX

Les entretiens régionaux : 13 régions, 39 propositions concrètes

Dans le cadre de sa réflexion sur l'avenir du commerce de proximité, la Fédération Nationale de l'Habillement a conduit une série d'entretiens au sein de ses comités régionaux entre septembre et octobre 2025.

Ces échanges ont permis de recueillir les perceptions des adhérents et d'approfondir les constats observés sur le terrain : concentration des flux commerciaux, déséquilibre entre offre et demande, manque de coordination locale, et besoin de diversification des usages en centre-ville.

Ces constats nourrissent les propositions de la FNH pour les municipales 2026.

04

AUVERGNE RHÔNE-ALPES

La profession en région :

- Salariés : 6 993
- Boutiques : 2 363

Comité régional FNH :

- Président : Jean-Sébastien Veilleux - La Canadienne, Lyon
- Vice-président : Philippe Bettant - Smart, Lyon
- Président département 69 : Sébastien Le Guillou - Le Guillou, Lyon

Propositions concrètes :

1. **Sécurité** : priorité à la sécurité avec une coordination renforcée des forces de l'ordre, le déploiement de la vidéosurveillance, des patrouilles visibles en centre-ville, et la création d'une application dédiée aux commerçants pour le signalement et le suivi des incidents.
2. **Accessibilité** : une stratégie d'accessibilité et de mobilité intégrée, combinant la réouverture d'axes stratégiques, l'optimisation des feux tricolores, la fiabilisation des transports publics et l'extension des parkings relais avec des incitations à l'achat.
3. **Attractivité** : une stratégie d'attractivité fondée sur la consommation locale et responsable, le soutien aux associations de commerçants, la concertation via un comité des opérateurs du centre-ville, et une attention renforcée à la propreté et à l'entretien des espaces publics pour améliorer l'image et le confort du centre-ville.

BOURGOGNE FRANCHE-COMTÉ

La profession en région :

- Salariés : 1 748
- Boutiques : 618

Comité régional FNH :

- Présidente : Sophie Sandri
Sophie Sandri, Bavans
- Vice-présidente : Julie Adnot
Peeters - Boutique Pénélope, Vesoul
- Membre du Bureau : Edwige Franchequin - Vintage 2015, Vesoul
- Membre du Bureau : Julie Gautier - La Vie en Rose, Luxeuil-les-Bains
- Présidente département 70 : Pauline Dechilly Pernot - Pippa & Polly, Luxeuil-les-Bains
- Présidente département 25 : Anne-Sophie Baier - So'Anne, Quingey

Propositions concrètes :

1. **Conditionner les aides à l'implantation** à des études de marché locales et à la cohérence avec l'offre existante.
2. **Transformer les centres-villes en laboratoires de transition économique**, conciliant mix commercial, écologie et accessibilité.
3. **Soutenir la création d'un diplôme d'État "vendeur commerce indépendant"** : en mettant à disposition des locaux, en facilitant les partenariats éducatifs et en intégrant cette initiative dans ses politiques locales de revitalisation et d'emploi.

BRETAGNE

La profession en région :

- Salariés : 3 403
- Boutiques : 1 132

Comité régional FNH :

- Présidente : Géraldine Scardin
Amor-Lux, Lorient

Propositions concrètes :

1. **Renforcer la gouvernance locale du commerce** : en rendant obligatoire un adjoint ou référent commerce dans les communes de plus de 7000 habitants, en créant un poste de manager de centre-ville, et en instaurant des comités de pilotage trimestriels pour coordonner animations et travaux.
2. **Faciliter l'accès aux centres-villes** : grâce à des parkings relais avec navettes gratuites, des tickets et abonnements préférentiels, des zones bleues pour favoriser la rotation, et une incitation au stationnement périphérique pour les professionnels.
3. **Améliorer l'attractivité des centres-villes** : par un programme de mobilier, éclairage, propreté et végétalisation, tout en maintenant des services essentiels comme la poste, la santé, le sport et la culture.

