

fnh

fédération
nationale de
l'habillement

RAPPORT MORAL

ANNÉE 2025



SOMMAIRE

Edito du président	1
L'année 2025 en un clin d'œil	2
Les combats de la Fédération	3
Accompagner les adhérents	4
Mobiliser la filière et porter la voix du collectif	5
Un dialogue social de branche structuré et opérationnel	6
Vie fédérale	7
Perspective 2026	8

01

ÉDITO DU
PRÉSIDENT

ÉDITO DU PRÉSIDENT

2025 restera comme une année de bascule.

Face à une concurrence profondément déséquilibrée — portée par l'ultra fast fashion et la dérégulation des échanges — la Fédération a changé de posture : nous ne subissons plus, nous pesons.

Nous avons imposé nos sujets dans le débat public : régulation du e-commerce international, défense du commerce de centre-ville, conditions économiques des indépendants. La FNH est désormais identifiée comme un acteur clé sur ces enjeux.

En 2025, **nous avons replacé le commerce indépendant au cœur des enjeux territoriaux.** À travers notre mobilisation nationale, la consultation des commerçants et le travail engagé pour les municipales de 2026, nous avons fait reconnaître une évidence trop longtemps négligée : sans commerce indépendant, il n'y a ni centre-ville vivant, ni tissu économique durable.

Dans le même temps, nous avons fait un choix clair : **renforcer concrètement la valeur de l'adhésion.** Nouveaux services, outils opérationnels, accompagnement juridique... notre priorité est simple : chaque action a été pensée avec une exigence simple — apporter des réponses immédiates à des réalités terrain.

2025, c'est aussi une montée en puissance du collectif. En structurant notre réseau territorial, en mobilisant l'ensemble de la filière, en développant des projets fédérateurs comme le futur label « Habilleur Indépendant de France », nous avons posé les bases d'une dynamique nouvelle. Une dynamique où la FNH n'est plus seulement une organisation professionnelle. Mais un **acteur de transformation du secteur.**

Le message est clair :

dans un secteur sous tension, seul le collectif permet de tenir et d'avancer.

Pierre Talamon

Président de la Fédération Nationale de l'Habillement

02

L'ANNÉE 2025
EN UN CLIN
D'ŒIL

LES CHIFFRES

Représentativité de la fédération

- Entreprises adhérentes : **296**
- Salariés représentés en France : **64 050**
- Part des femmes dans la profession : **76 %**

Actions internes

- Réunions gouvernance nationale organisées : **15**
- Comités régionaux actifs : **13**
- Recrutement : **1**

Accompagnement économique et juridique

- Questions économiques et juridiques traitées : **217**
- Utilisation des services (questions) : **16**

Contenus publiés

- Newsletters diffusées : **15**
- Articles publiés sur le site internet : **99**
- Vues sur notre site internet : **25 830**

Rayonnement médiatique

- Parutions presse : **408**
- Interviews réalisées : **255**

Poids économique de la profession

- Chiffre d'affaires TTC moyen par établissement : **470 000 €**

TEMPS FORTS DE L'ANNÉE

Fondée en 1938, la Fédération Nationale de l'Habillement s'inscrit dans une histoire longue de défense du commerce indépendant. Mais ces dernières années ont marqué un véritable tournant stratégique.

Face aux transformations profondes du secteur : mutations économiques, pression réglementaire, transition environnementale et évolution des modes de consommation, la FNH a engagé une refonte globale de son positionnement et de ses priorités.

En 2025, cette nouvelle dynamique s'est pleinement affirmée : la Fédération ne s'est plus limitée à représenter la profession, elle entendait peser, anticiper et accompagner activement la transformation de la filière.

LES GRANDES RENCONTRES 2025



1 Salons professionnels - Who's Next

Présence de la Fédération sur deux rendez-vous majeurs de la filière.

Rencontre Nationale du Commerce et de la Mode

Centre-ville 2030 : Réinventer le commerce au cœur des transitions.

