

Édito

Penser l'avenir

Un printemps chaotique entre d'importantes élections et une météo très défavorable, suivis d'un été dans l'incertitude et une période de soldes encore très décevante. Nos demandes réitérées sur le décalage des soldes sont restées une nouvelle fois lettre morte. Déjà, **ces demandes vont être présentées au prochain ministre** ou secrétaire d'État au commerce, mais au moment où j'écris ces lignes (mi-août) nous ignorons tout du futur gouvernement. On ne lâche rien, comme vous pouvez le lire en pages intérieure. Les J.O ont quand même donné de la joie et de la fierté. Même si cette période a été compliquée pour nos amis Parisiens, je suis persuadé que la capitale retrouvera une aura qu'elle avait perdue. Place aux Jeux Paralympiques qui doivent nous questionner sur l'accessibilité de nos commerces. La fédération mène un vaste chantier **tourné vers l'avenir** afin de proposer aux détaillants des axes de travail. Vous le constatez chaque jour, notre métier ne sera plus le même. Le succès du premier colloque organisé par la fédération en est la preuve. Petite déception cependant quant à la faible participation des « petits détaillants » alors que les « gros » étaient présents en force. Dommage car la FDCF avait fait un effort important pour que ce colloque soit totalement gratuit pour ses adhérents ! Il n'est pas trop tard pour participer aux différents tests qui seront mis en place ainsi que décrits dans ce numéro de rentrée du Journal du Détaillant. Plus de 320 détaillants ont d'ailleurs participé au sondage afin de mieux cerner les problématiques de la profession. Vous êtes nombreux – près de 23 % – à vouloir transmettre votre affaire sous deux ans ! Pour cela nous collaborons avec « les Annonces du Commerce ». Il y a de trop nombreuses fermetures mais la demande est là avec des créations et des reprises. Vous ne pouvez vous satisfaire de l'agence immobilière locale. Comme nous l'avons constaté lors du colloque, les migrations inter régionales sont très nombreuses ainsi que les changements de vie. Le profil de nos nouveaux membres au Conseil fédéral de la FDCF, Antoine et Romain, en atteste. Ils viennent de la grande distribution,



LE RÔLE DE LA FDCF

Le rôle crucial de la FDCF dans l'accompagnement des détaillants.

Les perspectives de développement et de modernisation évoquées précédemment peuvent être boostées par la fédération.

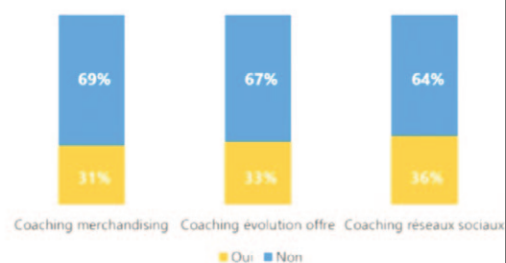
Les détaillants sont dépassés par ces changements rapides et soudains de modèles sociologiques et de consommation.

Vers quelle gamme se tourner ? Rester multi-spécialiste ou capitaliser sur un seul segment de clientèle ?

Le souhait des détaillants est d'être accompagné dans ces changements en organisant des formations adaptées à leur besoin, en lançant des campagnes de sensibilisation et en redorant l'image de leur métier.

« J'aimerais profiter de formations digitales adaptées à notre profession et personnalisées en fonction de nos besoins »
France Vergez, Le Roi Soulier, Paris 17

RÉCEPTIVITÉ À DE NOUVELLES OFFRES DE LA FDCF



RENFORCEMENT DE L'ACCOMPAGNEMENT DE LA FDCF



Sommaire

- 2 L'Assemblée générale de la FDCF à Dijon le 3 juin
- 4 Imaginer aujourd'hui la boutique de demain !
- 6 Nos propositions pour un commerce dynamique et durable
- 7 Congés payés et maladie : comment calculer les droits du salarié dans notre branche ?
- 8 Les Annonces du Commerce

de la banque, du marketing. Pour découvrir ce nouveau service, allez sur le site www.chaussure.org, un onglet « annonces du commerce » est à votre disposition, et pour plus d'info contactez notre secrétariat. Notre dispositif « protection juridique » mis en place avec la coopération de la MACIF monte en puissance ; il est de plus en plus connu de nos adhérents qui l'utilisent de plus en plus. Cependant, comme toute assurance, il y a des règles à respecter quant au timing et à la procédure. Merci d'y prêter attention et n'oubliez pas que nous sommes à votre service. Un simple mail ou appel téléphonique peut vous éviter bien des tracas...

Le président Jean-Pierre Gonet

Le 3 juin 2024

L'Assemblée générale de la FDCF à Dijon

Le 3 juin 2024, la Fédération des détaillants en chaussures de France a organisé son assemblée générale à Dijon, réunissant ses adhérents. Cet événement a permis aux membres de discuter des enjeux actuels, des nouvelles tendances du marché, et des stratégies à adopter pour répondre aux défis économiques et aux attentes des consommateurs. Les participants ont également eu l'occasion d'échanger sur les bonnes pratiques et de renforcer les liens entre les détaillants de chaussures à travers le pays.

