

Édito Une carte à jouer pour le détaillant

Renouveler sa garde-robe alors que l'inflation flirte avec les sommets, très peu pour les Français ! Et pour cause, la flambée des prix contraint les consommateurs à revoir leurs priorités, tout comme leurs habitudes d'achat, en cette nouvelle rentrée. Et cela passe par le fait de privilégier la qualité à la quantité, quitte à attendre les soldes et bons plans pour se rhabiller pour l'hiver. Les Français entendent non seulement réduire leurs achats mais aussi donc se tourner vers des produits plus qualitatifs, conçus pour durer. C'est ce que révèle une nouvelle étude réalisée par OpinionWay. Une situation qui ne devrait pas s'améliorer avant plusieurs mois, et à laquelle les Français répondent en comparant avec attention les prix entre les marques (80 %) et par des achats moins fréquents (59 %). Près de sept consommateurs sur dix (69 %) affirment attendre les soldes ou le Black Friday pour pouvoir faire les achats mode qu'ils estiment nécessaires.

Les résultats de l'étude dessinent le portrait d'une France du compromis qui cherche son équilibre entre besoin et plaisir avec des basiques intemporels et qui durent. Il s'agit là, révèle le sondage, d'un nouveau marqueur de consommation. Un constat appuyé ici par des chiffres.

Cet état de fait n'est pas nouveau, cette tendance étant déjà constatée dans nos magasins depuis quelques années, amplifiée par une succession de crises (« gilets jaunes », covid, inflation). Il faudra bien réagir... Chacun y va de ses solutions : pour certains l'action est offensive, tournée vers la nouveauté et l'innovation, jusqu'au réaménagement des points de vente dans l'esprit du temps ; pour d'autres la solution passe par une révision critique de leur offre : le durable, le confort, l'écologique prennent le pas sur la mode.

Autre certitude, les « cadors » des années 90, les

succursalistes spécialisés dans l'équipement de la personne, dont on citait le nom avec respect, se retrouvent dans une situation délicate voire alarmante. On parle de plusieurs centaines de magasins fermés ou à fermer et de milliers d'emplois supprimés après plusieurs restructurations et divers plans de sauvegarde... Rien n'y fait.

Notre souplesse dans nos offres commerciales, notre connaissance de la clientèle et notre professionnalisme doivent nous permettre de subsister et d'aller vers l'avant. Une offensive du détail menée avec moins de clients ! Une gageure mais jouable.

Le Président, Jean-Pierre Gonet



Fiasco des soldes, faillite de magasins : devons-nous accepter de payer plus pour sauver les petits commerces ? Si le reportage était bien fait... la question posée l'était mal... On ne demande pas aux consommateurs de payer plus mais de regarder avec attention les offres commerciales et privilégier le commerce de proximité.

Sommaire

- 2 La RSE, ça vous parle ?
- 3 Refashion plus que jamais !
- 4 Les Rencontres du Cuir au Mans : la cordonnerie à l'honneur
- 5 Débats à la CPME
- 6 Lettre ouverte à la Ministre déléguée chargée du commerce au sujet de la situation du commerce
- 7 Le Compte Personnel de Formation
- 8 La CDF dans ses nouveaux locaux
Nouveau service ANWR-GARANT au service de ses adhérents



La RSE, ça vous parle ?

La **commission européenne** a défini en 2011 la responsabilité sociétale (ou sociale) des entreprises (RSE) comme « la responsabilité des entreprises vis-à-vis des effets qu'elles exercent sur la société ». La loi Pacte de 2019 stipule que les sociétés ne sont plus constituées dans l'intérêt commun des associés mais qu'elle doivent être « gérées dans l'intérêt social de l'entreprise, en considérant les enjeux environnementaux et sociaux de son activité. » Elle permet aux entreprises de déclarer une **raison d'être** dans leurs statuts en plus de la raison sociale (obligatoire), qui définit le rôle qu'elles entreprennent de jouer dans la société au-delà de leur activité principale. Cela reste une mesure volontaire et non obligatoire: c'est le premier engagement en France en faveur de la RSE. La Loi Pacte permet aux entreprises ayant fait le choix d'une raison d'être, de définir une mission d'intérêt général, qu'elle s'engage à accomplir en plus de son activité économique. Le but est d'associer cette raison d'être à un ou plusieurs objectifs environnementaux et sociétaux qu'elle s'engage à poursuivre au travers de son activité. **Et si cette loi a été largement critiquée, car sans doute un peu éloignée des préoccupations économiques essentielles de l'entreprise, et notamment des TPE et indépendants, elle répond néanmoins selon nous à un véritable questionnement de nos salariés et clients.**

Alors, comment pouvons-vous intégrer cette démarche de façon simple et utile dans nos entreprises ? Pour nous éclairer, nous aimerions connaître votre position sur les questions suivantes :

1 - L'origine des produits que vous proposez à la vente est-elle clairement connue de vous et de vos équipes ? Fait-elle l'objet d'informations (étiquetage spécifique, argument de vente) auprès de vos clients ?