3 Consultation nationale « Mon commerce, la vie dans ma ville »

Alimentation des travaux du Livre blanc en vue des municipales 2026 : vacance commerciale, gouvernance locale du commerce, équilibre centre-ville / périphérie...

Échanges avec les pouvoirs publics et décideurs institutionnels

Salon des maires 2025, lois anti fast-fashion.

2

4

03

**LES COMBATS
DE LA
FÉDÉRATION**

LES COMBATS DE LA FNH

Face aux transformations profondes du secteur de l'habillement, la Fédération Nationale de l'Habillement a fait de la défense des intérêts des commerces indépendants une priorité constante en 2025.

Cette action repose sur une conviction forte: le commerce de proximité ne demande pas des privilèges, mais des règles équitables, applicables à tous, et adaptées aux réalités du terrain.

1ER COMBAT: RÉTABLIR UNE CONCURRENCE ÉQUITABLE

Des règles du jeu faussées, un combat pour l'équité économique.

1. Le constat :

L'essor des plateformes internationales d'ultra fast fashion a profondément déséquilibré le marché :

- Explosion des flux de colis à bas prix,
- Contournement des règles fiscales et douanières,
- Absence de contraintes sociales et environnementales.

En 2024, plus de 1,5 milliard de colis de moins de 150 € sont entrés en France, souvent sans droits de douane ni contrôle suffisant. Une situation qui crée une distorsion majeure au détriment des commerçants français.

Chiffre clé

1,5 milliard
colis importés en France en
2024, majoritairement
exonérés de droit.

2. L'action de la FNH :

En 2025, la Fédération a intensifié son action auprès des pouvoirs publics :

- Mobilisation pour la suppression de la franchise de droits de douane,
- Plaidoyer pour un renforcement des contrôles sur la TVA et la traçabilité,
- Propositions de contributions spécifiques sur les flux ultra fast fashion,
- Alerte sur les risques de contournement du marché européen.

3. Résultats et avancées :

- Reconnaissance du sujet comme priorité dans les débats publics,
- Intégration des propositions FNH dans les discussions réglementaires,
- Montée en visibilité du sujet auprès des décideurs.

La FNH s'impose comme un interlocuteur clé sur la régulation du e-commerce international.

COMBAT : DÉFENDRE LE COMMERCE DE CENTRE- VILLE

2ÈME

Un pilier des territoires en danger, une mobilisation nationale.

1. Le constat

Le commerce indépendant de l'habillement est au cœur de la vie économique locale :

- 33 000 points de vente,
- 70 000 emplois,
- près de 12 milliards d'euros de chiffre d'affaires.

Mais il est fragilisé par :

- La baisse de fréquentation,
- La vacance commerciale,
- La transformation des mobilités et des usages.

2. L'action de la FNH :

En 2025, la Fédération a structuré un plaidoyer inédit :

- Publication d'un Livre blanc national,
- Consultation des commerçants dans toute la France,
- Mobilisation des 13 régions,
- Elaboration de 39 propositions concrètes issues du terrain.

3. Résultats et avancées :

Les propositions portées par la FNH ont été largement diffusées dans les échanges avec les élus, contribuant à positionner la Fédération sur les enjeux liés aux élections municipales de 2026. Dans ce cadre, le rôle structurant du commerce indépendant dans la vitalité des territoires a été pleinement reconnu. **La FNH impose ainsi le commerce de proximité comme un enjeu central de l'action publique locale.**

Chiffre clé

39 propositions
élaborées à partir des
remontées terrain pour
revitaliser les centres-villes



3ÈME

COMBAT: REDONNER DES MARGES DE MANŒUVRE AUX COMMERÇANTS

Un modèle économique sous tension, des mesures concrètes pour agir.

1. Le constat :

Les commerces indépendants évoluent dans un environnement de plus en plus contraint, marqué par une hausse continue des charges, une pression accrue sur les prix et des déséquilibres persistants dans les relations commerciales. Dans ce contexte, leur modèle économique s'est fortement fragilisé : entre 2019 et 2024, les ventes des détaillants indépendants ont ainsi reculé de **18,3 %**.

