

COMMERCE DE DÉTAIL DE CHAUSSURES

Êtes-vous fait pour ce secteur d'activité ?

COMPÉTENCES 	SPÉCIFICITÉS 	VIE PRIVÉE 
Qualification professionnelle ● ● ● ● ●	Poids des investissements ● ● ● ● ●	Niveau de rémunération ● ● ● ● ●
Aptitudes commerciales ● ● ● ● ●	Importance de la qualité de l'emplacement ● ● ● ● ●	Degré des contraintes horaires ● ● ● ● ●
Maîtrise de la gestion ● ● ● ● ●	Intensité de la concurrence ● ● ● ● ●	Facilité de remplacement ● ● ● ● ●

SOMMAIRE

LE MARCHÉ DU COMMERCE DE DÉTAIL DE CHAUSSURES	2
LA RÉGLEMENTATION DU COMMERCE DE DÉTAIL DE CHAUSSURES.....	5
L'ACTIVITÉ DU COMMERCE DE DÉTAIL DE CHAUSSURES	7
LES POINTS DE VIGILANCE DU COMMERCE DE DÉTAIL DE CHAUSSURES	10
EN SAVOIR PLUS SUR CE SECTEUR	12

LE MARCHÉ DU COMMERCE DE DÉTAIL DE CHAUSSURES

Depuis quelques années, le secteur de la chaussure est confronté à des difficultés.

Les consommateurs sont aujourd'hui à la recherche de produits « mode » offrant un bon rapport qualité-prix. Répondant à cette demande, les grandes surfaces spécialisées et les magasins de sport captent une clientèle de plus en plus importante. À cette concurrence s'ajoute désormais celle de la vente en ligne qui connaît un véritable succès : les sites de vente en ligne ont su renforcer leurs avantages (référencement de nombreuses marques internationales, rapidité, praticité, expédition des produits en 48h, livraison et retour gratuit, garantie "satisfait ou remboursé").

Dans ce contexte, les professionnels du secteur tendent à développer des stratégies de fidélisation, à proposer des produits de qualité, à valoriser la relation client et à référencer des marques originales. Ces vecteurs de différenciation devraient justifier les prix plus élevés pratiqués et leur permettre de se démarquer des grandes enseignes du secteur.

Tendances

Face au renforcement de la concurrence, la concentration du secteur devrait se poursuivre, surtout entre réseaux succursalistes. En effet, les pressions concurrentielles devraient s'intensifier avec l'arrivée de nouveaux entrants comme les enseignes de prêt-à-porter qui cherchent à développer des relais de croissance.

L'organisation du marché

- **Les indépendants non rattachés à un réseau sous enseigne** : ils captent 15% du marché de la chaussure. Leur nombre décroît en raison des pressions concurrentielles exercées par les réseaux sous enseigne.

- **Les réseaux sous enseigne** : plus de la moitié des magasins de chaussures appartiennent à un réseau et ils représentent près de 40% du marché de la chaussure en valeur. Les enseignes succursalistes sont prédominantes.

Le secteur est très concentré et deux groupes dominent le marché : Eram (enseignes Eram, Bocage, Staggy, Heyraud, Texto, Mellow Yellow, Gémô) et Vivarte (enseignes La Halle, Minelli, San Marina).

- Avec plus de 20% de parts de marché, **les magasins de sport** constituent le premier circuit de distribution de la chaussure non spécialisé.

- Le **e-commerce** capte une part croissante de parts de marché ces dernières années (environ 10% à ce jour). Les services de livraison et de retours gratuits, conjugués à une offre profonde, rendent ce canal de plus en plus attractif.

- **Les enseignes d'habillement** se diversifient de plus en plus en proposant une gamme de produits de maroquinerie et de chaussures.

- **Les grandes surfaces alimentaires** se positionnent sur le segment bas de gamme mais son poids en valeur reste marginal dans le secteur.

		COMMERCE DE DÉTAIL DE CHAUSSURES
NOMBRE D'ENTREPRISES DU SECTEUR	2016	6 064 ⁽¹⁾
CHIFFRE D'AFFAIRES DU SECTEUR (en milliards d'euros)	2016	5,296 Md€ ⁽²⁾
ÉVOLUTION DU CHIFFRE D'AFFAIRES DU SECTEUR EN VALEUR (indice ICA base 100 en 2010)	2017	107,0 ⁽³⁾
	2016	108,1
	2015	111,6
	2014	111,2
	2013	109,5
	2012	107,5
	2011	102,6
	2010	100,0

⁽¹⁾ Source : INSEE, démographie des entreprises et des établissements 2016 - champs marchand non agricole, Stocks d'entreprise au 31 décembre 2016.

