

Trajectoire

Le "news letter" en 3 pages des professionnels de la chaussure

Plus de **10** ans depuis septembre 2013 !

Une publication : Michel Fourneyron Consultant



SPECIAL CRECENDO (4 pages)

N° 328

MARS 2017

Février 2017



EDITO

par Michel Fourneyron

MARKETING FORMATION CONSULTATION

MFC : UN PANEL UNIQUE ET FIABLE

A l'occasion d'une nouvelle saison qui s'ouvre, plus que morose et pleine d'incertitudes, je pense, d'une part qu'il est utile et nécessaire de rappeler l'intérêt du panel MFC, qui existe depuis septembre 2003, d'autre part de remercier les panélistes.

Les chiffres, les analyses, et les commentaires ci-après, hormis les différents thèmes de réflexion en p. 3 et 4 devraient motiver beaucoup de détaillants à s'abonner à cette newsletter unique dans l'Interprofession.

Sa fiabilité n'est plus à démontrer. Il suffit de regarder en p. 2 le rapprochement avec la Banque de France. *Je suis bien évidemment à la disposition des incrédules et des contradicteurs. J'aimerais bien connaître les blocages de leur non abonnement. Au passage, je signale que TRAJECTOIRE ne vit que par les abonnements, donc indépendance totale.*

Revenons aux chiffres :

1/ On note une nouvelle fois une chute consécutive pour cette saison AH 2016/17. Une consolation : son recul s'est un peu atténué.

2/ Pour les «Spécialistes Enfant», les résultats de février sont négatifs. Je n'ai pas d'explications ? Si vous en avez ...

3/ 70% des panélistes ont progressé.

Où vous situez-vous ?...

Avez-vous une explication ?...

Ce TRAJECTOIRE Spécial Salon

est envoyé avant le CRECENDO afin de de vous permettre de peaufiner votre stratégie pour la suite de l'année.

Il comporte exceptionnellement 4 pages :

Page 1 : L'édito + les résultats de février, de l'année et de la saison

Page 2 / 3 : Les 4 dernières saisons avec chiffres et observations,

Page 3/4 : Plusieurs réflexions qui devraient retenir votre attention

A très bientôt au Salon !

Demandez-moi au stand de la Fédération !

ou appelez-moi sur le 06 11 75 03 56 !

Plus que jamais, les sujets de discussions ne manqueront pas.

Au plaisir de vous revoir !

Moyenne Nationale tous rayons confondus en valeur :	+ 24,3 %
Médiane Nationale tous rayons confondus en valeur :	+ 13,6 %

Moyenne Nationale Spécialiste Enfant en valeur :	- 11,1 %
Médiane Nationale Spécialiste Enfant en valeur :	- 13,8 %

Annuel	2017/2016	2016/2015
du 1 ^{er} janv. au 28 février	+ 0,5 %	- 2,4 %
Saison	AH 16/17	AH 16/15
du 1 ^{er} sept au 28 février	- 1,98 %	- 2,4 %

Résultats	Nbre de panélistes en %
de x 3,96 à + 30 %	27 %
de + 30 % à + 10 %	30 %
de + 10 % à - 15 %	30 %
de - 15 % à - 66 %	13 %

Détail par région	(*)	fév. 2017	fév. 2016
1 - Nord/ Normandie	6 %	+ 9 %	- 1 %
2 - Est	10 %	+ 24 %	- 7 %
3 - Rhône Alpes / Côte d'Azur	9 %	+ 24 %	- 1 %
4 - Sud-Ouest	32 %	+ 40 %	- 10 %
5 - Ouest	16 %	+ 6 %	- 8 %
6 - Centre	24 %	+ 17 %	- 4 %
7 - Paris - Région Parisienne	3 %	- 1 %	- 4 %

Détail par chiffres d'affaires T.T.C. annuel en valeur

< 229 Keuros	21 %	- 1 %
de 229 à 458 K	32 %	+ 35 %
de 458 à 763 K	21 %	+ 8 %
> de 763 Keuros	27 %	+ 30 %

Détail par zone d'implantation

Centre Ville	72 %	+ 31 %
Centre Commercial	7 %	+ 8 %
Périphérie	21 %	+ 11 %

Détail par taille de ville

< 10.000 hab.	10 %	+ 17 %
de 10 à 50.000 h	31 %	+ 14 %
de 50 à 150.00 h	34 %	+ 19 %
> à 150.000 hab.	25 %	+ 40 %

Détail par gamme de prix

Bon marché/Moyen	28 %	+ 4 %
Moyen/Moyen Sup	51 %	+ 24 %
Moy Sup/Ht de gam-	21 %	+ 43 %

(*) la deuxième colonne de chaque tableau indique la répartition du Panel en %, et varie chaque mois.