Freepry, le spécialiste de la mode d'occasion pour les indépendants, vient de procéder à une levée de fonds de 1,4 million d'euros. Un investissement qui fait suite aux bonnes performances de l'entreprise, qui séduit de plus en plus de commerçants, grâce à sa solution clé en main pour se lancer facilement dans la seconde main.

« En accompagnant des acteurs comme Printemps, Adidas, Intersport, Citadium, Petit Bateau mais aussi de nombreux commerçants indépendants sur le territoire, Freepry veut simplifier l'accès à la mode circulaire. Nous disposons déjà de 300 boutiques partenaires, dans plus de 95 % des départements français », revendique Freepry. Ce modèle est-il compatible avec notre activité de chausseur ? À voir...



Le 12 septembre se tenait à Paris le Sustainable Leather Forum, grand-messe de la RSE.

photo : SLF Paris 2022 - Romuald Meigneux pour le Conseil National du Cuir

2 - Si l'un des pays de production est connu pour appliquer des pratiques de conditions de travail inhumaines, seriez-vous prêt à boycotter les produits de ce fournisseur ?

3 - Êtes-vous sensible à l'origine géographique des produits commercialisés et au bilan carbone que représentent les importations lointaines (Amérique du Sud ? Asie ?)

4 - Pratiquez-vous le recyclage des déchets papier/carton, cartouches d'encre, déchets verts s'il y en a dans votre entreprise ?

5 - Êtes-vous prêt à proposer la récupération des chaussures usagées à destination d'une association telle que Le Relais, par exemple ?

6 - De grandes enseignes se lancent dans une nouvelle offre de « seconde main », même

dans le secteur haut de gamme (voir Sandro par exemple), y pensez-vous pour votre entreprise ? Si oui, souhaitez-vous ouvrir un rayon « seconde main » dans les prochaines années ? (Voir l'encadré ci-dessous).

7 - Le rapport au travail change de manière radicale chez les jeunes aujourd'hui, et la question de la fidélisation de nos équipes dans nos entreprises est importante... Quelles incitations pratiquez-vous pour motiver vos salariés ? Primes sur le chiffre d'affaires ? Avantages tels que tickets restaurant ou chèques vacances ? autres avantages non liés à la rémunération (congés supplémentaires, formations... ?).

Marli Marchyllie

Détaillante enfant en Nouvelle Aquitaine

Éco-organisme de référence pour la filière Refashion plus que jamais !

Le 23 juin 2022, j'ai représenté notre Fédération à l'occasion de l'assemblée générale de Refashion, notre éco-organisme de référence dont nous sommes membres fondateurs. Dans un contexte de bouleversements profonds de notre société, l'économie circulaire, qui s'imposait comme une priorité mondiale, est aujourd'hui devenue une urgence vitale. Notre filière est souvent pointée du doigt pour son impact environnemental, ce qui nous oblige à repenser notre façon de produire et de consommer, les dernières vagues de canicules de cet été nous ont fait prendre conscience qu'il est urgent d'agir. Nos consommateurs seront de plus en plus exigeants quant à notre impact environnemental et il faudra, pour la pérennité de notre distribution, lui donner des réponses efficaces.

En quelques mots les chiffres clés 2021 de la filière textile chaussures sont explicites :
 - 715 290 tonnes de produits ont été mis en marché en France en 2021, et seulement 34 % sont collectés pour être revalorisés, et toujours majoritairement en export.
 - 51,1 millions d'euros d'éco-contribution payée par les metteurs en marché, soit une augmentation de 48 % par rapport à 2019.
 Les sneakers représentaient 40 % des ventes de chaussures en France en 2021, soit 90 millions de paires.



Les chaussures sont des produits difficiles à recycler car elles sont composées de différentes matières.



Les acteurs de la filière TLC.



Initié en 2018, le mouvement #RRRR prend de l'ampleur en 2022 avec une campagne nationale cet automne avec plus de 150 partenaires dont notre Fédération.

Voici ce que signifient les quatre R :

- Re-penser la production en favorisant l'éco conception.
- Ré-envisager la consommation par des actions citoyennes
- Ré-générer les matières en leur donnant une nouvelle vie
- Ré-parer en allongeant la durée de vie des produits.

En conclusion notre Fédération doit vous accompagner à passer le cap de cette évolution environnementale nécessaire et obligatoire (loi AGEC) mais en veillant à vos intérêts de distributeurs.

