

FESTO



M

2023

MANIFESTO

Commerce indépendant de l'habillement

E HABILL

EPENDANTS

BOUTIQUE

NT MOD

Notre environnement connaît de profonds bouleversements et de fortes mutations. Dans ce contexte incertain, plus que jamais, nous sommes aux côtés de nos adhérents, avec des administrateurs tournés vers l'action collective. La FNH est la première organisation professionnelle de la branche habillement textile et elle s'engage quotidiennement pour faire entendre la voix des indépendants.

Ma conviction est qu'une meilleure coopération entre l'ensemble des acteurs qui composent notre filière, de nos fournisseurs à nos clients, est essentielle pour faire gagner notre profession. Je souhaite que la FNH s'inscrive résolument dans une approche globale du secteur de la mode qui ne saurait dissocier ses trois parties constitutives : création / production / vente .

Nous devons encourager une création et une industrie de renouveau européen pour soutenir une mode responsable et forte, qui saura faire face aux importations provenant de pays ne partageant pas les mêmes valeurs sociales et environnementales. Pour encourager cet axe de différenciation, nous devons bénéficier d'une fiscalité incitative.

Les axes métiers reviennent également au premier plan car les enjeux économiques sont importants, le secteur est touché de plein fouet et l'intégralité de la filière mode vacille. Les besoins très concrets de la profession sont remis au centre des préoccupations : loyers, soldes, recrutement, social, trésorerie, numérique.

C'est réunis que nous serons plus solides et plus combattifs.

Pierre TALAMON
Président



EDITO



Magasins	Emplois	Centre ville
30 300	78 800	74%

Notre objectif

Face à la situation dans laquelle se trouvent les commerçants indépendants du secteur de l'habillement, l'heure est à l'action. Soit nous parvenons à transformer les conditions d'exercice de notre métier pour protéger les commerçants indépendants en les accompagnant dans leur transformation, afin de mieux les inscrire dans la nouvelle donne mondiale, soit nous assisterons au déclin de toute une profession prise en étau entre des charges et des complexités administratives de plus en plus lourdes et de l'autre la concurrence de puissants acteurs internationaux qui auront imposé partout les nouveaux codes du e-commerce.

Nous poursuivons un seul objectif : soutenir le commerce qui est au cœur des transformations économiques et sociétales en France et qui contribue à entretenir le dynamisme des territoires et l'animation de la vie locale.

LES ENJEUX



Défis et opportunités de la profession

Numérique

- Le commerçant indépendant doit pouvoir mettre en place un schéma idéal technologique lui permettant de développer une véritable stratégie de connaissance du client.
- Les consommateurs diversifient de plus en plus leurs pratiques digitales dans leurs achats.
- L'expérience digitale et l'expérience en magasin doivent être complémentaires, et les commerçants doivent être attractifs pour les jeunes générations.

Modèle économique

- L'augmentation des charges et la diminution du volume des ventes remet en cause la trésorerie et les marges.
- Les contraintes administratives et financières deviennent de véritables freins à la croissance.
- Le système bancaire a une méconnaissance du modèle économique des indépendants.

Esprit pionnier

- Le chef d'entreprise doit sans cesse s'actualiser dans son métier pour être innovant et pour se différencier par rapport à la concurrence.
- La relation de proximité avec le client évolue très vite.
- Le commerçant indépendant doit proposer une offre diversifiée, sans cesse réinventée et être accessible dans des centres-villes ouverts et accueillants.

Emploi

- Les commerçants font face à des difficultés de recrutement de personnels qualifiés.
- La profession n'est plus attractive pour les jeunes.
- Les chefs d'entreprises ont besoin d'être accompagnés et formés.

International

- La relocalisation du textile en France gagne du terrain.
- Le commerçant indépendant doit pouvoir élargir son sourcing dans les marques françaises et européennes.

Environnement

- La surproduction textile mondiale pose la question du gaspillage et du recyclage des textiles
- Le développement du commerce de la seconde main est-il un risque ou une opportunité pour les commerçants indépendants.

Repères

- Le commerçant indépendant est souvent isolé, il doit pouvoir bénéficier de l'aide du réseau FNH.
- On parle de plus en plus de missions de l'entreprise, de valeurs ou encore de responsabilité sociétale des entreprises. Mais qu'en est-il exactement ?

Consommation

- Les choix des consommateurs évoluent très vite avec des postures très différenciées, de la slow fashion à la fast fashion.
- Les commerçants indépendants doivent anticiper et prendre de l'avance afin de proposer une offre très particulière et différenciante.