3. Résultats et avancées :

Les propositions portées par la FNH ont été intégrées dans plusieurs discussions législatives, contribuant à une meilleure reconnaissance des difficultés économiques spécifiques du secteur. Les commerçants indépendants sont désormais davantage pris en compte dans les arbitrages publics.

La FNH défend ainsi un cadre économique plus soutenable pour les entreprises.

2. L'action de la FNH :

La Fédération a porté des mesures directement issues du terrain :

- Mensualisation des loyers commerciaux,
- Plafonnement des dépôts de garantie,
- Encadrement des relations bailleurs / locataires,
- Régulation des ouvertures commerciales en périphérie.

Elle a également alerté sur :

- L'impact des promotions, permanentes sur les marges,
- La fragilisation des plus petites structures.

Chiffre clé

-18,3 %
de baisse des ventes depuis
2019 pour les détaillants
indépendants

COMBAT : ENCADRER LES PRATIQUES DU MARCHÉ ET TRANSFORMER LE MODÈLE DE LA MODE

4ÈME

Redonner de la valeur au produit, réguler les excès du marché.

1. Le constat :

Le modèle actuel de la mode apparaît de plus en plus déséquilibré, sous l'effet cumulé de la généralisation des promotions permanentes, de l'accélération des collections et d'une surproduction de produits à faible valeur ajoutée. Cette évolution a profondément modifié le rapport au prix, installant durablement l'idée que le prix plein ne constitue plus la norme pour le consommateur.

3. Résultats et avancées :

Les travaux menés ont permis d'inscrire durablement la question des promotions et du calendrier commercial à l'agenda des discussions sectorielles. Ils ont également contribué à une meilleure reconnaissance du lien entre le modèle économique du secteur et les enjeux de transition écologique, ainsi qu'à l'intégration de ces propositions dans les échanges entre acteurs de la filière.

La FNH défend ainsi une transformation du secteur conciliant performance économique et responsabilité.

2. L'action de la FNH :

La Fédération a défendu une régulation du fonctionnement du marché :

- Repositionnement des soldes en fin de saison,
- Limitation des périodes de promotion
- Instauration d'un cadre plus strict avant les soldes,
- Soutien au projet de loi anti fast fashion.

Elle a également porté :

- Le développement de la seconde main,
- Le renforcement des filières de recyclage.



04

**ACCOMPAGNER
LES
ADHÉRENTS**

ACCOMPAGNER ET OUTILLER LES ADHÉRENTS

Missions de la commission adhérents :

La commission adhérents a pour mission de renforcer le lien avec le réseau, d'identifier les besoins du terrain et d'améliorer en continu l'offre de services de la FNH, afin de soutenir l'engagement et la fidélisation des adhérents.

Ses membres :

- **Bernadette Hirsch** : présidente de la commission
- **Damien Cruchaudet** : Responsable des Relations Contributaires-Adhérents
- **Sophie Sandri, Inès Aubrun, Anne-Sophie Baier, Victor Venutolo, Catherine Barthélémy** : membres de la commission

Un accompagnement renforcé, au plus près des besoins du terrain

En 2025, la Fédération Nationale de l'Habillement a poursuivi un objectif clair : renforcer la valeur de l'adhésion en développant des services utiles, lisibles et directement opérationnels pour les commerçants indépendants.

Dans un contexte de transformation rapide du secteur, l'accompagnement des adhérents s'est structuré autour d'une écoute renforcée et d'une adaptation continue des outils et des services.

Une écoute pour mieux agir

La commission adhérents a permis de structurer la remontée des besoins du terrain et de mieux orienter les actions de la Fédération.

Des consultations et questionnaires ont été déployés pour identifier les attentes prioritaires des adhérents, notamment sur :

- Les sujets juridiques liés aux baux, commerciaux
- Les problématiques de trésorerie;
- Les besoins en outils pratiques.