LES CHIFFRES DU MOIS

L'INFORMATION RÉDUIT L'INCERTITUDE ? ...

LES CHIFFRES ET LES COMMENTAIRES

DES 4 DERNIÈRES SAISONS

A/ Les deux derniers Printemps/Été

PE 15/14

PE 16/15



LÉGENDE	
(+)	Clit = Classement
(*)	BdF = Banque de France
nc	= non connu à ce jour

- 1,1 % en valeur (Panel MFC)
+ 1,5 % en valeur) FFC
+ 1 % en paires)

- 4,9 % en valeur (Panel MFC)
- 3,5 % en valeur) FFC
- 1 % en paires)

1/au niveau des variations mensuelles en valeur

Mois	Variations PE 15/14	Clit (+)	Variations PE 16/15	Clit (+)	(*) Bd F 2016/15 Indépendant
Mars	- 15 %	6	- 11 %	5	- 8 %
Avril	+ 8 %	1	- 15 %	6	- 15 %
Mai	+ 4 %	2	- 4 %	3	- 3 %
Juin	- 1 %	3	+ 4 %	1	+ 0 %
Juillet	- 1 %	3	+ 0 %	2	+ 0 %
Août	- 7 %	5	- 7 %	4	- 6,3 %

2/au niveau du poids des mois

Mois	Poids du mois PE 15/14	Clit (+)	Poids du mois PE 16/15	Clit (+)
Mars	11 %	6	11 %	6
Avril	19 %	2	17 %	4
Mai	19 %	2	18 %	3
Juin	20 %	1	23 %	1
Juillet	17 %	4	19 %	2
Août	14 %	5	12 %	5



B/ Les deux derniers Automne-Hiver

AH 15/16

AH 16/17

- 2,40 en valeur (Panel MFC)
- 1,6 % en valeur) FFC
- 0,2 % en paires)

- 1,98 en valeur (Panel MFC)
nc) FFC
nc)

1/au niveau des variations mensuelles en valeur

Mois	Variations AH 15/16	Clit (+)	Variations AH 16/17	Clit (+)	(*) Bd F 2016/15 Indépendant
Septembre	+ 24 %	1	- 19 %	6	- 15,9 %
Octobre	- 2 %	3	+ 1 %	3	+ 2,3 %
Novembre	- 20 %	6	+ 10 %	2	+ 3,1 %
Décembre	- 8 %	5	0 %	4	- 2,7 %
Janvier	0 %	2	- 11 %	5	- 12,2 %
Février	- 7 %	4	+ 24 %	1	nc

2/au niveau du poids des mois

Mois	Poids du mois AH 15/16	Clit (+)	Poids du mois AH 16/17	Clit (+)
Septembre	20 %	2	17 %	3
Octobre	23 %	1	24 %	1
Novembre	14 %	4	16 %	4
Décembre	13 %	5	13 %	5
Janvier	20 %	2	18 %	2
Février	10 %	6	12 %	6

Remarque importante et rassurante : Comme dit dans l'édito, vous pouvez constater ci-dessus la fiabilité du panel MFC très proche voire identique de celui de la Banque de France. Une nouvelle fois merci aux panélistes !

Observations en valeur par mois : des variations, de leur poids et de leur classement

1/Que retenir de cet AH 16/17 ?

- **Au niveau des variations :** A l'inverse de septembre 2015, qui avait enregistré une progression historique, 2016 de son côté, est ressorti avec une chute non moins exceptionnelle qui a plombé grandement et définitivement la saison. Les + 10 % de novembre et les + 24 % surprenant de février n'ont pas été suffisant pour rendre la saison positive.