Points abordés durant l'Assemblée générale :

- Le refus permanent du report des soldes par le Ministère de l'économie. Malgré ce refus, la FDCF a annoncé qu'elle renouvellerait sa demande avec le soutien du Collectif de l'équipement de la personne, présidé par Jean-Pierre Gonet, président de la FDCF, et de la Confédération des commerçants de France (CDF). Cette action commune vise à sensibiliser les autorités sur l'importance de flexibiliser les dates des soldes pour mieux s'adapter aux besoins des commerçants.
- L'augmentation constante de l'écocontribution Refashion jusqu'en 2027 a suscité des discussions intenses. Le Ministère de la transition écologique a demandé un renforcement des initiatives de réparabilité, de recyclage et de collecte par les commerçants. Face à ces défis, le président de la FDCF a proposé d'organiser une rencontre entre les détaillants en chaussures et Refashion. Cette réunion vise à élaborer des stratégies communes pour répondre aux exigences environnementales tout en tenant compte des contraintes des commerçants. L'objectif est de trouver des solutions équilibrées qui favorisent la durabilité sans compromettre la viabilité économique des détaillants.
- Un sujet majeur de discussion a été la protection juridique offerte par la

Antoine Garnaud : responsable de la communication et du marketing dans différentes sociétés de 2007 à 2016



« J'ai cherché une entreprise à reprendre et mon réseau charentais (car je suis Charentais) m'a orienté petit à petit sur la reprise de la société Lagarde composée de 3 magasins d'articles chaussants (La Pantoufle à Champniers, La Pantoufle à Chasseneuil-sur-Bonnieure et Maison Rondinaud à La Rochefoucauld). Le

rachat a été long (un an et demi) car il y a eu beaucoup de négociation. Mais mon changement de vie a changé ma vie. J'ai appris à être un chef d'entreprise, à découvrir le monde de la chaussure que je ne connaissais pas. C'est le hasard (même si je ne crois pas au hasard) qui m'a orienté dans le monde de la chaussure, j'ai découvert une nouvelle passion. J'ai l'impression que j'ai toujours été fait pour ça. Mes connaissances en communication et en marketing m'ont beaucoup aidé pour établir ma stratégie et développer la société (+ 30 % en développement interne et rachat de 3 autres magasins depuis). Ma vision du métier ? Comme tout le monde, je vois que notre métier change mais je ne sais pas encore comment il va devenir.

C'est pour cela que je continue à me développer, à essayer de nouvelles techniques de ventes ou de nouveaux produits.

Le plus important, je pense, c'est de garder une certaine agilité pour toujours s'adapter aux demandes et envies des clients car celles-ci changent beaucoup et souvent. »

Romain Flandrin : un cursus bancaire



« J'ai, pour ma part, un parcours bancaire de 10 ans sur le domaine du particulier, puis du patrimonial/entreprise. J'ai repris l'entreprise familiale en 2019. Nous sommes avec mon épouse la 4e génération. Notre société est passée par plusieurs métiers, à savoir fabricants, grossistes puis commerce de détail. Chauss-Tex est à ce jour composé de 7 magasins sur la région Nord Pas-de-Calais, à savoir Noeux-les-Mines, Hesdin, St-Pol-sur-Ternoise, Lillers, Béthune, Aire-sur-la-Lys et Hazebrouck. L'entreprise compte à ce jour 19 collaborateurs. Nous avons également un site de vente www.chausstex.fr »

fédération et ses avantages pour les adhérents. La FDCF a mis en avant l'importance de ce service pour aider les commerçants à naviguer dans les complexités juridiques et se protéger contre les litiges potentiels. Afin de déterminer le niveau de connaissance des adhérents concernant les avantages de ce service, une enquête a été réalisée auprès des détaillants. Cette enquête avait pour but de recueillir des informations sur leur compréhension et leur utilisation de la protection juridique offerte par la FDCF. Les résultats de cette enquête serviront à sensibiliser davantage les adhérents et à les encourager à solliciter ce service précieux, garantissant ainsi une meilleure gestion des risques juridiques et une tranquillité d'esprit accrue pour les commerçants.

D'autre part, la fédération est ravie d'accueillir deux nouveaux membres, Antoine Garnaud et Romain Flandrin, au sein de son Conseil fédéral. Ces nouvelles nominations apportent un souffle nouveau et de nouvelles perspectives à la gouvernance de la fédération.

Par ailleurs, Emile Wakselman, ancien détaillant à Paris et membre actif de la FDCF depuis plusieurs années, a décidé de ne pas renouveler son mandat. En reconnaissance de son investissement en tant que président du Syndicat de Paris et secrétaire de la FDCF, le Président de la fédération l'a chaleureusement remercié pour ses services rendus. Émile Wakselman



M. Jombart, commissaire aux comptes, Ph. Daquai, trésorier, J.P. Gonet, président, J.F. Bessec, vice-président et commission sociale.



David Lestoux lors de son intervention à l'assemblée générale de Dijon.

a été honoré en étant nommé membre d'honneur de la FDCF, une distinction qui souligne son engagement et ses contributions significatives à la FDCF.

Pour clôturer cette assemblée générale 2024, la FDCF a fait intervenir David Lestoux. À la suite du colloque de mars dernier, la FDCF lui a confié un diagnostic de la branche des détaillants en chaussures. Un débat et des échanges ont eu lieu entre les détaillants et l'intervenant. (cf à l'article sur le diagnostic pages suivantes)



Comment saisir notre Protection Juridique

La Fédération des Détaillants en Chaussures de France (FDCF) a lancé en juillet dernier un sondage pour évaluer la connaissance de ses adhérents concernant le service de protection juridique mis en place.