Ces remontées ont directement alimenté les décisions et les évolutions de l'offre de services.

DES TRAVAUX ORIENTÉS VERS DES RÉSULTATS CONCRETS

Les travaux menés en 2025 ont permis de faire émerger des solutions directement utiles pour les adhérents, en réponse aux besoins exprimés sur le terrain.

Plusieurs réalisations ont été mises en place, notamment le développement de nouvelles offres de services telles que HEXA-SMS ou CREATIF, destinées à accompagner les commerçants dans l'animation de leur activité et leur visibilité.

Parallèlement, des outils pratiques ont été conçus pour sécuriser les pratiques professionnelles, avec la mise à disposition de modèles de contrats et de courriers, notamment en matière de location-gérance ou de baux commerciaux.

La Fédération a également renforcé l'information à destination des adhérents à travers des newsletters dédiées aux services, ainsi que l'organisation de webinaires sur des problématiques opérationnelles.



Perspectives 2026

Dans la continuité des actions engagées, plusieurs axes de travail ont été identifiés afin de renforcer l'accompagnement des adhérents.

La Fédération poursuivra le développement d'outils permettant de mieux structurer la remontée et le suivi des attentes, tout en renforçant les capacités d'analyse et de pilotage des services proposés.

Les dispositifs d'écoute et de consultation seront amplifiés, notamment à travers des formats plus réguliers et accessibles. Parallèlement, de nouveaux temps d'échange directs avec les adhérents seront développés, sous forme de webinaires, de formats courts ou de rencontres de proximité.

L'objectif est de poursuivre le développement de services toujours plus adaptés, lisibles et utiles pour les entreprises.

LE NUMÉRIQUE AU SERVICE DE LA PERFORMANCE DES ADHÉRENTS

Un groupe de travail intégré à la dynamique de la commission

En 2025, la FNH a engagé une réflexion structurante sur les enjeux de numérique et de productivité, en créant un groupe de travail dédié, désormais intégré à la commission adhérents.

Cette initiative vise à accompagner les commerçants dans l'identification de solutions adaptées à leurs besoins et à renforcer leur performance opérationnelle. L'objectif est de proposer un cadre structuré d'évaluation et de recommandation des outils numériques.

Une approche concrète et orientée usages

Les travaux ont permis de mettre en évidence que le numérique constitue un levier stratégique de transformation des entreprises, au-delà de la seule dimension technologique.

Les échanges entre adhérents ont porté sur des usages très concrets :

- Développement du e-commerce,
- Optimisation des coûts,
- Structuration des activités BtoB,
- Renforcement des canaux digitaux.

Ces retours d'expérience ont permis d'ancrer les réflexions dans les réalités du terrain.

DES PREMIÈRES VALIDATIONS À LA STRUCTURATION D'UNE OFFRE DE SERVICES NUMÉRIQUES

Les travaux engagés en 2025 ont déjà permis d'aboutir à des premiers résultats concrets, avec l'identification et la validation de solutions répondant aux besoins des adhérents. La solution FITECO, reposant sur les outils SILAE, a ainsi été validée afin d'accompagner les entreprises dans la gestion de la paie et des ressources humaines. D'autres solutions, comme Joolan Smart Retail, sont en cours d'évaluation afin d'en mesurer la pertinence pour les commerces de mode.

Ces premières avancées s'inscrivent dans une démarche plus structurante visant la création d'un catalogue de solutions numériques FNH, regroupant des outils testés, analysés et validés. Ce catalogue, accessible aux adhérents via le site de la Fédération, reposera sur une évaluation approfondie des solutions (coûts, conditions de déploiement, limites), la capitalisation des retours d'expérience et une validation collective au sein de la commission.

05

**MOBILISER LA
FILIÈRE ET
PORTER LA VOIX
DU COLLECTIF**

UNE FÉDÉRATION AU CŒUR DES DYNAMIQUES COLLECTIVES DU SECTEUR

En 2025, la Fédération Nationale de l'Habillement a renforcé sa capacité à mobiliser les acteurs de la filière, à structurer des dynamiques collectives et à porter une parole commune dans un contexte de transformation profonde du secteur.

