

★ Eric Mertz (FNH) : "Le risque absolu pour la reprise serait une guerre des prix"

Par [Matthieu Guinebault](#) - 1 avril 2020

Alors que l'incertitude continue de planer sur la date de réouverture des commerces, les professionnels de l'habillement débattent déjà de la date des futurs soldes estivaux. Pour la Fédération Nationale de l'Habillement (FNH), l'épineuse question de la relance d'activité va bien au-delà de cette période de rabais. C'est ce que nous explique son président, Eric Mertz, qui préconise l'organisation d'une fête nationale du commerce, au moment de la reprise. Avec pour l'occasion un bannissement des communications sur les promotions.



Eric Mertz - FNH

FashionNetwork.com : Quels sont pour vous les éléments préalables à une reprise viable de l'activité ?

Eric Mertz : On entend beaucoup parler des soldes. J'ai été le premier à m'exprimer sur le sujet, en demandant dès le 16 mars un report des soldes au 15 juillet au plus tôt. Je pense qu'il faut rester sur une durée de quatre semaines. Mais, derrière, nous avons trois problèmes à régler dès aujourd'hui : le taux de remises sur nos commandes, notre taux d'effort, et notre taux de marge. Sur le premier sujet, le taux de remises sur nos collections, on envisage de créer un échange concerté avec un certain nombre de marques. On récolte déjà les témoignages de certains gros détaillants, qui ont en moyenne entre 30 et 100 magasins, sur le sujet. L'idée étant de faire en sorte de bien faire comprendre aux marques qu'il est hors de question de payer au prix fort des

collections dont on sait qu'elles sont toxiques.

FNW : Collections toxiques dans quel sens ?

EM : Toxiques car on sait qu'on ne pourra peut-être retrouver une activité normale qu'au début du mois de juin. On aura perdu cinq mois de ventes et il faudra écouler nos collections sur quatre semaines avec 5/6ème des collections toxiques. Si l'on devait en plus payer les nouvelles collections à prix plein, cela voudrait dire qu'on serait forcé d'emprunter pour les payer. Et cela viendrait encore aggraver la situation des détaillants. Donc on envisage plutôt de travailler avec les grosses marques et enseignes de marques pour obtenir d'eux un taux de remises, qui permettra d'avoir une situation plus confortable. Nous allons mettre en place une cellule spécifique d'accompagnement des distributeurs indépendants dans la relation qu'ils ont avec les marques. Et cela afin d'identifier celles qui ont de bonnes ou mauvaises pratiques. Et on envisage à côté une grande conférence téléphonique avec de nombreuses marques, pour se mettre d'accord.

FNW : Que préconisez-vous, pour le taux d'effort ?

EM : Il faut que l'on ait un taux d'effort sur nos charges fixes qui soit réduit au maximum. On continue à démarcher Bercy sur l'idée des suspensions de charges, pour faire valoir que ce n'est pas jouable. Car si on les suspend seulement, il faudra quand même les payer. Pour nous l'objectif est bien « Zéro recette, zéro dépense » (expression formulée par le ministre de l'Économie lui-même, ndlr). On est en train de voir comment mettre en place une indemnisation partielle de la perte d'exploitation à travers le fonds de solidarité. Même si ce dernier est réservé aux entreprises qui font moins d'un million d'euros, c'est toujours ça de pris.

FNW : Et concernant le taux de marge ?

EM : Il faut qu'on prenne des dispositions pratiques pour les sauver, nos taux de marge. Bien sur, ce sera la conséquence du taux d'effort, du taux de remises. Et, pour cela, dès la reprise de l'activité, et si les conditions sanitaires le permettent, nous proposons d'organiser une grande fête du commerce. En y associant CCI France, CMA France, les ministères, les acteurs interprofessionnels comme le Medef, la CPME, l'U2P... Et surtout, je pense qu'il faudra appeler de grands annonceurs privés, comme cela a été fait par CCI Paris-IDF, quand JCDecaux offrait des espaces publicitaires à la campagne "J'aime Mon Commerce". Et faire appel à l'État pour des spots publicitaires appelant à de grandes retrouvailles dans les commerces. Mais il faut aussi se prémunir au passage de toutes les tentations mercantiles.

"Je propose une alternative qui serait, au moment de la reprise, d'interdire les publicités sur les rabais"

FNW : Quelles tentations mercantiles, exactement ?

EM : Le risque absolu pour la reprise serait une guerre des prix . Nous savons tous qu'on ne peut légiférer sur les prix, en raison de l'ordonnance de 1986. Mais je propose une alternative qui serait, au moment de la reprise, d'interdire les publicités sur les rabais. Sur tous supports et canaux de ventes, qu'ils soient physiques ou digitaux. Il faut que nous ne raisonnions qu'en prix nets : pour un produit à 100 euros vendu 20, on ne parlera pas d'un produit à "-80 %" mais d'un produit à 20 euros. C'est une proposition. Et je fais avec ce que j'ai. Mais je pense que cela pourrait être une solution, pour autant que cette possibilité fasse consensus chez tous les acteurs du commerce. Et en particulier chez les pure-players, qui doivent comprendre qu'il en va là de la survie de milliers de commerces de centre-ville. Car on dépasse le cadre du plan Action Cœur de Ville. On doit pouvoir compter sur l'entraide. Face aux drames que certaines familles connaissent, c'est le moment d'être vertueux. Puis, après cette phase de reprise, doivent se poser donc la question des soldes.

FNW : Des soldes à des dates repoussées, donc ?

EM : On se propose effectivement de repousser les soldes à au moins deux mois de la reprise. On sait que ce sera un point compliqué, si l'on n'a pas de consensus général. On reste pour l'heure sur le 15 juillet. Je continue d'échanger en permanence sur le sujet avec l'Alliance du Commerce (grands magasins, enseignes d'habillement et chaussures), Procos (commerce spécialisé), la fédération de la franchise (FFF), la fédération du commerce coopératif et associé (FCA), et tous nos collègues du Conseil du Commerce de France (CdCF). Pour moi, la

fenêtre idéale devait être entre le 15 juillet et le 15 août. Mais je rappelle qu'on n'est pas certain d'avoir des livraisons de collections cohérentes, car toutes les marques seront confrontées à des problèmes de production et de livraison. Certains nous disent déjà qu'ils auront du mal à livrer juillet et août, et que cela se ressentira aussi sur les collections d'automne en septembre. Donc cela veut d'ores-et-déjà dire qu'il faut qu'on tienne le coup jusqu'au 15 septembre. Alors on pourrait commencer les soldes au 19 août pour tenir jusqu'à mi-septembre, mais on ne peut envisager de les commencer au 15 juillet et les faire durer deux mois. L'Italie, elle, a choisi de déplacer ses soldes à septembre. Ils n'ont pas du tout le même contexte de marché, avec une consommation plus soutenue, et un équipement de la personne plus présent dans les dépenses. Mais cela montre bien que la reprise sera lente. D'autant que les clients auront vraisemblablement perdu du pouvoir d'achat, beaucoup n'auront de cesse que de passer du temps en famille, parfois pour faire un deuil, et je doute que beaucoup ne partent en vacances. C'est donc aux commerçants de dégager un consensus sur la stratégie à adopter.

Par Matthieu Guinebault

Tous droits de reproduction et de représentation réservés.

© 2020 FashionNetwork.com