Pour saisir la protection juridique de la Fédération (FDCF), veuillez suivre les étapes suivantes :

1. Contactez Sandrine au 01 42 06 79 30 ou fdcf@chaussure.org :
Exprimer votre besoin d'utiliser le service de protection juridique.

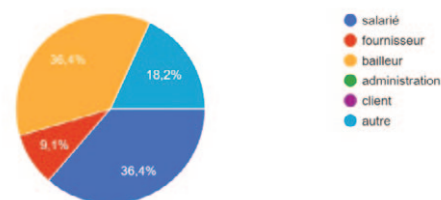
2. Formulaire de déclaration :
Sandrine vous enverra un formulaire de déclaration à remplir.
Complétez le formulaire avec toutes les informations requises concernant votre situation.
Une fois le formulaire rempli, renvoyez-le à Sandrine

3. Transmission au service concerné :
Sandrine transmettra votre formulaire au service de protection juridique compétent.

4. Réponse du service de protection juridique :
Le service de protection juridique vous contactera pour :
- Obtenir des informations supplémentaires si nécessaire.
- Vous conseiller sur les démarches à suivre.
- Confirmer la prise en charge de votre dossier.
- Vous informer du barème de cette prise en charge, que vous avez reçu avec votre facture d'adhésion.



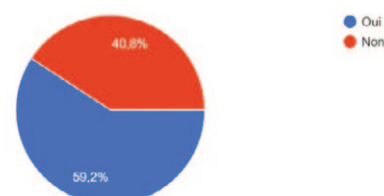
Q3A. Si Q3 = "OUI" ⇒ Si oui, ce litige était avec (plusieurs choix possibles) :
11 réponses



Q3A.1. Comment avez-vous résolu ce litige ?
11 réponses



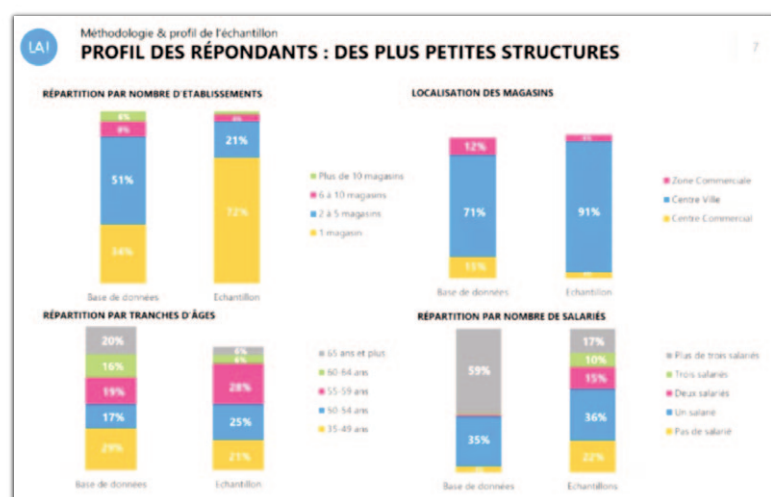
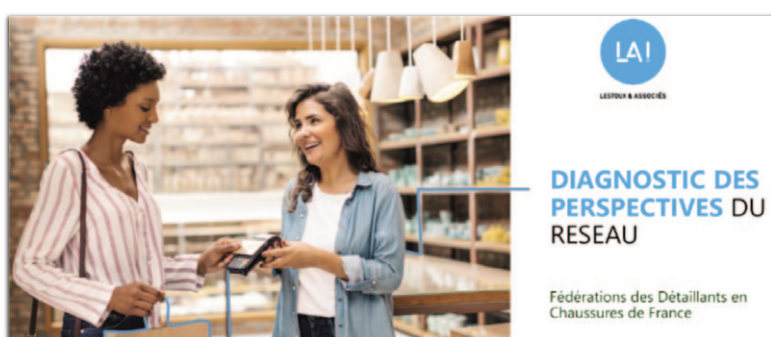
Q4. Savez-vous qu'en cas de litige garanti par votre contrat, si vous avez besoin d'un avocat, vous pouvez le choisir librement et ses frais sont pris en...ans la limite des plafonds prévus par le contrat) ?
49 réponses



Q5. Est-ce que vous avez une remarque/commentaire sur l'assurance de Protection Juridique souscrite par votre Fédération ?
13 réponses

Imaginer aujourd'hui la boutique de demain !

L'Agence LA ! a été missionnée par la FDCF afin de décoder les tendances permettant de repérer les relais de croissance du réseau (lire aussi l'Essentiel de la Chaussure n°248 daté Septembre 2024). Elle exprime ici ses réflexions et formule ses propositions.



La période 2019-2024 marque une transformation sociétale sans précédent qui bouscule le commerce et la consommation. 2019-2024, cinq années qui, comme entre 1968 et 1973, cumulent changements de modes de consommation, nouveau rapport à la consommation, nouvelle organisation sociétale, changements énergétiques. Ce n'est pas à une crise que nous assistons mais bien à l'entrée dans un nouveau modèle... avec de multiples opportunités... à condition de s'adapter.

