

Détaillants multimarques : la FNH reste optimisme et donne des pistes gagnantes...

Suite à son assemblée générale qui s'est déroulée le week-end dernier à Saint Germain en Laye, la Fédération Nationale de l'Habillement a organisé une journée « rencontres des professionnels de l'Habillement » sur le thème :

quelles stratégies gagnantes pour les distributeurs indépendants ? 5 pistes pour réussir...

Cette journée a rencontré un vif succès auprès des professionnels du secteur qui étaient venus nombreux écouter Jean-Pierre Gallois, consultant formateur spécialiste de l'optimisation des points de vente, et conseil auprès des plus grandes chaînes textiles.

Pour mémoire le commerce de l'habillement pèse 26,4 milliards € (source IFM) et le commerce indépendant représente 29 à 32% en valeur de part de marché (cumul multimarques et partenariats).

Le maître mot de la réussite pour ces détaillants : comprendre et tenir compte de l'évolution des modes de consommation. Le consommateur d'aujourd'hui est guidé par la recherche de sensations positives, et subit les tendances liées à la post modernité (ambiguïté hommes-femmes, collusion loisirs/domicile/travail, etc.), il a changé son rapport au temps avec un sentiment d'urgence dans la plupart de ses activités quotidiennes.

Comme on le constate tous les 10 ans, des changements majeurs se produisent actuellement dans la distribution qui influencent le commerce indépendant : nous sommes passés de l'émergence des hypermarchés dans les années 60 à 75, aux centres commerciaux, aux franchises et aux succursalistes pour arriver aux concepts stores des années 95 et 2005. L'avenir sera sans doute marqué par le e-commerce et les achats via de nouveaux médias tels que le téléphone...

Ce n'est pas pour autant une raison de penser que les détaillants multimarques sont voués à disparaître, bien au contraire : le retour d'une demande de plus de proximité, la hausse des coûts de déplacement, le retour vers des tenues plus habillées, le souci de soi, la lassitude engendrée par une offre standardisée des chaînes de distribution sont autant d'indicateurs positifs. Bien connaître sa cible en est un autre, et les multimarques ne doivent pas se tromper : leur cœur de cible, les 35/65 ans représentent 46 % de la population et sont ceux qui enregistrent les plus fortes progressions pour leurs dépenses d'habillement.

Alors quelles solutions ? Jean-Pierre Gallois en a indiqué quelques unes, qui ne se voulant exhaustives donnent cependant une vision d'ensemble du profil des commerçants indépendants de demain : **plus professionnels**, mieux formés à la gestion qu'elle soit commerciale, financière ou des ressources humaines, aux techniques d'achats, à l'informatique, **plus ambitieux** car la rationalisation des coûts fixes et des investissements passe par la multiplication des points de vente, plus curieux et meilleurs communicants, car le commerce de demain ne peut ignorer l'internet.

Loin de rester théorique, la présentation a permis de découvrir des initiatives, de nouvelles expériences menées un peu partout en France qui montrent que certains indépendants sont pleins de ressources et n'hésitent pas à innover. On a pu constater que leurs efforts donnent des résultats.

En s'appuyant sur cette conférence de Jean-Pierre Gallois, la Fédération Nationale de l'Habillement continue son travail visant à faire évoluer plus vite et mieux l'ensemble d'une profession dont la pérennisation passe par la modernisation. La FNH crée pour cela de façon intensive et constante des outils de formation, d'information, élabore des outils de prospective destinés à tous ceux qui sont prêts à s'investir sur l'avenir.

Service de presse FNH :

Faten Djeroudi- Olga GONZALEZ : Tél. 01 44 67 74 34 / Fax. 01 43 72 99 31