- **Au niveau du poids des mois :** La mathématique aidant des variations, il est logique que septembre ait chuté de 3% au bénéfice de novembre et de février de 2%. On note la stabilité légendaire du mois d'octobre qui gagne un 1% de plus. Au gré des saisons, bien que la répartition soit différente, il se confirme que janvier et février pèsent 30% sur la saison. Faut-il rappeler que ce tableau a pour objectif de vous permettre d'affiner au mieux votre plan de trésorerie prévisionnel. Il doit quelque part vous rassurer et plus précisément votre banquier. Vérifiez bien évidemment les coefficients avec lesquels vous avez travaillé chaque mois !

Un constat évident : Nouvelle saison négative en valeur ; Quand repasserez-vous positif ?

2/Que prédire pour ce PE 2017 ?

Pour l'instant il est mitigé. Les giboulées de mars ne facilitent pas la tâche. Vous n'allez quand même pas chuter comme ceux de 2015 et 2016. Quelle sera le mois positif ? Est-ce juin qui pèsera le plus sur la saison ? Les élections présidentielles et législatives vont-elles perturber le CA ?

Mais une fois encore, ne rêvez pas, soyez réaliste, et prenez en compte les quatre facteurs incontournables qui contribuent comme toujours à la construction de votre chiffre d'affaires : 1/La Météo 2/Le Personnel 3/L'attractivité des collections 4/L'envie d'acheter du consommateur eu égard à la conjoncture. Avez vous les quatre en même temps ? Un nouveau montre son nez le e-commerce ? (voir l'article en p.4)

Pour vous aider dans vos réflexions, voici les dernières consommations annuelles communiquées par la FFC tous canaux de distribution et tout type d'articles confondus : Enfant 6,1 paires pour 133 €, Homme 3,4 paires pour 132,6 €, Femme 4,7 paires pour 144,3 €, par Habitant 4,5 paires pour 137,9 €. Est-ce que ces chiffres vous étonnent ?

3/Que prédire pour l'année 2017 ?

Sans prendre beaucoup de risques, je peux affirmer qu'il est de plus en plus difficile d'être objectif avec des paramètres économiques, sociaux et surtout politiques cette année. La météo restera comme toujours la variable N°1. En core une nouvelle chute consécutive ? Wait and see ?

Les 7 erreurs classiques du management comment les éviter ?

Avant propos : En ce début de saison incertaine, à tous les niveaux, je crois que cette réflexion me semble utile et nécessaire. Pour certains c'est du rabâchage, pour d'autres une prise de conscience ? A vous de voir en lisant l'article !

Erreur n°1 : Vouloir tout contrôler

Vous avez souvent l'impression que de nombreuses choses vous échappent. Pour parer à cette situation, vous tentez de contrôler au maximum les tâches opérationnelles de votre équipe, entraînant au passage une charge de travail considérable pour vous. Et bien sûr, cela ne marche pas tout le temps. Car vous ne pouvez pas tout contrôler. Et tout ne peut pas être fait à votre manière ! Le secret pour s'en sortir, c'est d'**apprendre à déléguer et avoir confiance dans votre équipe**. Et cela passe déjà par changer vos propres perceptions :

- Vous êtes imparfait et c'est OK comme cela,
 - Il n'y a pas une façon unique de faire une tâche et chaque membre de votre équipe possède sa propre façon de travailler.
- Attention, arrêter de tout contrôler** ne veut pas dire tout laisser passer. Cela nous amène à la deuxième erreur courante.

Erreur n°2 : Ne pas recadrer

Si vous ne savez pas ou mal recadrer votre équipe, vous êtes perçu comme un manager faible. Si vous recadrez tout le temps, vous êtes considéré comme tyrannique. **Il y a un curseur à ajuster en permanence entre poser des limites et laisser de la liberté**. En attendant, pour faciliter le rapport avec votre équipe, prenez l'habitude de **poser explicitement les règles**. Faites simplement part de ce qui est interdit de faire et de ce qui est permis. **C'est une manière de vous affirmer et de rassurer votre équipe**. Ainsi, si un membre de l'équipe transgresse une règle, il sera beaucoup plus facile de la recadrer car la règle existe et a été dite. Utilisez pour cela les 3 étapes simples pour faire un feedback.