Le réseau de chausseurs français compte 3 376 points de vente qui adhèrent à la Convention collective nationale des détaillants en chaussures et 9 067 si l'on intègre toutes les conventions. Sur ce réseau français de la chaussure, 35 % des magasins sont des succursalistes, tandis que 50 % sont des détaillants indépendants. La DN (Nombre de magasin) est forte mais la DV (Part de marché) reste à consolider face aux évolutions de marché. En effet, on peut estimer la part de marché des chausseurs indépendants à 12,5 % sur un marché dominé par les magasins de sports 30 %, les GSS (16,5 %) et les sites spécialisés de e-commerce. Côté e-commerce, la part de marché globale monte même à près de 23 % en intégrant l'ensemble des acteurs du marché. L'achat de chaussures est d'ailleurs aujourd'hui le premier motif de commande en ligne ! Assez logiquement, avec de petits points de vente, le réseau stabilise sa part de marché mais se voit dépassé aujourd'hui par le e-commerce. Les magasins de prêt-à-porter (PAP) grignotent aussi leur

retard et soulignent l'enjeu de renforcer les éléments de différenciation.

Et demain ?

Afin d'identifier les enjeux de demain, la Fédération a lancé une large enquête auprès des détaillants. L'analyse réalisée par Emma Lestoux de l'Agence LA ! fait apparaître de vrais sujets de mobilisation. En premier lieu : la rénovation des points de vente. 36 % des détaillants ont renové leur boutique il y a plus de 7 ans, ce qui peut se traduire par une perte d'attractivité et de clientèle face à des concurrents plus innovants (concept-store). Ces transformations offrent des perspectives pour les détaillants d'investir dans des concepts de magasins plus engageants, avec un merchandising éphémère qui s'adapte facilement à l'évolution constante des tendances et aux nouveaux besoins et préférences des consommateurs. Seuls 16 % des détaillants affirment que leur boutique est très attractive. Un résultat qui souligne une tendance à la banalisation des concepts. Une tendance qui s'explique aussi par le fait qu'un certain nombre de fournisseurs imposent un nombre de références minimum rendant les points de vente chargés et difficilement théâtralisables. Pourtant, la vitrine et l'agencement du merchandising intérieur sont devenus des éléments essentiels, parfois plus importants que les produits eux-mêmes. Les consommateurs d'aujourd'hui, et plus particulièrement la Génération Z, sont très sensibles aux espaces « instagrammables », privilégiant les boutiques attrayantes visuellement, avec une décoration tendance et des images percutantes (publicités, arts...). Autre défi : l'adaptation des gammes. Sur le marché français, les ventes de sneakers représentent 63 % des ventes de chaussures pour enfants et 53 % des ventes de chaussures pour homme. Au sein du réseau des détaillants, les baskets représentent seulement 35 % de leur offre. Les chaussures de ville restent encore très représentées sur un segment baissier. Si le marché national des sneakers reste dominé par les géants du sport (*Intersport* et *Décathlon*), il est essentiel de capitaliser pour les détaillants, d'accentuer cette offre sportswear avec une offre de sneakers différenciante made in France. À l'ère du slow-fashion, seulement 20 % des détaillants proposent des gammes éco-responsables au sein de leur magasin. À l'ère du Re seuls 2 % des détaillants proposent un service de réparation. Deux défis importants à relever pour activer des relais de croissance. Enfin, autre sujet : un positionnement moyenne gamme trop ancré. L'essoufflement de la classe moyenne réduit la demande pour des produits de moyenne gamme qui perdent des parts de marché au profit du low cost et du premium. Pour rester compétitif, les détaillants doivent adopter un positionnement clair. En effet, 74 % d'entre eux ont un positionnement moyenne gamme, plutôt classique, segment en pleine banalisation.

De nouvelles gammes pour demain ?

Made in Europe, offre personnalisable... le graphique ci-contre met en évidence un enjeu majeur de diversification des produits. Pas simple mais ce n'est parce que c'est difficile qu'il ne faut pas le faire ! Par exemple, 80 % des consommateurs s'attendent à utiliser des produits personnalisables en 2030. Des gammes à booster par la communication bien sûr ! La majorité des détaillants sont présents sur les réseaux sociaux, cependant certains d'entre eux n'ont pas le temps, l'envie ou les compétences nécessaires pour s'en occuper. De plus, une majorité des détaillants travaillant seul, ils n'ont pas la possibilité de déléguer cette tâche à une personne tiers. Une évolution nécessaire des pratiques pour pérenniser le réseau. En effet, dans les 5 prochaines années, 50 % des détaillants prévoient de céder leur affaire, mais

Baromètre d'activité de la chaussure dans le commerce indépendant / 2^e trimestre 2024

Le chiffre d'affaires de la chaussure chez les détaillants indépendants s'est inscrit à la baisse au 2^e trimestre 2024, avec une diminution moyenne d'activité chiffrée à - 5,70 %. Découvrez ci-dessous les résultats détaillés de ce deuxième 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 compliqués pour les acteurs du secteur de la mode, et les détaillants en chaussure ne font pas exception à la règle. Après un 1^{er} trimestre marqué par une légère baisse de l'activité (- 1,60 %), l'activité a cette fois plus nettement marqué le pas au second trimestre.