Christophe Delmas, référent Refashion
Trésorier FDCF

Dans le cadre des Rencontres du Cuir au Mans

La cordonnerie à l'honneur

J eudi 7 juillet dans le cadre des Rencontres du Cuir, Frank Boehly, président du Conseil national du cuir et une partie de son Conseil Fédéral (photo) ont choisi de mettre à l'honneur les cordonniers. Cette journée se passait au Mans, dans la Sarthe, chez un cordonnier, Jean-Pierre Verneau, professionnel particulièrement bien équipé en machines-outils dans un local clair et moderne. En présence de deux députées et de plusieurs membres de la communauté d'agglomération et de la municipalité sarthoise, de deux collègues locaux, Jack Royer (*Royer chaussures + Paraboot*) et Marina Brosseau (*Mon Beau Soulier*), nous avons pu découvrir cette profession qui a beaucoup souffert puisqu'en quelques années, les cordonniers sont passés de plus de 10 000 dans les années 1950 (l'âge d'or de la profession avec les talons aiguilles) à seulement 3 500 professionnels aujourd'hui dont beaucoup sont devenus multi-services (en ajoutant à leur activité, la copie de clés, la vente de chaussures, de maroquinerie, le dépôt de pressing...). Par exemple, dans la ville du Mans, ils sont passés de plus de 200 à une quinzaine pendant la même période !

Aujourd'hui, les dispositions administratives et politiques favorisant le recyclage des biens manufacturés remet cette profession sur le devant. En effet, de plus en plus de gens prolongent la vie de leurs chaussures et de leurs sacs en les confiant à un cordonnier pour refaire une semelle, changer un élastique, voire, et c'est nouveau, pour les customiser. La *fast fashion* dans le vêtement comme dans la chaussure avait donné l'habitude aux consommateurs d'utiliser et de jeter. Aujourd'hui, cette démarche n'est plus acceptable pour un nombre croissant d'entre eux, surtout, et c'est nouveau, quand les jeunes sont en âge de créer leur famille avec leurs propres enfants. Les cordonniers, en se fournissant chez les crépins qui commercialisent eux-mêmes les chutes de cuir issues des fabricants, recyclent les déchets d'une matière, le cuir, qui est elle-même un déchet de la boucherie recyclé grâce à la tannerie. C'est ce qui a fait dire à une intervenante que les cordonniers étaient des « cordonniers 2.4 » ! Lorsqu'ils prolongent la vie d'une chaussure, leur travail rentre doublement et pleinement dans une démarche écologique et vertueuse qui réduit l'impact environnemental. Cette vision est tout à fait nouvelle mais elle est une démonstration de l'évolution de la filière Cuir qui s'intègre complètement dans la politique écologique menée par les groupes de pression.

Des cordonniers... et des cordonnières

Lors de cette journée très intéressante, nous avons pu découvrir que les cordonniers ont pu avoir accès à des nouvelles colles qui leur permettent de tout réparer, de la chaussure classique jusqu'à la paire de training. Notre cordonnier du Mans était particulièrement bien équipé en machines avec l'acquisition récente de deux presses pour assembler en une seule fois les tiges et les semelles.

Aujourd'hui, les 3 500 cordonniers de France emploient 2 850 salariés et représentent 500 millions d'euros de chiffre d'affaires. Évolution récente, 40 % des cordonniers sont aujourd'hui des femmes. La profession est représentée par deux structures syndicales (les artisans et les industriels) qui travaillent la main dans la main. Une des évolutions surprenantes de leur métier consiste à customiser les chaussures par des teintures originales, la pose de semelles de couleur (probablement une conséquence indirecte des semelles rouges de Louboutin).

Présidente des fabricants français de chaussures, Clémentine Colin Richard est intervenue pour indiquer que ses collègues prennent de plus en plus en compte la séparabilité dans la conception des chaussures et, depuis peu, certains installent, à côté des chaînes de fabrication, une chaîne de réparation pour répondre à la demande des détaillants comme des consommateurs. La loi AGECE (loi anti-gaspillage pour une économie circulaire) de janvier 2021 met en place une nouvelle politique dans laquelle s'insère complètement notre filière et Refashion qui a remplacé Eco TLC (qui n'est pas une taxe mais une éco-contribution française payée par les metteurs en marché : fabricants et importateurs). Cette loi modifie en profondeur l'usage des biens et les consommateurs, en se l'appropriant pour une partie d'entre eux, vont revenir vers la qualité.

En conclusion, nous avons pu constater que pour les chausseurs, un nouvel argument de vente fort va être la RÉPARABILITÉ des articles que nous proposons. Nous avons la chance d'avoir des collègues souvent près de nos points de vente dont c'est la spécialité. La filière du Cuir ne va pas seulement de l'élevage et la récupération des peaux pour les tanneurs, les fabricants et les distributeurs de chaussures et de maroquinerie, elle intègre également et logiquement les cordonniers qui prolongent la vie de ces articles.

Philippe Daquai, Président d'honneur de la FDCF, détaillant à Soisson.



Au cours de la visite dans la cordonnerie de Jean-Pierre Verneau.



