

L'Essentiel

de la CHAUSSURE / 112

MODE

Les tendances Hiver 2010/11

Actualisations
& Réassorts
Été 2010

ENQUÊTE

La chaussure dans
4 villes du Gard

DOSSIER

Chaussure écolo &
développement durable

LES REGARDS DE...

Bernard Parisot
sur la Marque

L'Essentiel sera présent sur
les principales expositions
régionales et sur TEC
au Parc Floral de Paris



Jean Paul
GAULTIER

PATAUGAS

Kickers®



kickers.com

*Rouge gauche, vert droite

RED LEFT, **G**REEN RIGHT*

Sommaire

n°
112

Pendant la crise l'« écolo » et le « durable » sont en retrait. Certes, mais les faits étant réputés têtus les enjeux et les contraintes pour la planète et ses habitants n'ont pas disparu par enchantement. Les marques d'ailleurs ne relâchent pas leurs efforts, pages 48 à 56.

4 Editorial

> Le détail entre ronron et réinvention

7 La Lettre de l'Essentiel

7 Salons
14 Actualité

18 Mode

18 **Tendances : Automne-Hiver 2010/11**
24 **C'est dans l'R / Été 2010 : Le bonheur est dans les prés**
26 **Thème / Hiver 2010/11 : Les bottes de pluie se mouillent**
27 Jeunes talents
28 **Actualisations et réassorts Été 2010**
43 **Pages maroquinerie**
48 **Dossier « écolo » : Des marques aux avant-postes**

58 Distribution

58 Nouveaux magasins : Stéphane Kélian, Paul Strada
60 **Tribunes : La distribution, vache à lait des pouvoirs publics**
66 **Des chausseurs dans 4 petites villes du Gard**

81 Pratique

81 Le calendrier des salons
82 **Conjoncture : Le panel Banque de France**
84 Sociétés : L'entrepreneur individuel à responsabilité limitée
85 **Point de vente : Formation, Informatique, Étalage**

90 Internet

> Actualité

92 Marques

92 **Les regards de... Bernard Parisot, historien des marques**
94 **Profils : Giesswein & Semelflex**
96 Actualité

99 Le Dictionnaire des Marques

> ara + Pause Nature + Le Plagiste + Robeez

105 Technique

> Actualité des salons

28
Actualisations
et réassorts
Été 2010



Notre couverture :
Pataugas

Tél : 01 44 72 32 99

Fax : 01 44 72 37 83

www.pataugas.com

les.authentiques@pataugas.fr

Modèles présentés :
Authentique Marinière,
disponible du 36 au 46 ;
Authentique Toile,
disponible du 28 au 46.

Service publicité :
+33 (0)1 46 05 40 24
destrez@lessentiel.com



ABONNEZ-VOUS !

Retrouvez notre bulletin d'abonnement en page 106

Le détail entre ronron et

Des chiffres publiés par la FDCF montrent une certaine réalité du détail indépendant, plutôt enclin à gérer les affaires courantes. Mais cette réalité cache une tendance assez forte : le souci de nombreux chausseurs d'agrandir leur point de vente pour le rapprocher des standards du commerce moderne.



Philippe Gilles

(philippe.gilles10@wanadoo.fr)

Dans un secteur d'activité tel que le commerce de la chaussure, qui reste un métier traditionnel tous circuits confondus, les évolutions se font lentement. Rares sont les concepts de magasin qui défrayent la chronique par leur audace ; le merchandising du point de vente et de la vitrine est rien moins que révolutionnaire, souvent prosaïque (l'empilement des boîtes sur la surface de vente) ; l'offre s'essaye peu aux expériences risquées, produisant une uniformité que constatent et regrettent tous les acteurs ; les techniques de vente convoquent les méthodes les plus éculées et les vendeuses ne savent plus à quel moment intervenir pour ne pas déranger le client. Bref, ça ronronne dans le Landernau de la chaussure. C'est dans ce contexte un rien soporifique que la FDCF, la fédération qui représente les chausseurs indépendants, donne à connaître quelques chiffres intéressants sur ce circuit tirés d'un sondage auprès des détaillants. Ainsi, après le gap de 2008 qui avait vu le nombre d'entreprises chuter de 5 100 – un niveau stabilisé pendant plusieurs années – à 5 000, l'année 2009 a été plus productive avec près de 5 070 entreprises. Il est vrai que l'on parle beaucoup – trop – des défaillances ou des départs à la retraite et pas assez des créations de points de vente,

même si le taux de fermeture après un an ou deux d'activité est élevé. Le déclin du détail indépendant n'est pas une vue de l'esprit mais il ne s'emballe pas. Autre information clef : 84 % des entreprises ne comportent qu'un seul point de vente ! Cela fait beaucoup de petits détaillants. Le détail indépendant chaussure reste un secteur où l'esprit d'entreprise souffle peu, si l'on en juge par les chiffres. Cela doit signifier que la plupart des indépendants préfèrent s'investir à fond sur « leur » magasin que disperser leurs maigres forces et s'endetter – un endettement assez illusoire par les temps qui courent. Ces entreprises emploient en moyenne 2,7 personnes. Un rapide calcul permet de constater que la branche occupe quelque 13 500 personnes. 70 % des entreprises du détail indépendant travaillent au moins