En globalité, la baisse d'activité de la chaussure dans le commerce indépendant, tous secteurs confondus, s'est ainsi chiffrée à - 5,70 % au second trimestre 2024, en comparaison du second trimestre 2023.

La chaussure femme davantage impactée par la baisse d'activité

Le détail des chiffres montre que tous les segments de la chaussure sont impactés par cette baisse d'activité au 2^e trimestre 2024.

Les résultats consolidés font apparaître les tendances suivantes :

- Ventes de chaussures femme : - 7,20 %
- Ventes de chaussures homme : - 4,10 %
- Ventes de chaussures enfant : - 5,30 %

Les petites boutiques sont les plus touchées par cette baisse d'activité

Autre tendance mise en avant dans ce baromètre, toutes les boutiques sont impactées par cette baisse d'activité. Mais comme lors du 1^{er} trimestre, ce sont les magasins de moins de 5 salariés qui sont largement les plus touchés. Les résultats consolidés font apparaître les tendances suivantes :

Effectif de l'entreprise

- Aucun salarié : - 7,10 %
- Entreprises de moins de 5 salariés : - 6,30 %
- Entreprises comptant entre 5 et 10 salariés : - 4,60 %
- Entreprises comptant entre 10 et 20 salariés : - 4,20 %
- Entreprises comptant plus de 20 salariés : - 5,80 %

Les magasins de centre-ville connaissent la baisse d'activité la plus prononcée

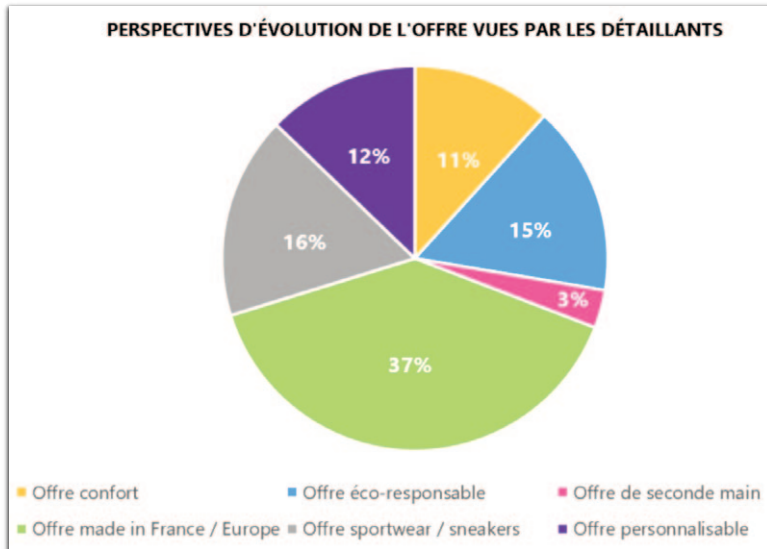
Les chiffres d'activité au regard de l'emplacement de la boutique mettent également en lumière plusieurs tendances, avec une baisse de chiffre d'affaires plus prononcée dans les magasins de rue de centre-ville, comme lors du 1^{er} trimestre 2024. Les résultats consolidés font apparaître les tendances suivantes :

Emplacement de la boutique	Évolution chiffre d'affaires
Rue de centre-ville	- 6,20 %
Centres commerciaux gal. march. centre-ville	- 4,30 %
Centres commerciaux de périphérie	- 4,60 %
Zones d'activité commerciale ou retail park	- 6,30 %

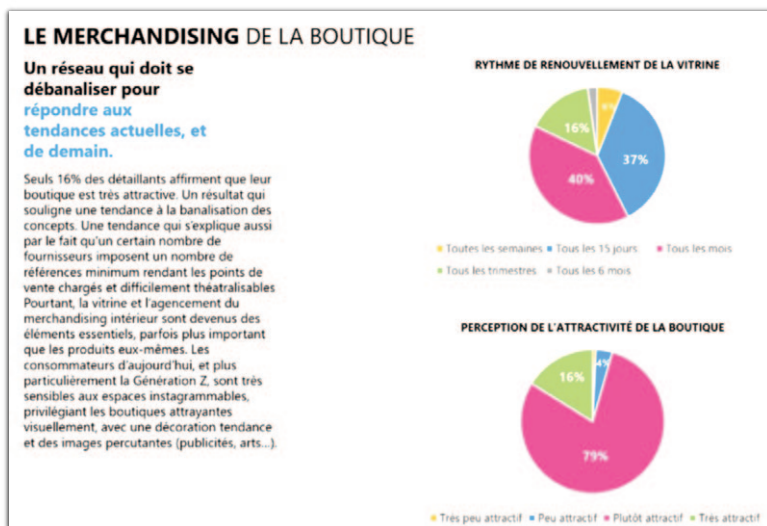
L'analyse de la rédaction de Boutique2Mode

« Les chiffres issus de ce deuxième baromètre Boutique2Mode/FDCF mettent une nouvelle fois en évidence une baisse d'activité globale pour les ventes de chaussures dans le commerce indépendant au 2^e trimestre 2024. Les raisons de cette activité en berne sont nombreuses : inflation persistante, élections législatives anticipées qui ont freiné la consommation, météo pluvieuse... Ces différents facteurs conjoncturels ont particulièrement pesé sur le niveau d'activité des détaillants, notamment au mois de juin où les ventes se sont effondrées dans de nombreuses boutiques. Dans ce contexte, les soldes, toujours instaurés trop tôt dans la saison, n'ont pas permis de relancer l'activité.