Frank Boehly, président du CNC à droite, et Jean-Pierre Verneau, président de la FFCM (Fédération Française de la Cordonnerie Multiservice) à gauche.

En présence de la FDCF

Débats à la CPME

Mercredi 6 juillet, j'ai dans un premier temps assisté au comité directeur national Commerce de la CPME où étaient présents notamment le nouveau président de la Fédération nationale de l'habillement (FNH), ainsi que les représentants des marchés de France, de la bijouterie, et bien d'autres.

Les principaux thèmes abordés ont été les soldes, l'équité fiscale, la concurrence déloyale du e-commerce ainsi que la nouvelle réglementation sur la suppression des tickets de caisse.

Les débats sont toujours animés concernant les soldes mais tous les présents étaient d'accord pour constater qu'ils sont beaucoup trop tôt ; la date de fin juillet a été évoquée de façon plutôt unanime. Les promotions incessantes ont été au cœur du débat. Il a été convenu de voir comment les autres pays européens réglementent celles-ci. Mais avant toutes suggestions de réglementation, il est impératif que des éléments concrets soient apportés et que les fédérations soient d'accord entre elles.

L'équité fiscale est aussi une priorité.

Nous avons évoqué la taxe carbone pour stimuler le marché français et les produits européens. Concernant la loi sur la suppression des tickets de caisse, la CPME en demande le report pour les raisons suivantes :

- Le SAV ne pourra plus être assuré de façon correcte puisqu'en cas de refus du client de donner son adresse email ou son nom, il ne pourra plus prétendre à un échange ou un SAV en cas de soucis puisqu'il n'aura plus de preuve de son achat.
- De plus, la protection des données de la personne est mise en cause dans ce contexte.
- D'autre part, cette suppression est mise en avant pour des raisons écologiques, mais encore une fois Internet est revenu au cœur du débat avec la multiplication des emballages et les retours produits gratuits. Un retour payant devrait être imposé comme taxe carbone.



François Asselin, Président de la CPME, et Véronique Gou.

La situation du commerce est préoccupante dans la plupart des secteurs. L'inflation et la crise du pouvoir d'achat qui en résulte risquent d'aggraver la situation.

À l'issue de cette réunion, j'ai assisté en tant que représentante de la fédération à l'assemblée générale ordinaire et extraordinaire de la CPME nationale. Dans un premier temps, nous avons voté l'approbation des comptes et la modification de certains éléments des statuts de la CPME avec l'intervention des commissaires aux comptes.

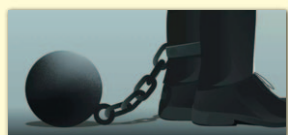
Le Président François Asselin est ensuite intervenu sur les points défendus et à défendre par la CPME ainsi que sur les problématiques actuelles comme la demande d'allongement du PGE sans incidence bancaire pour les entreprises et les enjeux sociaux : pénurie de compétences, remise en cause de la relation avec le travail malgré les efforts des branches et des entreprises.

Autres dossiers abordés : les heures supplémentaires non surtaxées, la baisse des charges, la transition écologique avec la décarbonation de l'économie, la Loi antigaspi, la rentrée sociale et les fortes inquiétudes qu'elle inspire. Un autre thème d'action : l'impératif de remettre le travail en avant.

Lors de ces réunions, j'ai pu constater que les arguments avancés et les problématiques qui sont au centre des débats concernent bien les TPE et PME, et que la CPME a la volonté de défendre et épauler les petites entreprises qui sont le cœur de l'activité économique. Malheureusement, il semble bien que le pire soit devant nous et qu'il va falloir être actif dans nos revendications et nos sollicitations pour pouvoir se maintenir.

Véronique Gou, vice-présidente section commerce 91 de la CPME
Membre du Conseil Fédéral de la FDCF,
Détailante à Arpajon (Essonne)

PGE : une bouffée d'oxygène devenue un boulet



Le prêt garanti par l'État (PGE), dont la plupart des entreprises honorent les échéances depuis le printemps, est devenu une épée de Damoclès pour beaucoup. Il a été conçu pour une crise en V, or les crises se succèdent. Certaines entreprises ne pourront pas rembourser, les autres seront fragilisées par ce boulet qui les empêchera d'investir.

Adulé pendant la crise sanitaire, le prêt garanti par l'État (PGE) a été la bouée de secours de centaines de milliers d'entreprises. Plus de la moitié des dirigeants l'ont souscrit en un peu plus de deux ans. Aujourd'hui, il donne des sueurs froides aux patrons de TPE-PME. Depuis le printemps, une majorité des 700 000 bénéficiaires doit commencer à le rembourser. Ayant profité du report d'un an accordé par l'État, ils ont désormais quatre ans pour s'acquitter de leur dette. Des mensualités qui commencent à peser de plus en plus lourd dans les comptes, à mesure que la situation économique se dégrade. Incorporer le PGE à nos fonds propres et plus de souplesse dans les remboursements, ce sont nos demandes à Mme Grégoire. Source "les Echos"

Un grand monsieur de la chaussure s'en est allé.