CENTRE VAL DE LOIRE

La profession en région :

- Salariés : 1642
- Boutiques : 504

Comité régional FNH :

- Président : Alain Liger
Liger Homme, Orléans
- Vice-présidente : Inès Aubrun de Brechard – Aubrun Homme, Bourges
- Membre du Bureau : Alban Liger
Liger Homme, Orléans

Propositions concrètes :

1. **Transparence locale** : prioriser une communication municipale claire et fréquente sur la diversité des modes de déplacement et de stationnement, pour améliorer la lisibilité des politiques locales pour les commerçants et les usagers.
2. **Stationnement incitatif** : lancer ou relancer les tickets parking à la consommation via les associations de commerçants, pour favoriser la fréquentation des commerces en centre-ville grâce à des incitations concrètes.
3. **Lien territorial** : réorientation du rôle du manager de centre-ville vers la médiation, la coordination d'animations et le relais d'information pour renforcer le lien entre les acteurs économiques et les collectivités locales

GRAND EST

La profession en région :

- Salariés : 4 113
- Boutiques : 1254

Comité régional FNH :

- Présidente : Hacina Saada Vicino, Strasbourg
- Présidente département 57 : Sophie Romeo – Lacoste, Metz

Propositions concrètes :

1. **Accessibilité** : mieux concerter les commerçants sur les travaux et animations, adapter les dispositifs de stationnement aux parcours clients réels, et instaurer des créneaux gratuits ciblés entre 12h et 14h tous les jours de la semaine pour faciliter la venue en centre-ville.
2. **Sécurité** : mettre en place une application citoyenne pour les signalements en temps réel et structurer les groupes d'alerte commerçants-police autour d'une charte de modération et de procédures claires.
3. **Loyers commerciaux** : engager une concertation avec les bailleurs pour aligner les loyers sur le marché, appuyée par des études et médiations immobilières, avec possibilité d'encadrement en cas d'échec.

HAUTS DE FRANCE

La profession en région :

- Salariés : 4 038
- Boutiques : 1292

Comité régional FNH :

- Président : Frank Hoët – Twin Set, Hazebrouck
- Vice-président : Philippe Cardon – Aux Arcades, Bruay-la-Buissière
- Membre du Bureau : Marie-Gabrielle Soyez – Embellie, Cambrai

Propositions concrètes :

1. **Garantir la continuité de l'activité commerciale pendant les travaux** : créer un comité obligatoire avec les représentants des commerçants dès la phase amont, pour préserver les intérêts de chacun, coordonner les réseaux via un calendrier consolidé et intégrer un représentant des commerçants aux réunions de chantier pour fluidifier le dialogue.
2. **Garantir l'accessibilité des centres-villes** : adopter des politiques de stationnement favorables à l'activité commerciale, en incluant des gratuités ciblées de 45 minutes pour éviter les voitures « ventouses », une tarification raisonnable, et des études d'impact indépendantes avant toute modification majeure.
3. **Garantir l'attractivité des centres-villes** : soutenir activement les associations de commerçants pour structurer des animations commerciales efficaces et non bloquantes pour l'activité commerciale, tout en renforçant la sécurité par une coordination locale adaptée avec la police municipale, la police nationale et la gendarmerie.

ILE DE FRANCE

La profession en région :

- Salariés : 15 513
- Boutiques : 3 540

Comité régional FNH :

- Président : Patrick Aboukrat
La Mercerie Parisienne, Paris
- Vice-présidente : Nathalie
Friedlander – Brand Bazar, Paris
- Membre du Bureau : Antoine
Salmon – Rives Paris, Paris
- Président département 92 :
Sébastien Grange – Men in
Becon, Courbevoie

Propositions concrètes :

1. **Accessibilité** : concertation obligatoire avec les représentants du commerce pour toute modification d'accessibilité des zones commerciales, qu'elle concerne la voirie, le stationnement, la circulation, les transports en commun ou la piétonnisation.
2. **Gouvernance** : mise en place d'un service commerce expert au sein des collectivités territoriales visant à structurer et professionnaliser l'action publique en matière de développement commercial.
3. **Vacance encadrée** : suivi régulier de la vacance commerciale par quartier, avec analyse des causes, mobilisation des propriétaires pour proposer des solutions de location, et encadrement juridique des locations éphémères, incluant une taxation des loyers et des périodes d'inoccupation.