Les premiers retours de commerçants pour le mois de juillet font d'ailleurs toujours état d'une activité en baisse par rapport à la même période l'an passé. Reste à savoir si cette tendance se poursuivra pour le reste de la saison estivale, ou si à l'inverse la consommation repartira à la hausse pour les mois d'août et de septembre. Réponse dans le prochain baromètre Boutique2Mode / FDCF, pour les résultats d'activité du troisième trimestre 2024 ».

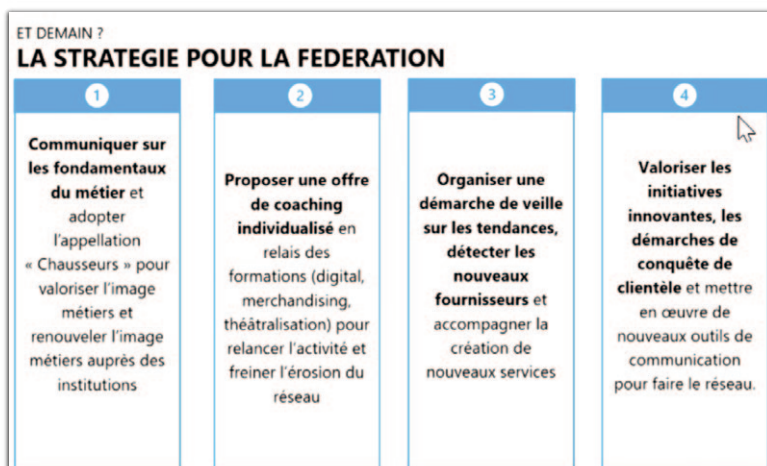


seulement 12 % ont une solution de reprise. Les raisons de la transmission sont multiples : départ en retraite, manque de visibilité... Il est nécessaire d'engager des actions afin d'aider les détaillants à surmonter les obstacles !



La fédération s'engage !

Face à ces questions, la Fédération réfléchit à de nouvelles propositions d'action. Des propositions qui pourraient se structurer autour de 4 piliers :



La création d'une cellule ou d'un club de transformation
Le montage avec l'OPCO et le ministère d'un dispositif « transformation »

CONFÉDÉRATION DES COMMERÇANTS DE FRANCE

Nos propositions pour un commerce dynamique et durable

La Confédération des commerçants de France (CDF) appelle les partis politiques à prendre en compte les enjeux cruciaux du secteur du commerce. Forte de ses nombreuses fédérations de branche de TPE du commerce et de l'artisanat, et de son ancrage sur tout le territoire, notre confédération propose des mesures concrètes et ambitieuses pour dynamiser le commerce de proximité, soutenir les TPE du commerce et de l'artisanat commercial, et renforcer l'économie locale. Nos propositions s'articulent autour de la simplification administrative, de l'innovation numérique, de la revitalisation des centres-villes, et de la promotion d'un commerce équitable et durable. Il est impératif que la voix des commerçants soit entendue et prise en compte dans les programmes politiques.

Rupture avec une injustice sur les loyers

Les loyers commerciaux, souvent trop élevés, pèsent lourdement sur les TPE du commerce et de l'artisanat commercial. Nous proposons :

- Laisser la charge de la taxe foncière aux propriétaires : actuellement, 70,8 % de nos commerçants paient la taxe foncière, bien que l'article R145-8 du code de commerce prévoie sa déduction des loyers.



Laisser la charge de la taxe foncière aux propriétaires.

- Permettre aux maires de renforcer les sanctions fiscales sur les locaux vacants pour rompre avec la vacance commerciale liée à des loyers trop élevés.



Repousser les dates de démarrage des soldes.

Respect des règles de législation commerciale

Pour protéger les commerçants indépendants, nous demandons :

- Revoir la loi LME de 2008 pour contrôler les promotions et respecter les règles des soldes.
- Repousser les dates

de démarrage des soldes pour répondre aux attentes de 89 % de nos commerçants indépendants.

- Faire appliquer et respecter la loi européenne « Omnibus » sur la fixation du prix de référence.

Renforcement de l'information sur les commissions de conciliation des loyers

Il est crucial de :

- Généraliser les commissions de conciliation sur tout le territoire sous le contrôle des préfets et augmenter leurs pouvoirs.
- Créer un observatoire des loyers commerciaux au sein de ces commissions.
- Instaurer l'obligation de passer par les commissions de conciliation pour les propriétaires et locataires avant toute action juridique.

Coût de l'énergie

Le coût de l'énergie est devenu insoutenable pour nos TPE, avec + 33 % de cessations d'activité. Nous demandons de :

- Réexaminer la procédure européenne qui libéralise les coûts de l'énergie.
- Envisager la renationalisation du secteur énergétique ou régulariser et encadrer les pratiques concurrentielles des distributeurs d'énergie.

Urbanisme commercial

Il est essentiel de :

- Appliquer rigoureusement les règles d'urbanisme commercial aux soi-disant entrepôts logistiques, comme c'est le cas pour le commerce physique.
- Contrôler rigoureusement la vente à la sauvette pour éradiquer les fraudes et la contrebande organisée.