Figure locale hyéroise, Charles Bellone fondateur de la dynastie chaussures Bellone en 1962 a été successivement, Président de l'office du tourisme, il a su promouvoir la destination touristique de notre territoire, Président de l'union des commerçants hyérois, il a contribué à l'essor du commerce local avec un dynamisme et une ferveur que nous lui connaissons bien.

Également Vice-président de la Fédération nationale des chausseurs de France, boulevard Magenta à Paris, il a su soutenir le commerce de détail en France par ses actions économiques nationales ainsi qu'au sein de la Chambre de commerce et d'industrie du Var.

Toujours passionné, brillant orateur, autodidacte et amoureux de la vie, il nous quitte cette année après avoir fêté ses 90 printemps.

Nous garderons à jamais gravé dans nos mémoires, la belle image de ce personnage sympathique et si atypique.

La FDCF présente à la famille Bellone ses condoléances.

LETTRE OUVERTE À LA MINISTRE DÉLÉGUÉE CHARGÉE DU COMMERCE AU SUJET DE LA SITUATION DU COMMERCE

Madame la Ministre déléguée chargée du Commerce,

Dans ce contexte d'inflation, qui fait suite à la crise sanitaire, les commerces enregistrent une chute de leur activité sur le premier semestre 2022 et leur activité est menacée.

Parmi les nombreux dangers qui guettent le « petit commerce » également appelé le commerce de proximité, qui représente la vie économique de nos villes, il faut citer :

- **la baisse des CA** (progression d'Internet, désaffection des centres-villes, consommation plus frugale sur fond d'inflation, hausse des matières premières et des frais de transport) ;
- **l'augmentation des charges** (hausse du loyer + obligation de contribuer à un organisme de recyclage + augmentation des salaires) qui ont pour résultante **une forte baisse de la rentabilité** ;
- **La valeur des fonds de commerce est en chute libre**, et pourtant nombre de commerçants comptaient sur ce revenu pour leur retraite...
- **L'endettement record** suite à la crise sanitaire et à la fermeture des magasins « non essentiels », on parle du PGE qu'il conviendrait d'incorporer aux fonds propres, mais il y a l'utilisation des économies si durement acquises après l'utilisation maximale de découverts bancaires si coûteux. La liste n'est hélas pas exhaustive...

L'institut Altares montre qu'un nombre croissant de chefs d'entreprise ont perdu leur emploi au premier semestre. 3 815 dirigeants ont ainsi vu leur emploi disparaître, un niveau en augmentation de 32,8 % par rapport à la même période en 2021. À cela s'ajoutent les cessations volontaires d'activité, qui ont doublé depuis le Covid !

La concurrence n'est pas une mauvaise chose et quand on est commerçant on doit la respecter et l'affronter mais dans des règles dominées par l'honnêteté et l'équité.

Si la directive UE dite « Omnibus » va dans le bon sens, celle-ci étant transcrite dans le droit français, je vous rappelle que dorénavant les promotions, Black Friday, ceci ou cela, sont réglementés. Un peu de morale qui limitera, nous l'espérons, les dérives constatées ces dix dernières années. Des produits sur-margés à la limite de l'indécence, fabriqués de l'autre côté du globe, sur lesquels on applique une ristourne de 50 %, quelle belle affaire ! et quelle supercherie !

De récentes études montrent que nos concitoyens se tournent vers une consommation raisonnée, des choix dictés par le juste prix pour des produits de qualité.

Ainsi, nos commerçants de la distribution chaussure ou plus largement de l'équipement de la personne ont un rôle important à jouer. Déjà par leurs approvisionnements quand ils privilégient des fabrications françaises ou de l'UE au détriment des pays à faible coût en main-d'œuvre mais à l'impact écologique monstrueux. Reste un point important, si débattu, si conflictuel entre tous les commerces : les soldes.

Monsieur le Ministre de l'Économie et des Finances, Bruno Le Maire, nous a dit à ce sujet « *les soldes, je ne veux plus en entendre parler, mettez-vous déjà d'accord !* ». C'était lors des Assises il y a presque un an.