⁽²⁾ Source : INSEE, ESANE.

⁽³⁾ Source : INSEE, Bulletin statistique.

LA RÉGLEMENTATION DU COMMERCE DE DÉTAIL DE CHAUSSURES

Les aptitudes professionnelles

Le professionnel doit avant tout être un excellent gestionnaire, habile négociateur avec les fabricants ou les grossistes et très organisé, méthodique dans le suivi des stocks et des ventes. Il doit également avoir un très bon contact commercial, faire preuve de goût et savoir anticiper les modes et les tendances.

L'environnement réglementaire

Les contraintes à l'installation

Aucun diplôme n'est obligatoire. Le professionnel doit être inscrit au registre du commerce et des sociétés.

Les principaux points de la réglementation professionnelle

Accueillant du public, le local doit répondre aux normes de sécurité relatives aux établissements recevant du public.

Le professionnel doit respecter les normes d'hygiène des locaux (Arrêté du 9 mai 1995).

Les prix sont librement déterminés, mais leur affichage est strictement réglementé. (Arrêté du 3 décembre 1987).

La loi de modernisation de l'économie (LME) du 4 août 2008 (2008-776) a débouché sur des mesures portant notamment sur :

- les baux commerciaux : les loyers des locaux commerciaux sont indexés sur un nouvel indice de révision des loyers (Indice des Loyers Commerciaux) intégrant une méthode de calcul pondéré (calculé pour 50% sur l'indice des prix à la

consommation, pour 25% sur l'indice du chiffre d'affaires du commerce de détail et pour 25% sur l'indice des prix à la consommation).

- L'urbanisme commercial : le seuil d'autorisation d'implantation et d'extension des surfaces commerciales est relevé de 300 à 1 000m². Les critères de densité commerciale par zone (ratio de surfaces commerciales au m²/1 000 habitants) sont supprimés.

Enfin, la réglementation de la vente à distance, initialement régie par le Code de la consommation a été renforcée par la loi Chatel "pour le développement de la concurrence au service des consommateurs" du 3 janvier 2008 (mention des coordonnées complètes du vendeur, remboursement de la totalité des sommes versées en cas de retour, ...) puis par la loi Hamon (loi n° 2014-344 du 17 mars 2014) portant notamment sur l'allongement du délais de rétractation.

Statut juridique et fiscal

Rendez-vous dans notre rubrique Les guides pratiques / Mes impôts & taxes pour connaître le taux de TVA qui s'applique à votre activité ainsi que le mode d'imposition de vos bénéfices.

Rendez-vous dans notre rubrique Les guides pratiques / Mon régime social pour connaître le montant des cotisations et des prestations de votre régime social obligatoire.

L'ACTIVITÉ DU COMMERCE DE DÉTAIL DE CHAUSSURES

L'installation

Du fait de la saturation du marché, les créations sont de plus en plus rares.

Les investissements

Les principaux investissements portent sur le pas-de-porte et les agencements qui doivent être renouvelés tous les 5 ans minimum. Le matériel informatique, les stocks initiaux ainsi que les frais de communication constituent les autres investissements importants à financer.

La gestion

Le suivi au quotidien

Le professionnel suit ses ventes par collection (printemps/été et automne/hiver). Il suit ses ventes produit par produit, détecte les modèles stockés depuis plus de 3 mois et organise des promotions pour éviter les invendus. Les frais fixes (loyer, énergie etc), les frais de publicité et les coûts d'amortissement élevés imposent une gestion rigoureuse.

Les recettes de l'activité

La demande du secteur dépend des conditions météorologiques et des tendances de la mode. Les soldes et les périodes de promotion jouent un rôle majeur sur les comportements d'achats de chaussures.

Les charges à surveiller

Les achats représentent environ 60% du chiffre d'affaires HT. Le secteur fait beaucoup appel aux contrats à durée déterminée ou à temps partiel afin de maîtriser au mieux les charges de personnel qui représentent en moyenne 10% du chiffre d'affaires HT d'une entreprise.