À travers ses travaux collectifs, ses actions de communication et ses événements, la FNH a consolidé son rôle d'acteur central du dialogue professionnel et de la valorisation du commerce indépendant.

01 DES TRAVAUX COLLECTIFS POUR STRUCTURER L'AVENIR DU SECTEUR

Le Club Croissance, piloté par Nadine de Lhôpital, Responsable développement réseaux et partenariats, a poursuivi sa mission de laboratoire d'idées en transformant des réflexions stratégiques en projets opérationnels au service de la profession.

Ses travaux ont notamment permis :

- De structurer une réflexion nationale sur la valorisation du métier de détaillant indépendant,
- De contribuer à l'élaboration d'un Livre blanc en vue des élections municipales 2026,
- D'identifier des leviers concrets de compétitivité, notamment à travers les solutions numériques.



Ce travail collectif a permis de faire émerger des propositions structurées, directement issues du terrain, et de renforcer la capacité d'influence de la Fédération.

VERS LA CRÉATION D'UN LABEL STRUCTURANT POUR LA FILIÈRE

02

Dans cette dynamique, la FNH a engagé un projet structurant avec la création du label « Habilleur Indépendant de France », également piloté par Nadine de L'hôpital, visant à valoriser l'excellence des commerces indépendants.

Les travaux engagés ont permis de définir un référentiel exigeant reposant sur plusieurs critères (indépendance, qualité de service, merchandising, engagement RSE, formation), ainsi que de structurer les modalités de déploiement du label.

Ce label a pour ambition de :

- Rendre plus visible un métier encore insuffisamment reconnu,
- Créer un repère de qualité et de confiance pour les consommateurs,
- Valoriser les savoir-faire spécifiques des commerçants indépendants.

Une phase pilote est prévue en 2026, avant un déploiement élargi avec l'appui d'acteurs tiers.

03

UNE COMMUNICATION AU SERVICE DE LA MOBILISATION ET DE L'INFLUENCE

La commission communication constitue un levier essentiel pour structurer la visibilité de la FNH, diffuser une parole claire et cohérente et valoriser le commerce indépendant auprès des adhérents, des partenaires et des pouvoirs publics.

Ses membres :

- **Patrick Aboukrat** : président de la commission,
- **Florence Bonnet-Touré** : Déléguée Générale,
- **Pierre Talamon** : Président de la fédération,
- **Léa Silva** (arrivée début novembre 2025) : chargée de marketing & communication.

Des outils consolidés pour mieux informer et engager

La FNH a poursuivi le développement de ses supports de communication afin de renforcer la diffusion de l'information et l'engagement des adhérents.

Cette dynamique s'est traduite par la diffusion régulière de newsletters, le développement de contenus éditoriaux sur le site de la Fédération, une présence renforcée sur les réseaux sociaux, ainsi que la mise en place de formats d'échange tels que les webinaires.



92 000
impressions
LinkedIn

99
contenus
publiés

76,75% de taux
d'ouverture en
newsletter
adhérents

244
inscriptions
aux
événements

25 830
visites du
site internet

Une communication qui renforce la visibilité et la crédibilité de la Fédération

Les contenus éditoriaux (Livre blanc, articles, ressources) ainsi que les actions de relations presse ont contribué à positionner la FNH comme un acteur de référence sur les enjeux du secteur.

Par ailleurs, la présence de la Fédération sur des événements professionnels a permis de relayer ses positions, d'entretenir ses relations avec les partenaires et d'accroître sa visibilité. À ce titre, la FNH a été présente au Salon des Maires, sur un espace mis à disposition par la CPME, lui permettant de disposer d'un stand dédié. Cette présence a notamment permis de diffuser largement le Livre blanc auprès des acteurs publics et institutionnels, dont une remise officielle à Serge Papin.