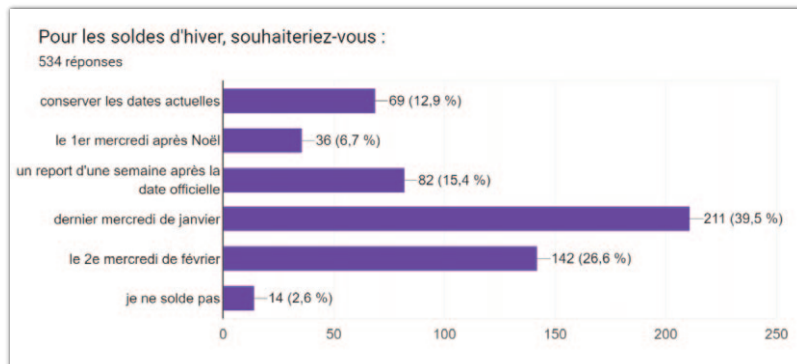
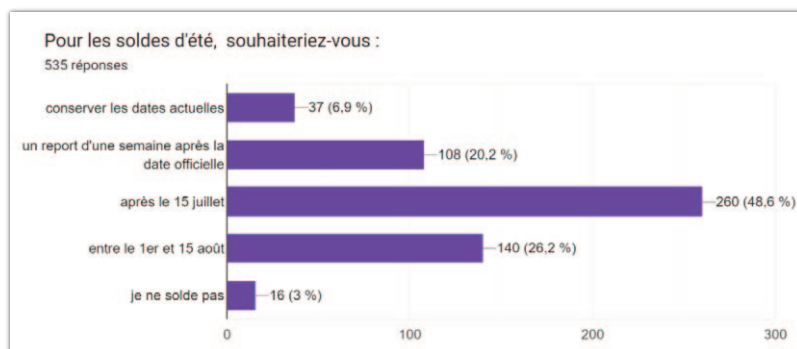
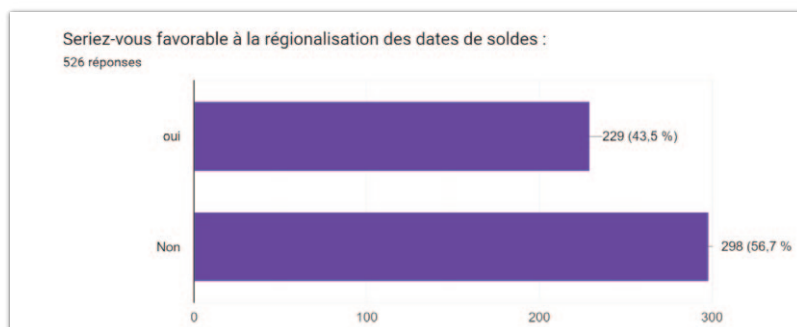
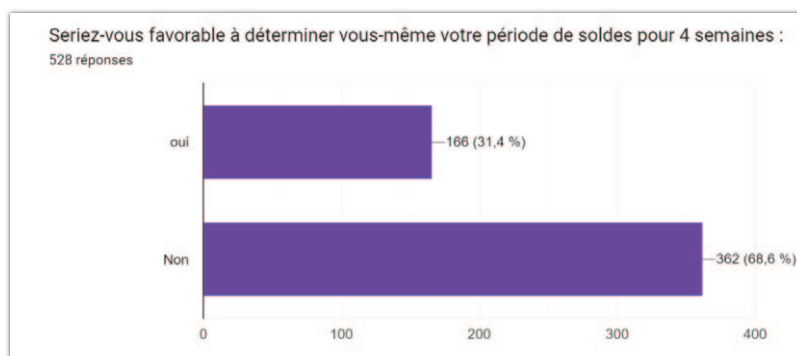
La période des soldes est un moment crucial de la vie de nos commerces, qui a perdu au cours des ans sa raison d'être pour les motifs évoqués précédemment. Il est urgent de redonner un sens, une légitimité, à cet événement commercial. Le but ultime étant d'octroyer un peu de trésorerie tout en épurant les fins de stocks.

Notre fédération des détaillants en chaussure a initié un sondage, il en ressort qu'une très large majorité de commerçants sont attachés aux soldes (97 %). Les soldes, seul moment où l'on peut vendre à perte, ne peuvent être positionnés le premier jour de l'été. Une large majorité de commerçants souhaiterait une date autour du 15 juillet pour l'été (48 %) et le dernier mercredi de janvier pour les soldes d'hiver (40 %). Les sondages effectués par

les autres fédérations ne feront sans doute que confirmer ces chiffres. Forts de cette union interfédérale, nous vous solliciterons afin que nos demandes soient enfin prises en compte.

Je reste naturellement à votre disposition pour échanger sur ce sujet. Nous vous prions de recevoir, Madame la Ministre déléguée chargée du Commerce, l'expression de nos salutations distinguées.

Jean Pierre Gonet
Président FDCF, Vice-Président CDF



Le compte personnel de Formation dit « CPF » : Quésaco ?

Le « CPF » est un compte de formation permettant au salarié d'acquies des droits pour financer des formations qu'il souhaite suivre. Ces droits sont comptabilisés en euros et peuvent être ensuite utilisés pour réaliser des formations certifiantes, c'est-à-dire permettant de valider un diplôme/titre.

Qui est concerné ?