La maîtrise du résultat

Le résultat dépend en premier lieu de la maîtrise des ventes et des achats. Une rotation trop lente (supérieure à 3 mois) aura des effets rapidement très négatifs sur la rentabilité. Le commerçant doit également négocier des conditions de paiement favorables auprès des fabricants et grossistes (60 jours au minimum). Les centrales d'achat et coopératives régionales permettent de négocier jusqu'à 120 jours. Enfin, l'indépendant préférera le créneau moyen, haut de gamme, voire produits de luxe, aux modèles bon marché fortement concurrents.

La gestion financière et les besoins en trésorerie

Les fonds propres doivent être importants et le suivi de la trésorerie rigoureux du fait de la gestion des stocks.

		COMMERCE DE DÉTAIL DE CHAUSSURES
EVOLUTION DU NOMBRE DE CRÉATION	2017	321 ⁽¹⁾
	2016	387
	2015	425
	2014	880
	2013	480
	2012	547
	2011	573
	2010	538
LES RATIOS DE GESTION CLEFS	Chiffre d'affaires moyen	183 K€ ⁽²⁾
	Marge brute	44,12 %
	Excédent brut d'exploitation	18,69 %
	Rotation des stocks	206 jours
	Crédit clients	1 jour
	Crédits fournisseurs	43 jours
	Besoin en fonds de roulement	92 jours

⁽¹⁾Source : Insee, Démographie des entreprises et des établissements - champ marchand non agricole, Créations d'entreprises.

⁽²⁾Source : Moyenne indicative. Données exprimées en % et jours (de chiffre d'affaires ou d'achat).

LES POINTS DE VIGILANCE DU COMMERCE DE DÉTAIL DE CHAUSSURES

Les principales difficultés du métier

Le secteur du commerce de chaussures est très risqué.

• La gestion des stocks

La gestion des stocks est particulièrement délicate : une mauvaise anticipation sur une collection a des effets catastrophiques sur la rentabilité. Pour obtenir une bonne rentabilité, une rotation par article inférieure à 3 mois est souhaitable pour éviter les invendus.

• L'intensification des pressions concurrentielles

Les opérateurs traditionnels du secteur subissent la concurrence des magasins de sport et des grandes surfaces spécialisées. Par ailleurs, l'essor du e-commerce accentue les pressions concurrentielles (gamme très étendue, retour gratuit...).

• Le coût des investissements

L'importance des investissements et des stocks nécessite des mises de fonds et des apports en fonds propres élevés. Un recours trop important au crédit pénalise lourdement la rentabilité.

Dans ce contexte, les commerces qui s'en sortent le mieux sont ceux qui se spécialisent (enfants, pieds sensibles), disposent d'une solide assise financière,

adhèrent à un groupement d'achat et bénéficient d'un emplacement de premier ordre, voire d'un deuxième point de vente.

EVOLUTION DU NOMBRE DE DÉFAILLANCE COMMERCE ET REPARATION AUTOMOBILE	2017	11 837 (1)
	2016	12 516
	2015	13 614
	2014	13 784
	2013	14 103
	2012	13 647
	2011	13 424
	2010	13 265
TAUX DE SURVIE AU- DELÀ DES 5 PREMIÈRES ANNÉES	Commerce	52,0 % (2)
	Moyenne tous secteurs	60,4 %

(1) Source : Banque de France.

(2) Source : Insee, Taux de Survie à 5 ans pour la génération 2010.

EN SAVOIR PLUS SUR CE SECTEUR

Les principales organisations professionnelles

FDCF

Fédération des Détaillants en Chaussures de France

44 boulevard de Magenta - 75010 Paris

Tel : 01 42 06 79 30

<http://www.chaussure.org>

SNCC

Syndicat National du Commerce Succursaliste de la Chaussure

124, Boulevard Haussmann, 75008 PARIS

Tel : 01 44 70 76 56

Fédération Française de la Chaussure

51, Rue de Miromesnil, 75008 PARIS

Tel : 01 44 71 71 71

<http://www.chaussuredefrance.com>

La presse spécialisée

Chausser Magazine

<http://www.chaussermagazine.com>

L'essentiel de la Chaussure

<http://www.lessentiel.com>

LSA

<http://www.lsa.fr>

Linéaires

<http://www.lineaires.com>

Points de Vente

<http://www.pointsdevente.fr>

Faire Savoir Faire

<http://www.fairesavoirfaire.com>