Deux agrandissements programmés : à Sélestat, chez Tendance, la cour intérieure (en haut) va être recouverte et intégrée au magasin existant ; à Alès, Tournaire a repris la boutique d'accessoires Ludvine Passion pour s'agrandir.



réinvention

deux des rayons homme, femme et enfant. Ceux, soit près d'un tiers, qui ne travaillent qu'un seul rayon sont spécialisés dans la femme à 67 %. Rien là de très nouveau. Si la femme n'existait pas dans la mode il faudrait l'inventer ! D'aucuns observent que l'homme tend – lentement – à se rapprocher de sa compagne dans sa perception de la mode et ses comportements d'achat, manifestant plus d'importance qu'autrefois à son apparence. Il s'agit là d'une évolution au long cours mais qui ouvre des perspectives. Peut-être, un jour, l'émulation dans le couple en matière de look fera t-elle exploser la demande ! On peut rêver...

Mais poursuivons l'analyse des chiffres de la FDCF. 71 % des indépendants sont positionnés sur le moyen de gamme et 25 % sur le haut de gamme. Pour un circuit qui se pique de singularité sur un marché où le tout-venant a force de loi, que seulement un quart des effectifs se consacrent au dessus du panier peut paraître insuffisant. Mais c'est le reflet actuel du marché. En dehors des toqués de la mode et des fondus de la belle chaussure (hommes et femmes), dont les troupes sont hélas clairsemées, le consommateur lambda refuse de payer le prix d'un produit aussi sophistiqué qu'une chaussure, et ce, quel que soit son niveau de revenu. La folie des prix barrés ne peut que conduire à un nivellement par le bas. Cela dit, aujourd'hui, sur un marché conquis par le bas de gamme, il y a sans doute plus d'intérêt à ouvrir un magasin moyen/haut de gamme que d'ajouter un nième point de vente débitant de la chaussure à bas prix. La suspicion grandissante à l'égard de certains produits chinois née des scandales liés à la présence de fumarate de diméthyle est un signal positif pour des produits de qualité. 8 salariés sur 10 sont ... des femmes contre 46 % tous commerces confondus ! Il y a donc surprésentation de la gent féminine dans le commerce de la chaussure. Pourquoi ? On pourrait peut-être avancer des explications

savantes, mais la plus solide tient au faible niveau de rémunération dû à une activité peu profitable. Ces bas salaires sont donc réservés de fait à une population féminine qui y voit un simple complément de revenus dans le couple. Dans ce domaine aussi on tourne un peu en rond.

Autres données tirées des réponses au questionnaire de la FDCF : les deux tiers des salariés travaillent à temps plein, 40 % d'entre eux ont plus de 45 ans, 35 % plus de 10 ans d'ancienneté, mais aussi 35 % ont moins de 3 ans d'ancienneté. 38 % des entreprises ont embauché en 2007, soit 4 050 emplois créés, la moitié en CDI. Pendant la même période, on a noté 3 900 départs pour fin de CDD (42 % des cas) ou pour démission (31 % des cas). La retraite n'apparaît que pour 4 % des cas. Au niveau des chefs d'entreprise, 50 % ont plus de 50 ans – c'est une proportion considérable – et 70 % sont « rentrés en religion » avant 41 ans. Il en ressort que 29 % devraient prendre leur retraite dans les 5 ans. 30 % de ceux-ci ont déjà trouvé leur successeur.

Autre observation, qui n'a rien à voir avec l'enquête ci-dessus : le nombre de liquidations avant travaux dans les magasins de chaussures a explosé en fin d'année 2009. Cette inflation peut être perçue de deux manières : 1/ nombre de détaillants ont procédé à des liquidations pour de pseudos travaux qui ne trompent personne mais qui ont l'avantage de renflouer les caisses anémiées. 2/ Mais beaucoup de ces liquidations étaient motivées par un réel souci de relooker le magasin en profondeur, de le moderniser et de l'agrandir.

L'agrandissement des magasins de chaussures en gagnant sur les réserves ou en rachetant un local contigu est un phénomène qui s'amplifie dans le détail. Ces chausseurs ont la volonté d'élargir leur offre, souvent en introduisant du textile, et d'offrir aux consommateurs un espace de vente plus confortable, mieux à même de supporter la comparaison avec les magasins du commerce moderne. C'est encourageant.



wonders
MADE WITH LOVE IN SPAIN

Nous vous attendons à:
PROMO CHAUSSURES DE L'EST COLMAR, 7-9 mars
SHOES EXPO TOULOUSE, 7-9 mars
PROMO-CHAUSSURES MARTIGUES, 14-15 mars
PARC FLORAL PARIS, 28-30 mars

wonders
www.wonders.com

f t s