

L'Essentiel

de la CHAUSSURE / 73



MODE

Les collections
Hiver 2006 (suite)

Couleurs automnales

AUTREMENT

La chaussure
intelligente



KARSTON



GRAND DÉBAT

Les mesures
antidumpings
de l'UE

ENQUÊTE

La chaussure à
Rochefort, Royan
& Saintes (17)



Primigi

(2)

André revient

Organisation, collections, magasins, tout a changé chez André qui retrouve enfin le chemin des bénéfiques (page 14).

73

4 Editorial

6 La Lettre de l'Essentiel

- 6 **Actualité**
- 9 **Regards : Jacques Royer, PDG du groupe Royer**
- 10 Salons
- 11 Communication

12 Le Grand Débat

- > L'enquête antidumping de l'UE

14 Distribution

- 14 **Focus : André**
- 16 **Des chausseurs dans la ville : Rochefort, Royan & Saintes**

27 Des produits phares POUR L'AUTOMNE-HIVER 2006

34 Mode

- 34 **Thème : Impressions d'automne**
- 35 Produits

36 Pratique

- 36 Conjoncture
- 38 **Juridique : Contrefaçon et concurrence déloyale**
- 39 Le calendrier des salons
- 40 Informatique

42 Stratégie

- 42 **Profil : Camel Active**
- 43 Actualité
- 46 Internet

53 La Chaussure Autrement

- > Chaussure intelligente : les "Concept Shoes" d'Hasley

55 Technique

- 55 **Les outils du chausseur, par Alain Madec**
- 56 Les salons de l'amont (Printemps-Été 2007)



27
Hiver 2006
Des produits phares



16
Les chausseurs de Rochefort, Royan & Saintes



53
La chaussure intelligente

49 Le Dictionnaire des Marques

- > Brako - Carioka - José Saenz - Pastelle

Notre couverture :
Karston

Tél : 02 41 49 77 00
Fax : 02 41 49 77 12

Le prochain numéro de
l'Essentiel paraîtra le
26 avril 2006 !

Service publicité :
+33 (0)1 46 05 40 24
destrez@lessentiel.com



L'Essentiel
de la CHAUSSURE

MODE
Les collections Hiver 2006 (suite)
Couleurs automnales

AUTREMENT
La chaussure intelligente

GRAND DÉBAT
Les mesures antidumping de l'UE

ENQUÊTE
La chaussure à Rochefort, Royan & Saintes (17)

ABONNEZ-VOUS !

Retrouvez notre bulletin d'abonnement en page 58

La réglementation en question

Demain des soldes toute

Le ministre de l'Economie aimerait moderniser la réglementation sur les soldes, en créant notamment une 3^e période de soldes mobile. Un groupe de travail devrait remettre ses conclusions début mai.



Philippe Gilles
(gilles@lessentiel.com)

Depuis que les soldes ont fait irruption dans la commercialisation de la saison en cours – autrefois, rappelons-nous, ils concernaient plutôt les collections de l'année précédente –, la polémique est récurrente entre acteurs du commerce et entre commerce et pouvoirs publics. Il y a ceux qui veulent solder tôt, ceux qui veulent solder tard, ceux qui veulent solder court, ceux qui veulent solder long, ceux qui soldent peu, ceux qui "soldent" en continu, ceux qui multiplient les opérations sur les prix et qui en font un principe de travail. Sans compter ceux qui réclament des dates uniques et ceux qui pestent contre les soldes déguisés, les faux rabais et les liquidations intempestives. Les consommateurs se sont un temps réjouis de l'aubaine, jusqu'à l'écoeurement.

Aujourd'hui, les soldes ont perdu de leur magie, concurrencés par l'emballage des promotions qui ont l'avantage de se situer au coeur, voire au démarrage de la saison. Le consommateur averti peut ainsi consommer au meilleur prix en permanence, en butinant ça et là, sans avoir le sentiment de se faire avoir. Les périodes de quatre à six semaines de soldes deux fois l'an paraissent bien longues. Si l'on considère les deux semaines avant les soldes où l'on ne fait rien et les deux à quatre

semaines après les quinze jours de soldes utiles où l'on ne fait pas grand chose, cela fait beaucoup de temps perdu.