Et gardez à l'esprit que **vous ne pourrez pas plaire à tout le monde**. Recadrer ne fait jamais plaisir, aussi bien pour vous que pour une personne de l'équipe qui est recadrée.

Erreur n°3 : Garder la tête dans le guidon

En tant qu'à la fois, chef d'entreprise et manager, il est évident que vous avez une charge de travail importante. Et vous avez à cœur d'honorer vos engagements managériaux.

Vous êtes sur le pont tout le temps. Prêt à donner un avis sur les vitrines, à trancher un litige avec un client, un fournisseur ou un membre de votre équipe. Vous êtes souvent perçu, comme la personne qui a la solution à tous les problèmes. Et puis c'est **gratifiant** que l'on fasse appel à vous. Vous êtes alors la tête dans le guidon dans vos nouvelles tâches. Et vous tirez la langue...

Pour lever la tête de temps en temps, **posez des limites** :

- Arrêtez de répondre à toutes les sollicitations. **Prenez les différents problèmes où vous apportez une valeur ajoutée. Déléguez les autres.**

- Pour la gestion des emails qui arrivent en flux continu, **4 règles simples** : désactivez la notification d'arrivée d'un nouvel mail, choisissez des plages horaires pour consulter vos mails, mettez en place des règles de tri automatique, si un mail nécessite moins de 2 minutes pour y répondre alors faites-le juste après sa lecture.

- Accordez-vous des moments dans votre agenda où vous laissez l'opérationnel de côté pour vous concentrer sur des tâches à moyen et long terme : vision, stratégie, organisation de l'équipe, etc.

Erreur n°4 : Ne pas travailler sur la cohésion d'équipe

A force d'être concentré sur l'opérationnel à résoudre les problèmes courants, vous oubliez que **votre équipe est composée d'humains**.

Les personnes ont besoin de **créer du lien entre elles** et de sentir qu'elles appartiennent à votre équipe.

Négliger l'aspect cohésion d'équipe aura des conséquences fâcheuses rapidement : démotivation, manque de sens, compétition malsaine, pas de communication, etc. En tant que chef d'entreprise, **vous êtes responsable de la cohésion de votre équipe**. Voici quelques éléments qui renforcent la cohésion d'équipe :

- Avoir des réunions régulières d'équipe,
- Partager votre vision,
- Expliciter les règles,
- Demander les attentes et les besoins de votre équipe
- Fêter les réussites ou les événements importants par des pots ou des sorties hors travail
- Faire appel à un coach pour animer un séminaire de cohésion d'équipe

Erreur n°5 : Rester dans l'informel

Votre poste de chef d'entreprise/manager vous impose un **devoir de réserve**. Vous avez accès à des informations que votre équipe n'a pas à savoir.

Il y a ainsi des moments où vous pouvez «déconner» à la machine à café, et d'autres où votre poste de chef d'entreprise vous impose **une communication plus formelle** envers votre équipe :

- Changement dans l'équipe : départ, arrivée, horaires, organisation, etc.
- Entretien annuel
- Recadrage d'un membre de l'équipe.

Erreur n° 6 : Prendre son équipe de haut

Restez humble avant tout. Et travaillez sur votre posture de chef d'entreprise/manager.

Erreur n° 7 : Prendre tout à cœur

Vous êtes au **centre de l'attention** et vous vous exposez aux critiques de votre équipe. Comme vous ne pouvez pas plaire à tout le monde, cela peut devenir insupportable pour vous si vous prenez tout à cœur.

Gérer vos émotions est une compétence clé en tant que chef d'entreprise.

Soldes et e-commerce : pic de fréquentation des sites de PME

Avant propos : Vu les résultats importants de certains collègues sur janvier et février qui pratiquent le e-commerce et facebook, il m'est apparu intéressant de faire le point sur ce phénomène qu'il ne faut pas négliger et qui va en progressant. Pour se faire, je m'appuie sur une étude qui vient de sortir sur le sujet.

«Les PME qui ont misé sur le e-commerce s'en félicitent : elles ont connu pendant les soldes une croissance de leur chiffre d'affaires de 55% d'après un sondage d'Oxatis.

