



Note de synthèse secteur commerce détaillants indépendants habillement textile

15.01.2024

Le secteur des commerçants indépendants ayant une activité dans le prêt-à-porter et le textile représente 31 660 magasins multimarques et monomarques, affiliés à une enseigne ou franchise, avec ou sans salarié. Ces commerçants réunissent aujourd'hui 81 200 emplois en France, et réalisent un chiffre d'affaires de près de 12,8 milliards d'euros, soit près de la moitié du chiffre d'affaires global du commerce du détail habillement sur le territoire national et outre-mer.

Les commerçants détaillants indépendants sont dans une situation très ambiguë : il faut avancer et relancer son activité, mais en 2023, 51 % des commerçants indépendants du textile et de l'habillement ont vu leur chiffre d'affaires reculer, contre 25 % qui sont parvenus à le faire progresser et 24 % à le maintenir. Suivant le baromètre économique de la FNH, ils totalisent une baisse générale de l'ordre de -3%, corroborant le résultat communiqué par l'Institut Français de la Mode. Cependant, depuis septembre 2023, il est à noter une tendance baissière du chiffre d'affaires beaucoup plus prononcée flirtant entre -20% (septembre) et -9 % (décembre).

C'est donc une année difficile, compte tenu du contexte inflationniste, un pouvoir d'achat en baisse, traduit par la montée en puissance du marché de la seconde main et des charges qui ne cessent d'augmenter. Le commerce indépendant mode habillement se retrouve ainsi pris en sandwich entre ces deux paramètres. Cela se traduit par d'importantes tensions en trésorerie, des arrêts d'activité, une lassitude psychologique généralisée, un surstock de vêtements d'hiver à gérer, estimé à + 15 % en début d'année par rapport à l'année précédente.

Face à la situation critique dans laquelle se trouvent les commerçants indépendants du secteur de l'habillement, **l'heure est à l'action**. Malgré le poids des grandes enseignes, des grands magasins et des purs players, malgré la pression d'acteurs dont le modèle économique est exclusivement basé sur de gros volumes, des promotions intempestives, des soldes déconnectés de la saison climatique, de surproduction et de surconsommation, il est aujourd'hui primordial de défendre, d'affirmer et de rendre pérenne l'exercice de toute la profession des commerces indépendants, dont l'activité se situe à 75% en centres villes. Cet accompagnement, si désiré par les pouvoirs publics, doit également se faire à travers la simplification des démarches administratives, et ce, particulièrement à l'aube de la transition environnementale.

LES PRINCIPAUX ENJEUX DE LA PROFESSION

La rentabilité du 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.

La course du temps

- Le rythme des saisons est de plus en plus court et la saisonnalité des collections ne correspond plus aux saisons climatiques. La date des soldes, trop précoces, est une hérésie. L'orgie des promotions intempestives gangrène le secteur du marché de l'habillement.
- Les périodes de ventes doivent être plus lisibles et le prix juste doit redonner du sens.

Les compétences

- 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.

L'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.

L'international

- La relocalisation du textile en France gagne du terrain mais reste anecdotique (moins de 3%). Quid de l'Europe en réarmement textile industrielle et commerciale ?
- Le commerçant indépendant doit pouvoir élargir son sourcing dans les marques françaises et européennes.

Les évolutions technologiques & le 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. Le client est au centre de l'écosystème du marché de la mode en France.

20 PROPOSITIONS

Il est entendu que pour simplifier la vie des commerces, nous estimons que cela passe obligatoirement par :

- La baisse et la maîtrise des charges, trop lourdes actuellement pour sécuriser l'exercice de leur activité.
- Les simplifications administratives.
- La défense contre la concurrence déloyale.