Des campagnes engagées pour porter un message collectif

Au-delà de l'information, la FNH a développé des campagnes visant à sensibiliser et à faire évoluer les pratiques de consommation.

À l'occasion du Black Friday, la Fédération a lancé l'opération « Bad Friday », appelant à privilégier une consommation plus responsable et plus locale.

Portée par le message « Acheter mieux, chez votre commerçant indépendant », cette campagne invite à réinterroger les logiques de surconsommation et à valoriser la qualité, le conseil et la proximité.

Un kit de communication a été mis à disposition des adhérents, comprenant :

- Une affiche à apposer en vitrine,
- Des visuels pour les réseaux sociaux,
- Des hashtags fédérateurs tels que #AcheterMieux, #AcheterMoins, #AcheterPlus.

06

UN DIALOGUE
SOCIAL DE
BRANCHE
STRUCTURÉ ET
OPÉRATIONNEL

UN CADRE DE NÉGOCIATION AU SERVICE DES ENTREPRISES ET DES SALARIÉS

En 2025, la FNH a poursuivi son engagement dans le dialogue social de branche, en s'appuyant sur un travail structuré de la Commission Sociale Patronale et des instances de gouvernance des mandats.

La CSP a assuré un rôle central de pilotage stratégique des sujets sociaux, en définissant les positions patronales et en anticipant les impacts économiques et réglementaires pour les entreprises de la branche.

Les négociations ont porté sur des thèmes structurants : salaires minima, temps partiel, classifications professionnelles, formation ou encore protection sociale.

La Commission Sociale Patronale joue un rôle essentiel pour structurer et sécuriser la politique sociale de la branche. Elle permet de définir des positions patronales cohérentes, d'anticiper les évolutions économiques et réglementaires et de défendre les intérêts des entreprises dans les négociations de branche.

Ses membres :

- **Hacina Saada** : présidente de la commission Sociale Patronale.
- **Céline Cavelier** : Secrétaire des instances paritaires CCN IDCC 1483 et Responsable des Affaires Sociales.

La commission mandats permet de structurer et de renforcer la représentation de la Fédération dans les instances clés.

Ses membres :

- **Hacina Saada** : présidente de la commission Mandats,
- **Nadine de Lhôpital** : Responsable développement réseaux et partenariats régionaux,
- **Florence Bonnet-Touré** : Déléguée générale de la FNH,
- **Céline Cavelier** : Responsable des Affaires Sociales,
- **Hervé Huchet, Philippe Cardon** : membres de la commission.

1ER

**DES AVANCÉES CONCRÈTES
POUR LES ENTREPRISES DE LA
BRANCHE**

Les travaux menés en 2025 ont abouti à plusieurs résultats significatifs, directement utiles aux entreprises.

Parmi les principales avancées :

- La signature d'un accord sur le temps partiel, permettant de sécuriser juridiquement des pratiques essentielles à l'organisation des commerces,
- Une structuration renforcée de la position patronale sur les salaires, facilitant l'anticipation des coûts,
- Des progrès significatifs dans la refonte des classifications professionnelles,
- Le maintien de solutions de formation malgré un contexte budgétaire contraint.

Ces évolutions ont permis de proposer un cadre plus lisible, plus sécurisé et mieux adapté aux réalités des commerces indépendants.

**UNE GOUVERNANCE
RENFORCÉE DES MANDATS
POUR PORTER LA VOIX DE
LA BRANCHE**

2ÈME

En parallèle, la Commission mandats a engagé un travail de fond visant à structurer, sécuriser et professionnaliser la représentation de la FNH.

Plusieurs actions structurantes ont été menées :

- Définition de règles claires d'attribution et d'exercice des mandats,
- Mise en place d'outils de sélection et de suivi,
- Réalisation d'un état des lieux des mandats nationaux et territoriaux,
- Renforcement de la coordination entre les représentants.

Ce travail a permis d'améliorer la lisibilité, la transparence et l'efficacité de la représentation de la Fédération, tant au niveau national que local.