Protection du commerce physique

Pour protéger le commerce physique et les emplois, nous devons :

- Combattre les pratiques déloyales des sites chinois qui dénaturent le marché de la distribution.
- Renforcer la collaboration entre les entreprises et l'éducation nationale pour améliorer la formation des jeunes.

Propositions fiscales

- Établir l'équité fiscale entre le commerce physique et le commerce digital des pure-players.

- Fiscaliser les TPE sur les prélèvements réels du chef d'entreprise plutôt que sur le résultat théorique du bilan.
- Agir pour l'amélioration des droits à la retraite des indépendants, mais aussi à une baisse de la CSG.

Simplification administrative et innovation numérique

Pour simplifier les démarches et encourager l'innovation, nous proposons de :

- Simplifier les procédures administratives pour alléger la charge bureaucratique pesant sur les commerçants.
- Promouvoir l'innovation numérique en soutenant la digitalisation des commerces et en fournissant des outils et formations adaptés.

F. Palombi, président CDF

J.P. Gonet, secrétaire général CDF, président FDCF, président du CNEP



Congés payés et maladie

Comment calculer les droits du salarié dans notre branche ?

Une nouvelle loi du 22 avril 2024 donne de nouveaux droits aux salariés en maladie en matière d'acquisition de congés payés. Dans la Convention collective, il existait déjà des règles à ce sujet. Comment vont s'articuler l'ensemble de ces droits pour nos salariés ? La loi et la Convention collective des détaillants en chaussures prévoient des règles différentes :

- Selon la nouvelle loi, les salariés en arrêt de travail pour maladie acquièrent 2 jours ouvrables de congés payés (cp) par mois, dans la limite de 4 semaines par an (24 jours ouvrables).
- Selon la Convention collective des détaillants en chaussure (article 15), le salarié malade acquiert 2,5 jours ouvrables de cp par mois durant la période de maladie pendant laquelle il bénéficie du maintien de salaire*. Il cesse d'en acquérir ensuite.

Selon l'article 15 de la Convention collective, les salariés en arrêt maladie bénéficient du maintien de salaire et donc acquièrent des cp durant :

- de 1 à 5 ans de présence : 60 jours
- de 6 à 10 ans de présence : 90 jours
- de 11 à 15 ans de présence : 105 jours
- de 16 à 20 ans de présence : 120 jours
- de 21 à 25 ans de présence : 150 jours
- de 26 à 30 ans de présence : 165 jours
- après 31 ans de présence : 180 jours

La loi et la Convention collective prévoyant des dispositions différentes, il faut appliquer le principe dit « du plus favorable », c'est-à-dire appliquer la règle la plus favorable au salarié au cas par cas, entre la loi et la Convention collective. Les avantages de la loi et de la Convention collective ne se cumulent pas.

► **Exemple 1** : le salarié ayant 5 ans d'ancienneté est en arrêt maladie durant 1 mois.

Durant cette période de maladie, il acquiert :

- selon la loi : 2 jours de cp
- selon la Convention collective : 2,5 jours de cp (le salarié acquiert 2,5 jours par mois pendant 2 mois max, (60 jours), correspondant au maintien de son salaire, cf. ci dessus).

Dans ce cas, ce sera la Convention collective qui sera la plus favorable, et qui sera donc applicable au salarié durant cette période.

► **Exemple 2** : le salarié ayant 5 ans d'ancienneté est en arrêt maladie durant 3 mois.

Durant cette période de maladie, il acquiert :

- selon la loi : $3 \times 2 \text{ jours} = 6 \text{ jours de cp}$
- selon la Convention collective : $2 \times 2,5 \text{ jours} = 5 \text{ jours de cp}$ (le salarié acquiert 2,5 jours par mois pendant 2 mois max). Dans ce cas, ce sera la loi qui sera la plus favorable, et qui sera donc applicable au salarié.

Et pour les salariés maladie professionnelle et d'accident du travail ?

Cette règle du plus favorable ne s'applique pas aux salariés en arrêt pour maladie professionnelle et accident du travail, qui acquièrent dans tous les cas 2,5 jours ouvrables par mois, comme avant.

Pour plus d'informations sur le sujet : rendez-vous sur votre espace adhérent sur notre site FDCF : www.chaussure.org.

Et n'hésitez pas à poser toutes vos questions à la responsable des Affaires sociales : nlecomte@chaussure.org.



Salaire : la hausse du Smic aura-t-elle finalement lieu cet automne ?

À la surprise générale, l'inflation définitive en juillet 2024 est moins importante qu'anticipé. Mais l'Insee prévoit quand même une revalorisation mécanique du Smic cet automne.

L'inflation définitive au mois de juillet étant moins importante que prévue, le Smic ne sera pas revalorisé à 1 800 euros bruts le 1er septembre. La hausse générale des prix à la consommation s'est en effet établie à 2,3% sur un an. C'est légèrement moins que les 2,7% anticipés par les experts de l'Insee, qui se disent « assez surpris » auprès de Capital.