Encadrer l'augmentation des loyers et des taxes

- Actuellement, une mesure temporaire d'urgence a été décidée au niveau parlementaire pour plafonner l'indice ILC à 3,5% jusqu'en mars 2024. Toutefois, cette mesure d'urgence ne doit pas cacher la nécessité d'une refonte en profondeur de l'indice ILC afin que ses modalités de calcul soient plus en connexion avec la réalité du commerce de proximité et plus particulièrement dans le secteur textile/habillement : 25% ICC 75% volume commerce de détail. Les travaux de l'INSEE sur la nouvelle nomenclature d'activités français (NAF), qui entrera en vigueur dans les répertoires d'entreprises à partir de 2025, doivent prendre en compte la différenciation ventes numérique/ ventes physique.
- Fin de la taxe foncière à payer par le commerçant. Elle doit être prise en charge par le bailleur.
- Fin des paiements à terme à échoir sur un trimestre entier et mensualisation des loyers.

Repenser les soldes et les promotions

- 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. Il faut donc reconnecter les soldes avec la fin de saison : 15 juillet/ 15 août pour l'été. 15 fév./ 15 mars pour l'hiver. Il faut 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. Pour rappel, 37 000 postes disparus en 10 ans pour les grandes enseignes qui continuent à défendre un modèle économique révolu.
- 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.
- Faire respecter de manière plus stricte la directive européenne dite « OMNIBUS » qui détermine de nouvelles règles visant à lutter contre les fausses promotions avec le prix de référence qui est le prix le plus bas pratiqué au cours d'une période de 30 jours précédant la promotion et à partir duquel la réduction est appliquée.

Créer un cadre fiscal pour rétablir l'équité et relancer l'investissement

- Accompagner les commerçants dans le remboursement de leur prêt garanti par l'État (PGE), avec un dispositif de prêts bonifiés à 2,5% qui se substituerait au PGE par remboursement non pas sur 4 ans, mais sur 8 à 10 ans, de manière à permettre aux détaillants indépendants d'étaler dans le temps leurs obligations bancaires et ainsi de libérer de la trésorerie.
- Simplifier la cession du droit au bail et du fonds de commerce, notamment lors du départ à la retraite du commerçant, avec une exonération de l'imposition sur la plus-value pour la fraction du prix de vente inférieure à 500 000 €.

Rééquilibrer la relation entre marques et distributeurs

- Les crises économique et sanitaire ont confirmé l'importance de la qualité de la relation entre commerçants et fournisseurs ainsi que des valeurs de solidarité, d'éthique et de confiance. Un déséquilibre des relations entre fournisseurs et commerçants conduit inexorablement à une moindre compétitivité de l'économie française. Or, si elle est fondamentale, la liberté du commerce et de l'industrie n'est pas une liberté absolue. Elle s'exerce dans les limites fixées par les dispositions législatives et réglementaires, issues, notamment, du code civil, du code de commerce et de la loi de 1975 relative à la sous-traitance. Il faut donc favoriser un équilibre entre marques et distributeurs sur les rapports de forces. Une charte qui viserait à améliorer les relations commerciales en rendant plus visible et plus lisible le droit applicable et des relations responsables.
- Maintenir des délais de paiement encadrés par la législation actuelle, et s'opposer au projet de texte européen sur le raccourcissement des délais de paiement légaux qui ramènerait le délai maximum de 60 à 30 jours. Ces délais de paiement ont une réalité économique : ils permettent d'équilibrer entre le commerçant et son fournisseur le poids financier du stock.

Accompagner 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.

Favoriser l'emploi

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

Améliorer les transformations urbaines 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 etc. : 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.

Créer les conditions de la transition écologique

- 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.
- La traçabilité des produits est devenue particulièrement difficile à établir, alors même que l'essor de la Fast Fashion a souligné l'impact environnemental négatif de certaines pratiques et modèles économiques. Toutefois, la mise en place d'une traçabilité efficace tout au long de la chaîne de valeur du textile est une démarche très complexe. La mise en place du nouvel affichage dit « environnemental », développé dans le cadre de la loi Climat et résilience de juillet 2021 doit être fiable, lisible, crédible, et faciliter ainsi un meilleur sourcing des vêtements produits et commercialisés.