3ÈME LA FORMATION PROFESSIONNELLE, UN ENJEU STRATÉGIQUE SOUS TENSION

Dans un contexte marqué par des contraintes budgétaires fortes, la formation professionnelle est restée un sujet prioritaire.

La FNH s'est mobilisée pour :

- Maintenir l'accès à des dispositifs de formation adaptés,
- Valoriser les solutions existantes, notamment les formations financées pour les petites entreprises,
- Accompagner les entreprises dans le développement des compétences.



UN DIALOGUE SOCIAL AU
SERVICE DE LA
TRANSFORMATION DU SECTEUR

4ÈME

L'ensemble de ces travaux témoigne d'un dialogue social actif, structuré et orienté vers des résultats concrets.

En articulant négociation, gouvernance des mandats et actions sur la formation, la FNH contribue à construire un cadre social plus stable, plus lisible et mieux adapté aux enjeux de transformation du secteur.

07

VIE
FÉDÉRALE

UNE GOUVERNANCE NATIONALE STRUCTURÉE AU SERVICE DE L'ACTION COLLECTIVE

En 2025, la Fédération Nationale de l'Habillement a poursuivi le renforcement de son organisation interne afin de répondre aux enjeux de transformation du secteur.

Cette exigence s'est traduite par une gouvernance structurée autour des nouveaux statuts et pleinement mobilisée, permettant d'assurer la cohérence stratégique et l'efficacité opérationnelle de l'action fédérale.

L'année a été marquée par la tenue de :

- 2 Assemblées générales,
- 5 Comités directeurs,
- 8 réunions de Bureau.

Cette organisation garantit un pilotage rigoureux et une capacité d'adaptation constante face aux évolutions du secteur.

Les Assemblées générales ont constitué des temps forts de la vie fédérale. Au-delà de leur dimension statutaire, ces instances ont contribué à :

- présenter le bilan des actions conduites,
- valider les orientations stratégiques,
- et fédérer le réseau autour d'une vision commune.

Réuni à cinq reprises, le Comité directeur a assuré la définition des priorités et la cohérence des actions engagées. le Comité directeur a assuré un rôle central dans le pilotage de la Fédération.

Le Bureau, réuni huit fois, a permis d'en assurer la mise en œuvre opérationnelle et de suivre l'avancement des projets.

Cette articulation entre vision stratégique et exécution opérationnelle constitue un socle essentiel de la gouvernance de la Fédération.

LE LANCEMENT ET LA MISE EN PLACE STRUCTURANTE DES 13 COMITÉS RÉGIONAUX

L'année 2025 a été marquée par l'organisation des élections des bureaux des comités régionaux dans l'ensemble des 13 régions, constituant une étape clé pour le renforcement du réseau territorial.

Ce processus a reposé sur des appels à candidatures, des modalités de vote sécurisées et une mobilisation des adhérents au niveau local. Du 15 avril 2025 au 17 mai 2025, les élections des 13 comités régionaux ont été organisées.

En Normandie, par exemple, une nouvelle présidence a été élue à l'issue d'un vote en ligne organisé du 14 au 27 octobre 2025, à la suite d'un appel à candidatures lancé le 30 septembre 2025.

Au-delà de leur dimension statutaire, ces élections ont permis :

- de renouveler les équipes régionales,
- de favoriser l'émergence de nouveaux profils,
- et de consolider l'engagement des élus locaux.

Elles s'inscrivent dans une démarche plus large visant à renforcer la légitimité et la capacité d'action des comités régionaux.

Le réseau territorial constitue en effet un levier essentiel de l'action de la Fédération. Sa structuration et son dynamisme conditionnent directement la qualité du lien avec les adhérents et la pertinence des actions conduites.



UNE DYNAMIQUE RÉGIONALE ANCRÉE DANS LES TERRITOIRES

En 2025, la Fédération a déployé une animation territoriale concrète, avec des événements organisés dans plusieurs régions, en partenariat avec les acteurs économiques locaux.