NORMANDIE

La profession en région :

- Salariés : 2 905
- Boutiques : 937

Comité régional FNH :

- Président : Hervé Huchet
La Villa Homme, Deauville
- Membre du Bureau : Stéphane
Rodier – Guinnement, Granville
- Membre du Bureau : Liliane
Sergent – Morny Habillement,
Deauville
- Président département 14 :
Sébastien Djouadi
Saint James, Cabourg

Propositions concrètes :

1. **Faciliter l'accès aux «courses obligatoires» en centre-ville** : garantir un accès pratique en voiture via des zones bleues d'une à deux heures et des dépose-minute adaptées, ainsi que des parkings réservés aux salariés cofinancés par les municipalités et les entreprises.
2. **Renforcer l'appui aux associations de commerçants** : soutien aux animations commerciales incluant leur structuration, un accompagnement financier et logistique, et une coordination étroite avec les services municipaux.
3. **Équilibrer l'offre commerciale** : garantir une diversité commerciale (services, métiers de bouche, santé...), d'agir sur les locaux vacants via des outils municipaux (taxation, préemption, occupation temporaire).

NOUVELLE AQUITAINE

La profession en région :

- Salariés : 5 488
- Boutiques : 1 928

Comité régional FNH :

- Présidente : Bernadette Hirsch
Mademoiselle H, Le Bouscat
- Vice-président : Georges Simon
Jane de Boy, Lège-Cap-Ferret
- Président département 64 :
Valentin Villa – Loela, Pau

Propositions concrètes :

1. **Accessibilité commerciale** : fluidification du trafic, réduction du coût du stationnement et/ou extension de la gratuité à 2h, mise en place de solution de paiement simple, possibilité pour les commerçants d'offrir des heures de stationnement à leur client.
2. **Diversifier l'offre commerciale** : identifier les types de commerce désirés par la population locale, en s'appuyant sur des études de marché réalisées par les municipalités.
3. **Référentiel locatif** : instaurer des expertises immobilières pour éditer un barème de référence du prix des loyers, en fonction de l'attractivité et du trafic, par quartier et par ville.

OCCITANIE

La profession en région :

- Salariés : 4 649
- Boutiques : 1 617

Comité régional FNH :

- Présidente : Florence Levy
Cadenel Jeans Center, Nîmes
- Membre du Bureau : Juliette
Vignaud – Speak, Gourdon
- Membre du Bureau : Vincent
Rodet – Maison Rodet, Nîmes
- Président département 30 :
Nicolas Stevanovic – NS
Concept Sur Mesure, Nîmes
- Présidente département 34 :
Odette Daudé – Daudé Lingerie,
Montpellier

Propositions concrètes :

1. **Moderniser la signalétique** dans la ville avec des panneaux numériques pour guider les visiteurs.
2. **Mettre en place une gestion municipale des déchets commerciaux**, pour alléger les charges des commerçants.
3. **Créer des parkings relais gratuits en périphérie** avec navettes régulières vers le centre-ville.

PAYS DE LA LOIRE

La profession en région :

- Salariés : 3411
- Boutiques : 941

Comité régional FNH :

- Présidente : Catherine Barthélemy - Antoine et Barthélemy, Chalonnes-sur-Loire
- Président département 85 : Alain Bonnet - Côté & Chic, Jard-sur-Mer

Propositions concrètes :

1. **Optimiser le stationnement en centre-ville** : stopper la réduction injustifiée des places, adopter la tarification à la saisonnalité, et explorer des solutions comme les casiers consignés multi-commerçants pour faciliter les achats sans véhicule.
2. **Lutter contre la vacance commerciale** : en taxant les locaux inoccupés, encourager des loyers alignés sur les valeurs locatives, et structurer le dialogue entre mairies et propriétaires pour favoriser des baux annuels soutenables.
3. **Protéger les centres-villes** : en généralisant, via les PLU/PLUi, l'interdiction de création de cellules commerciales de moins de 300 m² en périphérie.