Le e-commerce et les soldes font bon ménage. **Les internautes étaient nombreux à effectuer leurs achats sur internet pendant les soldes d'hiver 2017** et ce sont les PME qui ont bénéficié de cette fréquentation importante des sites marchands selon Oxatis, plateforme européenne de solutions en e-commerce. La situation était toute autre en boutique : les clients n'étaient pas au rendez-vous dans les magasins. Une baisse de fréquentation de 4,4 points et un recul des dépenses de 6.8% a été constaté par rapport à l'an dernier.

Un bilan des soldes meilleur en ligne qu'en magasin

Pour établir ce constat, l'expert se base sur trois informations. Les petites et moyennes entreprises qui possèdent un site de e-commerce et ont participé aux soldes d'hiver 2017 ont enregistré une augmentation de leur chiffre d'affaires de 55% sur cette période. Le volume de leurs commandes a augmenté de 58 % malgré une diminution du panier d'achat de 2,1% qui détermine un panier moyen d'environ 65 €. Bien loin des 197,43 euros dépensés en moyenne par les clients des magasins cette année pour les soldes d'hiver. Oxatis explique cette baisse par une récurrence d'achat : en effet, les habitudes des internautes changent et achètent de plus en plus sur le web.

Des prix plus attractifs sur le net tout au long de l'année

Les nombreuses ventes privées et promotions hors soldes sur internet sont plus attirantes pour les clients qui peuvent profiter des bons plans toute l'année et non plus uniquement lors des périodes de soldes nationales. Selon une étude réalisée en janvier 2017 par l'expert des sondages en ligne Toluna pour LSA, **trois Français sur quatre se rendent encore dans les boutiques durant les soldes. Mais ceux-ci ont des attentes toujours plus élevées : ils souhaitent bénéficier de remises importantes dès les premiers jours.**

Ce sont notamment les avantages du shopping en ligne qui font que les exigences des clients augmentent : possibilité de comparer avant d'acheter, effectuer des achats de chez soi et éviter les bousculades et attentes trop longues des magasins. Les modes d'achats sont en pleine mutation comme l'illustrent ces chiffres fournis par Toluna : pendant les soldes d'hiver, les centres commerciaux ont attiré 46,9% des acheteurs et internet 42,9% d'entre eux. Match nul... pour le moment.»

Observations et commentaires de certains d'entre vous

Collègue de Savoie : «... Découragée, je suis ce matin : 10 cm de neige, des journées à 400 euros, le découvert au + haut, les LCR qui arrivent, des vacances catastrophiques, bref les joies du commerce mais cette fois, jusqu'où ? N'aurions-nous pas la possibilité de partager nos problèmes, nos soucis avec les fournisseurs entre nous, pour essayer de trouver des solutions car finalement, on est seul dans notre coin...».

Collègue du Sud : «... Normal car + de stock et décalage d'une semaine de soldes. Cela est bien loin de compenser la baisse historique de janvier, juste l'estomper».

Collègue de Bretagne : «... Ce mois de février qui clôture la saison, bien que l'on ne sache jamais quand le printemps va arriver, nous a donné une petite hausse, de l'ordre de 10 %, qui s'explique pour nous, par une fête foraine en place depuis 3 jours, alors qu'en 2016 elle occupait le parking une bonne partie de Février... On clôture la saison avec une chute de 8.2%... La trésorerie s'est envolée. Difficile de ne pas s'arracher les cheveux pour les prochains achats. Comme d'hab, il faudra s'adapter...».

Collègue Rhône-Alpes : « Avec le froid de janvier toute la mi-saison était restée dans les rayons, une météo plus propice et le décalage d'une semaine nous a permis de faire un très bon mois de février. Si on excepte le mois de septembre la saison aurait pu être pas si mauvaise que ça !».

Collègue du Massif Central : « Chiffres de février curieusement en hausse. Ce n'est pas logique avec les mois précédents. Je me demande si c'est effectivement la fin de la crise ou si les clients se laissent tenter par la nouvelle collection, car nous vendons des soldes et la nouvelle collection. A voir ce qui se passera dans les jours à venir !».

Trajectoire

N° 329
sortira début avril

et restez en contact sur le web :

www.mfchaussure.com

Une publication : Michèle Fourneyron/Consultant