Des événements structurants dans plusieurs régions

Plusieurs conférences consacrées aux évolutions du commerce et aux tendances de consommation ont été organisées avec l'intervention d'Olivier Badot, rassemblant entre 60 et 70 commerçants selon les territoires.



Ces événements se sont tenus dans différentes régions :

- **Île-de-France** – Paris, le 14 avril 2025
- **Provence-Alpes-Côte d'Azur** – Savines-le-Lac, le 28 avril 2025
- **Bretagne** – Morlaix, le 2 juin 2025
- **Occitanie** – Nîmes, le 16 juin 2025

Ces rencontres ont permis de :

- apporter un éclairage prospectif sur les mutations du secteur,
- favoriser les échanges entre professionnels,
- et renforcer les liens avec les partenaires territoriaux.

DES FORMATS DE PROXIMITÉ AU PLUS PRÈS DES ADHÉRENTS

D'autres actions ont été menées à travers des formats plus courts et ciblés, permettant une interaction directe avec les adhérents.

En Bourgogne Franche-Comté, deux petits-déjeuners thématiques ont été organisés en partenariat avec la CCI Saône-Doubs et la MACIF :

- **Vesoul**, le 23 avril 2025
- **Pontarlier**, le 5 novembre 2025



Réunissant 15 à 20 participants, ces rencontres ont porté sur des enjeux concrets tels que la santé du dirigeant et de l'entreprise, favorisant des échanges opérationnels et adaptés aux réalités du terrain.

UNE MOBILISATION DE TOUTES LES RÉGIONS AU SERVICE DES TRAVAUX NATIONAUX

L'ensemble du réseau régional a été mobilisé dans le cadre de la préparation du Livre blanc de la FNH en vue des élections municipales de 2026.

Dans ce cadre, 13 entretiens régionaux ont été organisés entre le 15 octobre et le 15 novembre 2025, en présentiel et en visioconférence.

Ces échanges ont permis :

- de faire remonter les réalités du terrain,
- de structurer des propositions crédibles,
- et de donner une vraie légitimité aux positions de la Fédération.

C'est une évolution importante : la FNH ne parle plus "à la place" du terrain, elle parle à partir du terrain.

Un réseau fédéral structuré et en capacité d'agir

La complémentarité entre les instances nationales et les comités régionaux a permis de consolider l'action de la Fédération sur l'ensemble du territoire.

L'organisation d'événements dans plusieurs régions, la mobilisation des élus locaux et la participation active des adhérents contribuent à renforcer :

- la représentativité de la Fédération,
- la qualité du dialogue avec les territoires,
- et la pertinence des actions conduites.

Le réseau régional est en train de passer d'un rôle informatif à un rôle producteur de contenu et d'influence.

08

PERSPECTIVES
2026

LA FNH, UNE HISTOIRE DE COLLECTIF!



« Notre priorité, aujourd’hui, c’est de renforcer le collectif. Dans un environnement de plus en plus complexe, se syndiquer n’est plus une option : c’est une nécessité pour peser, être entendu et accéder à des solutions concrètes.

La FNH s’affirme plus que jamais comme un pilier pour les commerçants indépendants, avec une ambition claire : proposer des offres toujours plus utiles, tournées d’abord vers les adhérents, et directement adaptées à leurs réalités.

Nous avons amorcé un véritable tournant stratégique, qui se concrétisera pleinement en 2026, avec des temps forts majeurs pour la filière. Entre notre présence renforcée sur des rendez-vous structurants comme Who’s Next et l’organisation d’une troisième Rencontre Nationale, notre objectif est clair : rassembler, renforcer le réseau et continuer à faire avancer le commerce indépendant de mode. »

Florence Bonnet-Touré
Déléguée Générale de la FNH



REJOIGNEZ-NOUS



www.federation-habillement.fr



@federationhabilleme



federation-nationale-de-l'habillement



@Federation.Habillement



@Fed_Habillement

9, Rue des Petits Hôtels - 75010 Paris - 01 42 02 17 69