PROVENCE ALPES CÔTE D'AZUR

La profession en région :

- Salariés : 5 903
- Boutiques : 2 074

Comité régional FNH :

- Président : Olivier Deleuse Duncan, Nice
- Vice-président : Stéphane Corcos - Espace Mirabeau, Saint-Rémy-de-Provence
- Président départements 13 et 84 : Olivier Nalin – Jean Chapel, Sénas

Propositions concrètes :

1. **Mobilité et Accessibilité** : création de places de stationnement dédiées aux seniors, l'instauration d'une carte spécifique, l'ajustement des horaires d'occupation pour limiter la congestion, et le renforcement de la signalétique des zones de dépose-minute.
2. **Livraison mutualisée** : déploiement d'un service de livraison post-achat depuis le centre-ville, fondé sur une logistique mutualisée, des partenariats publics, l'emploi aidé, et une alternative humaine aux casiers automatiques.
3. **PLU commercial** : mise en place d'un urbanisme commercial encadré via un PLU dédié, visant à réguler l'implantation des chaînes et plateformes, garantir une mixité commerciale équilibrée, et protéger les commerces indépendants par des outils réglementaires adaptés.

LES ANTILLES

La profession en région :

- Salariés : 3 420
- Boutiques : 1 007

Comité régional FNH :

- Président : Victor Venutolo MCS, Baie-Mahault (Guadeloupe)
- Vice-présidente : Nathalie Eddo L'Ecrin, Basse Terre (Guadeloupe)
- Membre du Bureau : Nicolas Verot - Mango, Baie-Mahault (Guadeloupe)

Propositions concrètes :

1. **Renforcer la sécurité en centre-ville** en combinant présence policière accrue, outils numériques dédiés aux commerçants, sécurisation des parkings et suivi régulier via un comité sécurité-économie.
2. **Mobiliser les fonds publics disponibles pour rénover les centres-villes** en impliquant les commerçants dans la planification des travaux et en assurant leur accompagnement pendant les chantiers.
3. **Créer des zones franches régulées en centre-ville** pour alléger les charges des commerces, stabiliser l'écosystème local et piloter la diversification via un urbanisme commercial cohérent.

Ce Comité régional comprend la Guadeloupe (971), la Martinique (972), la Guyane (973), Saint-Barthélemy (971) et Saint-Martin (978).

Une stratégie globale, locale et durable

Face aux mutations profondes du commerce, la Fédération Nationale de l'Habillement propose une stratégie articulée autour de six axes complémentaires.

Pensée à la fois globale, pour répondre aux enjeux nationaux, locale, pour s'adapter aux réalités des territoires, et durable, pour inscrire le commerce dans une dynamique de long terme, cette feuille de route vise à :

- **renforcer la résilience des centres-villes** face aux crises économiques et sociales,
- **soutenir les commerçants indépendants**, acteurs clés du tissu économique local,
- **répondre aux attentes des citoyens**, en matière de proximité, de diversité et de qualité de vie.

1. GOUVERNANCE LOCALE

- Consultation obligatoire des commerçants avant tout projet impactant le tissu économique local.
- Intégration des commerçants aux instances de pilotage des politiques urbaines.
- Droit de préemption sur les locaux vacants des municipalités, de la mairie elle-même, afin d'assurer une diversité commerciale, une offre de biens et de services en harmonie avec les quartiers et le cœur de ville
- Création d'un manager de centre-ville rattaché directement au maire, avec une mission transversale sur le commerce, l'aménagement, l'animation et le foncier. Le rôle du manager de centre-ville est trop souvent flou, sous-employé ou inexistant. Il doit devenir un levier stratégique.

2. FISCALITÉ ET FONCIER COMMERCIAL

- TVA réduite ou super-réduite pour les commerces de proximité en zones fragiles (QPV, centres-villes en reconquête).
- Création d'un outil national d'intervention foncière pour racheter, rénover et relouer les cellules vacantes à des activités stratégiques.
- Exonérations conditionnées à des engagements : emploi local, transition écologique, mixité fonctionnelle.

« Il n'est pas possible de faire peser les loyers d'étages insalubres et inoccupés sur les locataires des commerces en pied d'immeuble. »

3. MOBILITÉ ET ACCESSIBILITÉ

- Parkings accessibles et incitatifs, idéalement souterrains ou en périphérie immédiate.
- Renforcement des transports publics : fréquence, amplitude horaire, intermodalité.
- Solutions de mobilité douce : navettes électriques, vélos en libre-service, zones de dépose-minute.