Tous les salariés quel que soit leur contrat de travail et les travailleurs indépendants, à partir de l'âge de 16 ans. Le CPF est attaché à son bénéficiaire, qui conserve ses droits en cas de changement d'employeur. Il s'éteint au moment du départ à la retraite.

Pour quelles formations ?

Le CPF peut permettre :

- d'acquies une **qualification** (diplôme, titre professionnel, certification professionnelle, etc.), par exemple un BTS, un titre professionnel, un CAP/BEP, un DU/DUT, une licence/Master... ;
- de réaliser un **bilan de compétences** ;
- de **créer ou reprendre une entreprise** (les formations doivent porter sur l'acquisition de compétences exclusivement liées à la direction de l'entreprise) ;
- de **financer le permis B** (préparations à l'épreuve théorique du code de la route et à l'épreuve pratique du permis de conduire) ou du permis poids lourd (C) ou du permis transport en commun (D) ;
- d'être accompagné pour la validation des acquis de l'expérience (VAE) ;
- d'acquies un **socle de connaissances et de compétences** ;

Le CPF peut aussi se cumuler avec d'autres dispositifs (par exemple avec une formation prévue par le plan de développement des compétences de l'entreprise). Ce cumul permet d'augmenter la durée de la formation.

Comment sont acquis les droits à formation ?

Pour les salariés et les travailleurs indépendants, pour une personne à temps plein, ou au moins à mi-temps, l'alimentation du compte se fait à hauteur de **500 € par année de travail**. Le compteur est bloqué lorsque les droits atteignent 5 000 €. Des abondements sont possibles : le salarié peut se renseigner auprès de l'OPCO EP (tel : 09 70 838 837).

Comment utiliser le CPF ?

L'utilisation du CPF relève de la seule initiative de son bénéficiaire mais nécessite l'autorisation de l'employeur lorsque la formation se déroule durant le temps de travail.

Pour une formation se déroulant pendant le temps de travail : le salarié doit demander à l'employeur son autorisation au moins 60 jours calendaires avant le début de la formation si celle-ci a une durée inférieure à 6 mois, ou 120 jours calendaires si celle-ci a une durée supérieure à 6 mois.

En cas d'accord de l'employeur, le salarié bénéficie du maintien de salaire durant sa formation.

Pour une formation se déroulant en dehors du temps de travail : le salarié n'a pas à demander l'accord de son employeur dans la mesure où il n'est pas payé durant ce temps.

Chaque bénéficiaire de CPF dispose, sur le site officiel moncompteformation.gouv.fr d'un espace personnel sécurisé lui permettant de s'identifier sur son compte.

Ce site lui permet d'obtenir des informations sur les formations auxquelles il peut recourir dans le cadre de ses droits, d'accéder aux informations qui le concernent (par exemple, le crédit en euros enregistré sur son compte), et la procédure pour faire financer sa formation.

Il peut également se faire accompagner dans sa démarche par un conseiller en évolution professionnelle (CEP) (En savoir plus sur mon-cep.org).

Les fiches pratiques de la concurrence et de la consommation (DGCCRF)

Étiquetage des chaussures

L'étiquetage des chaussures doit faire apparaître des informations sur les matériaux employés pour confectionner la tige, la doublure, la semelle de propreté et la semelle extérieure. Ces informations doivent directement apparaître sur l'un au moins des articles chaussants de chaque paire.

Obligation d'information

L'étiquetage doit faire apparaître des informations sur la composition des trois parties constituant la chaussure :

- a) la tige : face externe fixée à la semelle extérieure ;
- b) l'ensemble constitué de la doublure et de la semelle de propreté : intérieur de l'article chaussant ;
- c) la semelle extérieure : face inférieure soumise à l'usure par effet de la marche et fixée à la tige.

L'étiquetage doit être visible et indiquer les matériaux entrant majoritairement dans la composition de la chaussure.

		Comment bien comprendre les pictogrammes			
		cuir	cuir enduit	textile	autres matériaux
Tige dessus					
Doublure et semelle de propreté					
Semelle extérieure					

La composition des articles chaussants peut être indiquée au moyen de pictogrammes.

Ainsi, le cuir est défini de la façon suivante :

- Cuir : désigne le cuir ou la peau d'un animal qui a conservé sa structure fibreuse originelle plus ou moins intacte et qui a été tanné.
- Le cuir peut être recouvert d'une couche d'enduction ou d'une couche contrecollée n'excédant pas 0,15 mm.
- "Cuir pleine fleur" au sens de la réglementation applicable : peau comportant sa fleur d'origine telle qu'elle

est présente lorsque l'épiderme a été retiré et sans qu'aucune pellicule n'ait été retirée par ponçage, effleurage ou refente.

- "Cuir enduit" : produit dont l'épaisseur de la couche d'enduction ou de contre collage n'excède pas un tiers de l'épaisseur totale du produit, mais est supérieure à 0,15 mm.