Mais Zorro est arrivé... pour ajouter à la confusion ! Il a pris les traits et la verve du ministre de l'Economie, des Finances et de l'Industrie (et de la Consommation depuis le dernier remaniement ministériel). C'est surtout à ce dernier titre qu'il réunissait le 28 février à Bercy le Conseil National de la Consommation (CNC) afin de débattre des pistes possibles pour une modernisation de la réglementation sur les soldes. Le mieux est l'ennemi du bien, et moderniser peut parfois compliquer l'existant. Laisser en l'état c'est mal, moderniser c'est forcément bien, doit estimer le ministre. Le problème est que si certaines situations ne changent pas ou peu c'est parce qu'elles répondent à un relatif consensus sur l'essentiel. La législation sur les soldes, comme toute loi et réglementation, a sans doute besoin d'un toilettage, mais faut-il vraiment lui tordre le cou ? Or Thierry Breton n'a pas craint de jeter un pavé dans la mare en proposant notamment de réfléchir sur une *période de soldes mobile* qui viendrait s'ajouter aux périodes traditionnelles d'hiver et d'été.

Lors de cette désormais fameuse réunion du CNC, les participants (outre le ministre de l'Economie et le ministre du Commerce, les représentants du commerce et les associations de consommateurs) ont

Départements	date	Départements	date
01 - Ain	29/06 au 09/08	51 - Marne	24/06 au 04/08
02 - Aisne	24/06 au 30/07	52 - Haute-Marne	24/06 au 04/08
03 - Allier	29/06 au 09/08	53 - Mayenne	29/06 au 30/07
04 - Alpes-de-hte-Provence	06/07 au 06/08	54 - Meurthe-et-Moselle	24/06 au 04/08
05 - Hautes-Alpes	06/07 au 13/08	55 - Meuse	24/06 au 04/08
06 - Alpes-maritimes	06/07 au 13/08	56 - Morbihan	06/07 au 16/08
07 - Ardèche	29/06 au 09/08	57 - Moselle	24/06 au 04/08
08 - Ardennes	24/06 au 04/08	58 - Nièvre	24/06 au 23/07
09 - Ariège	06/07 au 16/08	59 - Nord	24/06 au 04/08
10 - Aube	24/06 au 23/07	60 - Oise	24/06 au 23/07
11 - Aude	06/07 au 16/08	61 - Orne	24/06 au 04/08
12 - Aveyron	06/07 au 16/08	62 - Pas-de-Calais	24/06 au 04/08
13 - Bouches-du-Rhône	06/07 au 16/08	63 - Puy-de-dôme	29/06 au 09/08
14 - Calvados	24/06 au 30/07	64 - Pyrénées-atlantiques	06/07 au 16/08
15 - Cantal	29/06 au 09/08	65 - Hautes-Pyrénées	06/07 au 16/08
16 - Charente	29/06 au 10/08	66 - Pyrénées-orientales	06/07 au 16/08
17 - Charente-maritime	06/07 au 16/08	67 - Bas-Rhin	24/06 au 05/08
18 - Cher	24/06 au 30/07	68 - Haut-Rhin	24/06 au 05/08
19 - Corrèze	29/06 au 09/08	69 - Rhône	29/06 au 09/08
2a - Corse-du-Sud	15/07 au 15/08	70 - Haute-Saône	29/06 au 30/07
2b - Haute-Corse	15/07 au 15/08	71 - Saône-et-Loire	29/06 au 30/07
21 - Côte-d'Or	29/06 au 30/07	72 - Sarthe	24/06 au 28/07
22 - Côte-d'Armor	06/07 au 16/08	73 - Savoie	29/06 au 09/08
23 - Creuse	29/06 au 06/08	74 - Haute-Savoie	29/06 au 06/08
24 - Dordogne	29/06 au 09/08	75 - Paris	24/06 au 23/07
25 - Doubs	29/06 au 30/07	76 - Seine-Maritime	24/06 au 04/08
26 - Drôme	29/06 au 09/08	77 - Seine-et-Marne	24/06 au 23/07
27 - Eure	24/06 au 30/07	78 - Yvelines	24/06 au 23/07
28 - Eure-et-Loir	24/06 au 23/07	79 - Deux-Sèvres	25/06 au 30/07
29 - Finistère	06/07 au 16/08	80 - Somme	24/06 au 30/07
30 - Gard	06/07 au 16/08	81 - Tarn	06/07 au 09/08