Saisons

- Le rythme des saisons est de plus en plus court et la saisonnalité des collections ne correspond plus aux saisons climatiques.
- Les périodes de ventes doivent être plus lisibles et le prix juste doit redonner du sens.

EFIS ET OPPC

Nos propositions

Les loyers et les taxes

- Actuellement, une mesure temporaire d'urgence a été prolongée jusqu'à la fin de l'année 2023 pour plafonner l'indice ILC à 3,5%. Toutefois, cette mesure d'urgence ne doit pas cacher la nécessité d'une refonte en profondeur des indices d'indexation afin que leurs modalités de calcul soient plus en connexion avec la réalité du commerce de proximité.
- Nous devons revoir le décret n° 2022-357 du 14 mars 2022 relatif à l'indice national trimestriel des loyers commerciaux. La formule prend en compte les indices représentatifs de l'évolution des prix à la consommation (IPCL) à hauteur de 75 % et de celle de l'indice du coût de la construction (ICC) à hauteur de 25 %. L'indice du chiffre d'affaires dans le commerce de détail (ICAVaCD) n'entre plus dans la formule de calcul.
- Fin des paiements à terme à échoir sur un trimestre entier. Le paiement mensuel du loyer doit pouvoir être systématiquement proposé aux commerçants.
- Fin de la taxe foncière à payer par le commerçant. Elle doit être prise en charge par le bailleur.

Les transformations et les travaux d'urbanisation

- L'état doit assurer des commissions de conciliation efficaces et rapides afin d'obliger les élus locaux à informer les commerçants en amont des travaux de voiries et transformations urbaines. Ceci afin d'anticiper une protection des commerçants dans l'exercice de leur métier.
- Livraisons/ ZFE : information exhaustive des points de livraisons possibles en cas de difficulté de livraison à proximité des boutiques dans la zone concernée.
- Collaboration État/Région pour garantir aux commerces des stationnements de clients en périphérie des centres villes pour le sens Province-Centre-ville.

L'emploi et le social

- Poursuivre la baisse des charges travailleurs non-salariés (TNS)
- Renforcer l'aide et l'accompagnement pour la recherche d'alternants

PROPOSITION

Le développement numérique

- Encourager la mise en œuvre d'un crédit d'impôt pour accompagner le développement numérique.
- Faciliter l'accès à l'information concernant les aides régionales ou nationales, par une communication soutenue par le ministère du commerce.
- Consolider la présence digitale des commerçants est primordial dans les années qui viennent, ce qui nécessite un accompagnement pour les commerçants notamment les moins avancés sur le sujet.

Les filières REP (responsabilité élargie du producteur)

- Simplifier la déclaration des écocontributions pour les petits commerces, afin de ne pas les décourager d'engager une démarche responsable. L'exemple avec Refashion pour la filière TLC : ne pas pénaliser les TPE à moins de 5000 pièces (déclaration simplifiée non pénalisante). Il ne faut pas rendre l'écoresponsabilité punitive.
- Adapter les obligations de loi la loi AGEC aux contraintes et engagements des commerçants. Ces obligations sont applicables pour des entreprises industrielles mais pas pour le commerce. Il faut passer d'une logique répressive à une logique incitative.

Les soldes

- Pour être en adéquation avec les nouvelles politiques environnementales des gouvernements européens, nous allons vers une production plus contrôlée et des pratiques de ventes plus vertueuses. Cela semble être une orientation inéluctable.
- Organiser la coordination de tous les acteurs pour le repositionnement des dates avec un cycle de production et de livraison magasin qui lui aussi devra suivre.
- La saisonnalité des collections est un axe déterminant et elle doit être en adéquation avec les dates des saisons réelles. Les soldes pourraient être ainsi sur des périodes plus tardives, en fin de saison.
- La multiplication des promotions et ventes privées avant les soldes est un sujet très compliqué. Leur prolifération a diminué le sens et l'intérêt des soldes. L'objectif serait de redonner de la valeur et un sens à l'achat des consommateurs. Il faut légiférer sur les promotions intempestives.
- Favoriser une législation sur les ventes des pures players en parallèle avec les textes votés au niveau européen pour plus de durabilité, contre une mode éphémère.

ODE  HAB

MANIFESTO

 INDEPE

MENT  MO

Fédération Nationale de l'Habillement

9 rue des Petits Hôtels - 75010 PARIS

01 42 02 17 69

info@federation-habillement.fr

www.federation-habillement.fr

CONTACT