« La piétonisation doit s'accompagner d'une réflexion sur l'accessibilité, sans quoi elle aggraverait la vacance commerciale. »

4. DIVERSIFICATION DES USAGES ET MIXITÉ FONCTIONNELLE

- Tiers-lieux commerciaux, espaces partagés, services de proximité (santé, bien-être, coworking).
- Reconversions de cellules obsolètes en logements, ateliers, lieux culturels.
- Maintien de bureaux d'entreprises en centre-ville pour soutenir l'offre commerciale.

« Le centre-ville doit redevenir un espace de vie attractif, multifonctionnel, accessible à tous. »

5. SOUTIEN AUX DYNAMIQUES COLLECTIVES

- Renforcement des associations de commerçants : financement, formation, animation.
- Coordination entre collectivités et commerçants pour les événements, les travaux, les projets urbains.
- Lutte contre l'économie souterraine : contrôles renforcés, soutien aux commerces légitimes.

6. TRANSITION NUMÉRIQUE ET VISIBILITÉ

- Fonds pour la transition numérique des petits commerces, avec accompagnement personnalisé.
- Campagnes de communication sur le commerce de centre-ville, valorisant les indépendants.

« Le numérique ne doit pas être vu comme un ennemi du commerce physique, mais comme un allié. »

conclusion

Pour une ville vivante, humaine et commerçante

Ce livre blanc témoigne d'une dynamique collective portée par la Fédération Nationale de l'Habillement et ses partenaires.

Il incarne la volonté de repenser le commerce de centre-ville à l'aune des transformations sociétales, territoriales et numériques.

À travers les constats, les échanges et les propositions formulées, il trace les contours d'un projet commun : celui d'un commerce indépendant fort, vivant, et pleinement intégré à la vie locale.

Cette conclusion est une invitation à prolonger l'élan engagé, à faire des centres-villes des espaces de cohésion, d'innovation et de prospérité partagée.

06

CONCLUSION

Ce livre blanc est le reflet d'une mobilisation collective, d'une volonté affirmée de penser le commerce autrement, et d'un engagement profond pour les territoires.

Les commerçants indépendants de l'habillement sont les piliers de nos centres-villes. Ils incarnent une économie humaine, locale, créative et résiliente. Pourtant, ils sont confrontés à des défis majeurs : mutation des modes de vie, concurrence du numérique, déséquilibres territoriaux, vacance commerciale, complexité réglementaire.

Face à ces enjeux, la Fédération Nationale de l'Habillement propose une vision claire et des solutions concrètes. Elle appelle à une gouvernance locale plus inclusive, à des politiques fiscales et foncières adaptées, à une transition numérique accompagnée, à une mobilité pensée pour tous, et à une diversification des usages qui redonne du sens à la ville.

Les propositions formulées dans ce livre blanc ne sont pas des revendications isolées. Elles sont le fruit d'un dialogue avec les commerçants, les élus, les experts, les citoyens. Elles traduisent une ambition partagée : celle de faire du centre-ville un lieu de vie, de lien, de commerce et de culture.

Nous invitons les élus municipaux à s'emparer de ces propositions, à les adapter à leurs territoires, à les enrichir avec les acteurs locaux. Nous les appelons à co-construire des politiques publiques ambitieuses, durables et inclusives.

Pierre Talamon
Président de la FNH

PENSER LOCAL.
AGIR COLLECTIF.
ANTICIPER LES MUTATIONS.
SANS RENIER NOS VALEURS.

”

À propos de la Fédération Nationale de l'Habillement (FNH) :

La FNH est une organisation professionnelle qui représente les intérêts des commerces de mode indépendants en France. Elle œuvre pour la défense des intérêts des détaillants de mode, en fournissant un soutien stratégique, en menant des actions de lobbying et en favorisant les échanges entre les différents acteurs du secteur.



www.federation-habillement.fr

**REJOIGNEZ-
NOUS SUR**



federationhabillement



@Federation.Habillement



federation-nationale-de-l-habillement



@Fed_Habillement