Si le fameux seuil des 2% est atteint en août, alors le Smic sera mécaniquement revalorisé le 1er octobre. S'il est en revanche franchi en septembre, alors le salaire minimum légal augmentera d'autant le 1er novembre. Alors, augmentation du Smic le 1er octobre ou le 1er novembre ? Réponse, peut-être, dans la prochaine parution des résultats définitifs de l'inflation au mois d'août, programmée par l'Insee le 13 septembre prochain.

Les Annonces du Commerce

Un outil pour près de 50 % des détaillants !

Les Annonces du Commerce (www.lesannoncesducommerce.fr) est une plateforme d'immobilier commercial dédié depuis 2006 aux Entrepreneurs Artisans Commerçants.

Nous accompagnons, Porteurs de Projet, Agences, Franchises, Collectivités dans leur visibilité, au niveau local et national. Nous sommes partenaires de plus de 500 professionnels de l'immobilier agences et cabinets spécialistes en transactions d'entreprises et commerces.

La Plateforme propose des services et conseils autour de trois caractéristiques :

1. La diffusion d'annonces : Plus de 40 000 offres disponibles en France - Annonces de vente d'Entreprises et Commerces, achat vente de fonds de commerce (<https://www.lesannoncesducommerce.fr/achat-vente-fonds-de-commerce>)

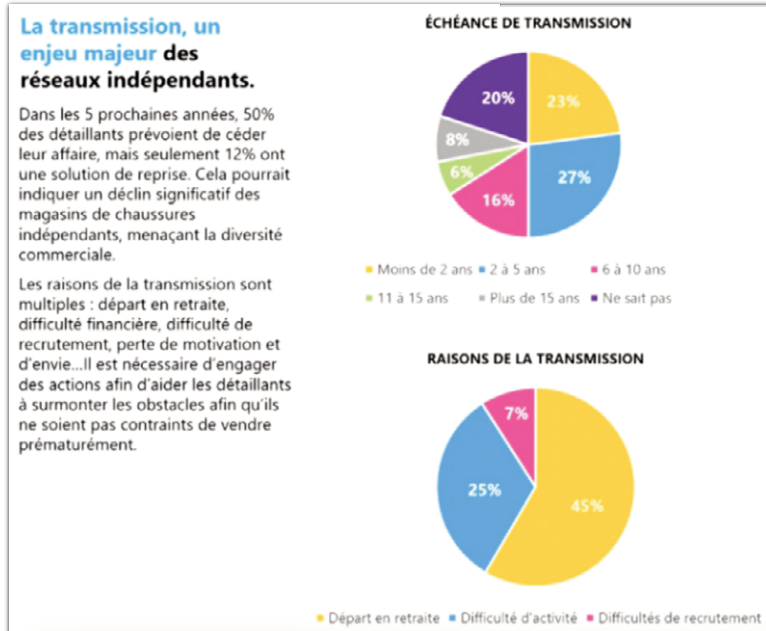
- Annonces d'achat et vente de locaux commerciaux (<https://www.lesannoncesducommerce.fr/locaux-commerciaux>)

2. La Mise en Relation Qualifiée : Nouveau service mis en ligne en 2022, service qui se décline sous deux espaces : Acquéreurs et Cédants
- Le porteur de projet dépose son projet complet,
- Nous le validons par un entretien téléphonique gratuit
- Nous le diffusons en temps réel sur son secteur de recherche et auprès de + 3 500 professionnels et collectivités référencés sur toute la France.

Un service gratuit et sur mesure !

3. Accompagnement : Conseils et coaching aux porteurs de projets Mise en relation avec notre réseau d'experts : Formation, Juridique, Financement, CGP, Diagnostic, Assurance, Mutuelle...

Notre objectif : Accompagner tous les Entrepreneurs, Artisans et Commerçants tout au long du cycle de vie de leur affaire.



Re_fashion

Baromètre Refashion des ventes de textiles & chaussures neufs

Décryptage de la consommation des particuliers en France en 2023

Une rationalisation des achats également à l'oeuvre dans la chaussure

Les points clés:

Sur la chaussure, une baisse de 17M de paires vs 2022, surtout portée par :

La sneakers/ baskets avec -6M de paires, soit 37% de la baisse des chaussures mises en marché en 2023.

La chaussure d'intérieur avec -8M de paires, soit 49% de la baisse des chaussures mises en marché en 2023.

Un segment particulièrement météo sensible : +7% sur la chaussure d'été vs -10% sur les chaussures de ville fermées

Ventes sur la chaussure par catégorie

Catégorie	Évol vs N-1
Chaussures de villes	-3M -2%
Sneakers	-6M -6%
Autres	-8M -23%

Genre	Évol vs N-1
Homme	+1M +14%
Femme	-3M -3,4%
Enfant/bébé	-7M -10%

Poids: 38% Chaussures de villes, 51% Sneakers, 11% Autres

Poids: 38% Homme, 38% Femme, 24% Enfant/bébé

La baisse des ventes de neuf en 2023 atteste pour la première fois de la baisse de la consommation

Ventes de neuf

Volume en millions d'articles

Année	Volume (M)	Évol vs N-1
2019	3 138 M	-7,9%
2020	2 794 M	-11%
2021	3 299 M	+18,1% vs 2019
2022	3 333 M	+3,1%
2023	3 247 M	-2,6%

+3,5% par rapport à 2019

En 2023, 60 millions de paires de chaussures en moins



FDCCF

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