Le calendrier de l'été 2005 montrait la grande disparité des dates de début des soldes.

examiné "les expériences étrangères, l'évolution des pratiques industrielles et commerciales ainsi que le bilan tiré d'une décennie de réglementation inchangée dans un environnement économique en mutation où les modes de vie et de consommation se sont également beaucoup modifiés", précise un communiqué officiel. Ce seul énoncé montre bien que Thierry Breton veut que ça change. "A la lumière de ces éléments de diagnostic, poursuit-il, les représentants des professionnels et des consommateurs ont débattu de l'adaptation éventuelle de la réglementation sur les soldes, pour optimiser la dynamique commerciale et le pouvoir



Les grands magasins pratiquent les promotions en continu. Mais peut-être verra-t-on bientôt des soldes tout au long de l'année ici ou là.



l'année ?



Une promo chez Carrefour.

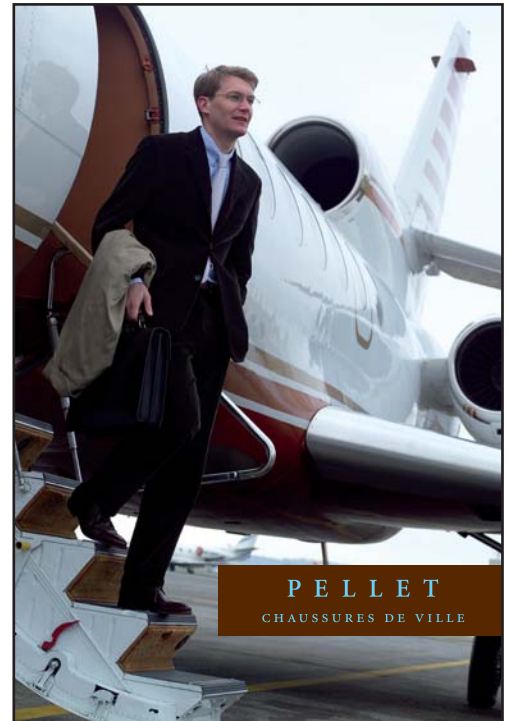
d'achat des consommateurs." "Adaptation éventuelle" : cela signifie que si le ministre veut que ça change, il a néanmoins quelque peu infléchi son discours originel. Ce sont les débats entre professionnels, consommateurs et gouvernement qui décideront de l'évolution de la réglementation et non un diktat du ministère de tutelle. Il ne s'agit pas de traîner, puisqu'il n'est pas exclu que des propositions de réforme viennent abonder le projet de loi sur la consommation soumis au Parlement début mai ! Les propositions que formulera le groupe de travail associant les représentants de l'industrie, du commerce et des consommateurs mandaté par le CNC tourneront autour de trois pistes de réflexions :

- la fixation d'une date unique et fixe de début des périodes de soldes, prioritairement pour la période d'hiver ;
- l'éventuel raccourcissement de la durée des soldes d'hiver dans le cadre du maintien de la durée annuelle maximale de 12 semaines prévue par la réglementation actuelle ;
- en dehors des périodes de soldes, les adaptations de la réglementation pour tenir

compte du besoin de rotation de plus en plus rapide de l'offre dans différents secteurs, liée par exemple à l'évolution technologique rapide des produits. La première piste est intéressante en ce qu'elle permettrait de graver dans le marbre de la loi des situations disparates. Si la date unique pour les soldes d'hiver est globalement déjà respectée, les soldes d'été coupent quasiment la France en deux. On sait que, pour des raisons obscures, le préfet de Paris obtempère volontiers aux demandes des grands magasins qui réclament un début des soldes en juin alors que les autres formes de commerce préféreraient juillet. On peut douter cependant qu'un accord intervienne pour une date d'été unique.