La CDF dans ses nouveaux locaux

Le 27 septembre, à l'occasion de l'inauguration du nouveau siège de la Confédération des commerçants de France (CDF) à Issy-les-Moulineaux (92), le Président de la FDCF a présenté aux personnalités présentes : députés, sénateurs, présidents de la CdCF, de la CPME et des représentants de nombreuses fédérations du commerce, les grandes lignes de la situation du commerce de détail (voir la lettre ouverte à Mme la Ministre). Jean-Pierre Gonet a réitéré les demandes des représentants du commerce pour que soit reconsidéré le libéralisme débridé dont on mesure chaque jour les effets pervers. Succursalistes, petites et moyennes surfaces payent un lourd tribut à la concurrence déloyale. Le Président de la FDCF a rappelé que le commerce n'est pas dans la négation permanente mais veut être une force de proposition. Il a également présenté les actions des fédérations de commerçants dans l'éco-consommation (Refashion) dont les détaillants chaussure et autres branches de l'équipement de la personne sont des relais actifs et financiers (voir ce sujet dans ce numéro). Il a aussi été question d'une charte énergétique à destination des commerces.

Extrait de la prise de parole de Jean-Pierre Gonet : « Comme vous le savez, les mois qui viennent s'annoncent particulièrement difficiles pour nos commerçants et pour les Français d'une façon générale. Entre les mesures de sobriété énergétique, l'explosion des tarifs de l'énergie, des matières premières, l'inflation généralisée... nous entrons dans une période austère moralement, mais également économiquement. L'objectif est double : au travers de mesures faciles à mettre en place et efficaces, nous souhaitons apporter à nos commerçants un coup de projecteur auprès des français, et donc de leurs clients, pour leur prouver qu'ils ne seront pas



Le Président de la FDCF présente aux personnalités présentes (politiques et représentants du commerce) les grandes lignes de la situation du commerce de détail.

les seuls à faire des efforts. Mais également leur démontrer qu'une attitude responsable leur permettra de réaliser des économies d'énergie et donc, de les aider à réduire leur facture énergétique. Un logo et une charte seront mis en place

Nouveau service ANWR-GARANT au service de ses adhérents

ANWR GARANT FRANCE accompagne ses adhérents au quotidien, en proposant des services sur mesure sur des sujets clefs dans l'exploitation d'un magasin comme l'approvisionnement, les performances commerciales ou encore financières.



Jean-Jacques Millet
(ANWR GARANT)

Il nous est apparu important de répondre à une nouvelle problématique : celle de la cession d'un magasin ou d'une société.

À l'heure de la retraite, de l'arrêt d'activité, par exemple, comment conseiller au mieux l'adhérent dans cette phase charnière, faciliter la reprise du point de vente/de la société et favoriser la continuité des magasins de chaussures indépendants.

Bon nombre d'entre vous n'ont jamais eu à traiter ces sujets et ne trouvent pas le juste accompagnement côté bancaire ou comptable, pourtant partenaires clefs au quotidien.

Nous avons donc répondu à ce besoin en vous proposant un accompagnement décliné en

formules progressives adaptées à chaque contexte et votre attente :

- une formule « APPROCHE », apportant les premières recommandations essentielles : détermination du périmètre de cession, annonce auprès de notre réseau ;

- reprise (montage de son dossier financier et du prévisionnel) et la recherche d'un potentiel repreneur en phase de développement.

Notre connaissance du réseau des adhérents en développement couplée à notre expertise financière sont autant d'atouts pour accélérer et faire aboutir votre projet de cession en respectant une totale confidentialité si elle est

requis. Depuis la mise en place de cette prestation, ANWR GARANT FRANCE se réjouit d'avoir pu être associé à des projets sérieux de reprise et ainsi pérenniser une activité de commerce indépendant sur ce marché de la chaussure.

Jean-Jacques Millet, ANWR GARANT FRANCE

Vous exploitez un ou plusieurs magasins de chaussures et vous entrez dans une dynamique de cession (point de vente ou entreprise), contactez-nous dès maintenant pour bénéficier du savoir-faire et du professionnalisme d'un groupement leader sur son marché.

Vos interlocuteurs privilégiés :

Jean-Jacques MILLET

07 85 16 67 31 ou jean-jacques.millet@anwr-garant.fr

David LE MARCHAND

06 08 80 28 66 ou david.le-marchand@anwr-garant.fr



Pour une information complète sur la profession lisez

L'Essentiel de la Chaussure

Nouvelles marques, actualité des salons, tendances modes, rubriques de fond ect... **Une mine d'enseignements offerte aux détaillants adhérents à la FDCF.**



FDCF

Conception graphique : © Nicolas Petit - www.nicolaspetit.net / Imprimeur : Imprimerie Solidaire

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

fdcf@chaussure.org www.chaussure.org 46, boulevard de Magenta 75 010 Paris.

Fédération-des-Détaillants-en-Chaussures-de-France

