

## **Emergence d'une nouvelle génération d'indépendants : à l'occasion de sa prochaine assemblée générale, la FNH dévoile les clés des stratégies gagnantes...**

Depuis 2004 la FNH réalise des études en vue de maintenir une veille sur l'évolution des pratiques professionnelles, ainsi que des habitudes de consommation dans le secteur de l'habillement.

Cette veille lui permet de proposer aux dirigeants indépendants une information pointue et des préconisations pour de nouvelles pratiques professionnelles en vue de les aider à développer leur activité. Le secteur est marqué par la perspective d'un rajeunissement massif lié à la transmission de 20 000 entreprises dans les années à venir. Les nouveaux dirigeants de boutiques indépendantes doivent prendre davantage de risques, voir plus loin et surtout réexaminer en permanence leur stratégie commerciale s'ils veulent réussir. Ils ont aussi de beaux atouts pour cela : **quelles que soient les mutations de la distribution, la consommation de mode reste largement guidée par le plaisir, ce qui rend le concept de boutique multimarque toujours pertinent.**

A l'occasion de sa prochaine assemblée générale, qui se tiendra à Saint Germain en Laye, la Fédération Nationale de l'Habillement organise une conférence-débat le 9 juin prochain sur le thème :

**« Quelles stratégies gagnantes pour les distributeurs indépendants ? 5 pistes pour réussir... »**

*Conférence animée par Jean-Pierre Gallois, consultant Retail Developments*

Ce sera là l'occasion de faire un état des lieux des nouveaux rythmes d'achat et des attentes des consommateurs : accroissement du besoin de renouvellement de l'offre proposée en boutique, segmentation plus fine des cibles, spécialisation, modernisation des lieux de vente (intérieur/extérieur), etc.

On le sait, les indépendants aiment travailler leur différenciation vis-à-vis des chaînes et la segmentation de leur clientèle, cependant les récentes études menées par la FNH montrent qu'ils sont plus attentifs que leurs aînés aux possibilités de collaboration ou de partenariat.

Ces indépendants recherchent de plus en plus l'appui d'un réseau en échange d'un niveau de dépendance plus ou moins accentué qu'ils sont prêts à consentir ... dans le cadre de l'affiliation, de la franchise, ou encore de l'appartenance à un groupement d'achat.

Enfin, loin de considérer l'explosion de la vente d'articles de mode par internet comme une concurrence dangereuse, la FNH considère que cette technologie est un nouvel atout et outil de développement pour les indépendants : outil de fidélisation, d'animation du point de vente par envoi d'e-mailings etc.

Une autre piste est l'acquisition de nouveaux points de vente pour un indépendant, stratégie qui se trouve facilitée par l'évolution démographique ... Cette approche du commerce permet de mutualiser certains frais généraux, de spécialiser davantage le personnel et surtout au dirigeant de recentrer son activité sur des actions stratégiques (achats, négociations, positionnement de sa boutique).

La richesse de l'offre actuelle des créateurs de mode, la montée en gamme et en niveau de rentabilité de niches comme la mode éthique ou la femme ronde, et bien sûr le regain d'intérêt des consommateurs pour le commerce de proximité, sont autant de bonnes nouvelles pour les indépendants qui sauront s'adapter.

**Service de presse FNH :**

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