La seconde piste est la plus "révolutionnaire". Il s'agirait de raccourcir la durée des soldes d'hiver et d'utiliser ce crédit de semaines pour une troisième période, "mobile" celle-là et même discrétionnaire puisque chaque ville, chaque profession voire chaque enseigne pourrait utiliser ce crédit de temps à sa convenance. Cette option conduirait à proposer des soldes, ici ou là, tout au long de l'année. La troisième piste de réflexion est une conséquence de la seconde. Si l'on instaure trois périodes de soldes dans l'année (pour douze semaines au maximum comme aujourd'hui, rappelons-le), il convient de faire le ménage et de mettre de l'ordre dans tout ce qui s'apparente de près ou de loin aux soldes, au moins aux yeux des consommateurs : fins de séries, déstockages, promotions. Et aussi de réglementer les soldes sur Internet. On en saura sans doute plus dans un bon mois.

Quelques chiffres pour finir, qui donnent la mesure du poids des soldes et promotions dans la consommation d'habillement – mais on notera sa stabilisation : selon l'Institut Français de la Mode, soldes et promotions ont représenté 25,3 % du CA en 2003 (soldes 10,8 % - promotions 14,5 %), 27,4 % en 2004 (soldes 12,4 % - promotions 14,9 %) et 26,7 % en 2005 (soldes 12,2 % - promotions 14,5 %).

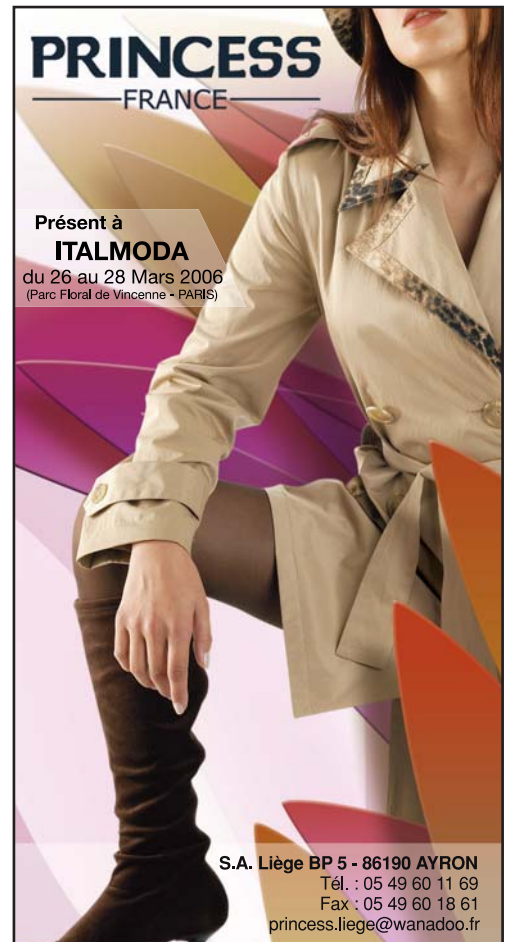


PELLET
CHAUSSURES DE VILLE

COLLECTION
AUTOMNE HIVER
2006/2007

RODOZ S.A.

Z.I. de l'Abbaye - B.P. 21 - 38780 PONT-EVEQUE / FRANCE
tel: 04.74.16.11.80 - Fax: 04.74.85.94.96 - www.christianpellet.com



PRINCESS
FRANCE

Présent à

ITALMODA

du 26 au 28 Mars 2006
(Parc Floral de Vincenne - PARIS)

S.A. Liège BP 5 - 86190 AYRON
Tél. : 05 49 60 11 69
Fax : 05 49 60 18 61
princess.liege@wanadoo.fr