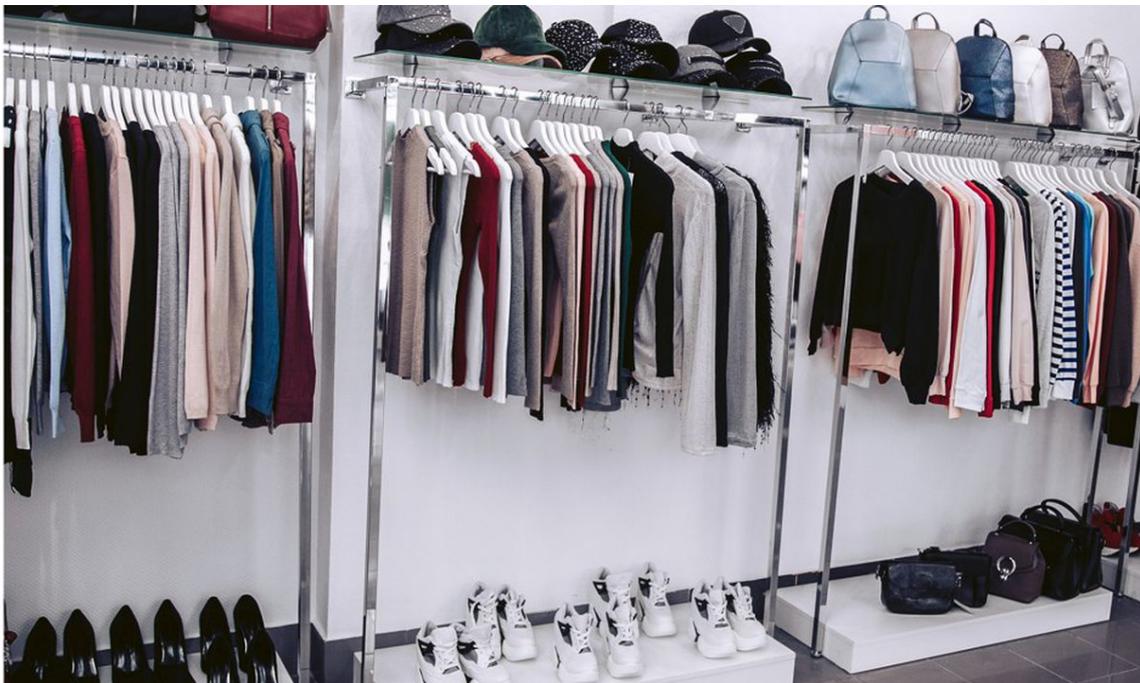


Que faire des stocks saisonniers qui s'accumulent dans les arrière-boutiques ?

Les commerces d'habillement, de chaussure, de sport et de maroquinerie peuvent bénéficier d'une aide pour leurs stocks invendus. Mais les commerçants devront trouver des solutions pour les écouler : promotions, vente en ligne, dons à des associations...



Les commerces d'habillement, de chaussure, de sport et de maroquinerie peuvent bénéficier d'une aide pour stocks invendus. (iStock)

Par **Coralie Donas**

Publié le 5 mai 2021 à 6:49

Les stocks s'accumulent dans les magasins fermés depuis le 5 avril, et dès la mi-mars dans les départements qui étaient déjà concernés par les mesures de restriction liées à la crise sanitaire. « *La mode se démode, nous ne pouvons pas garder des stocks résiduels !* » s'insurge Pierre Talamon, membre du bureau de la Fédération nationale de l'habillement (FNH), qui représente 38.000 boutiques indépendantes.

Pour prendre en compte cette problématique d'invendus, Bercy a mis sur la table 200 millions d'euros, pour indemniser les commerces de l'habillement, de la chaussure, du sport et de la maroquinerie. **L'aide se monte à 80 % du montant du fonds de solidarité**

de novembre 2020, soit une somme forfaitaire d'environ 6.000 euros, qui concernera 35.000 commerces, calcule Bercy. Et elle sera versée dès le 25 mai.

Pas suffisant, ont rétorqué les professionnels du secteur. « *Ce n'est pas une réponse. Une boutique moyenne détient entre 100 et 300.000 euros de stock*, reprend Pierre Talamon.

« *Ce peut être un ballon d'oxygène pour des petites structures qui réalisent moins de 400.000 euros de chiffre d'affaires, mais pas pour les autres* », renchérit Jean-Pierre Gonet, président de la Fédération nationale des détaillants en chaussures de France (FNDCF) qui rassemble 4.500 entreprises. Elles qui venaient de recevoir 80 % du stock de mi-saison début mars, 15 jours avant les premières fermetures, indique le président de la FNDCF. « *Ce sont des collections que nous ne pourrions plus vendre à la mi-mai !* »

Nathalie Balla (La Redoute) et Audrey-Laure Bergenthal (Euveka) : deux activistes de la mode

Cette aide est aussi limitée aux entreprises réalisant moins d'un million d'euros de chiffre d'affaires par mois. Pour les autres, le gouvernement précise que « *la problématique des stocks sera traitée dans le cadre du [dispositif de la prise en charge des coûts fixes](#)* ».

Promotions et ventes en ligne

Des solutions s'offrent toutefois aux commerçants pour gérer leur marchandise. « *Le stock doit faire l'objet d'une analyse fine, pour déterminer ce qui doit être vendu rapidement, car lié à la mode du moment, et ce qui pourra être vendu l'année prochaine. Puis les commerçants peuvent faire des promotions, possibles toute l'année en dehors des soldes* », indique Lionel Canesi, président de l'Ordre des experts-comptables.

Avancer la date des soldes, c'est l'une des idées émises pour vendre plus vite... une solution qui ne convient pas toujours aux professionnels de l'équipement de la personne. « *Les soldes avant les soldes, c'est se tirer une balle dans le pied. S'il faut vendre le stock à prix coûtant, nous ne nous en sortons pas* », résume Jean-Pierre Gonet.

Aussi, pour éviter les problèmes de trésorerie, les commerçants ont négocié quand c'était possible des délais de paiement avec leurs fournisseurs. « *Mais eux-mêmes ont du personnel, des fournitures à payer. Nous ne pouvons pas tirer sur la corde* », reprend Jean-Pierre Gonet.

Promotion, ventes privées, liquidation : comment écouler ses stocks

Le e-commerce est un voie nouvelle suivie par nombre de commerçants indépendants. Le développement d'une stratégie commerciale digitale a été fortement encouragé, par l'octroi d'une [aide à la numérisation gérée par France Num](#) . Mais aussi par des aides

locales... La région Grand Est s'est ainsi appuyée sur le réseau des chambres de commerce et d'industrie pour dispenser aux commerçants et aux indépendants une formation en ligne gratuite pour développer leur site web. En Occitanie, une plateforme donne de la visibilité à tous les commerces locaux qui font du click and collect.

Pour certains, le développement du e-commerce même local représente toutefois une menace. Cette solution mise en place en attendant la réouverture ne risque-t-elle pas d'avoir définitivement changé le comportement des consommateurs ? « *La crainte des petits commerçants est qu'une partie de la clientèle ait reporté ses habitudes sur la vente par correspondance, qui a continué à fonctionner pendant la fermeture* », reprend Philippe Terrisson. Le rebond de la consommation est espéré, mais pas assuré.

La liquidation, en dernier recours

Les commerçants ont également la possibilité, comme le font les acteurs de la grande distribution alimentaire, de faire des **dons aux associations et de récupérer 60 % du prix d'achat** de la marchandise en crédit d'impôt mécénat. « *Mais en optant pour cette solution, le commerçant perd quand même 40 % du prix d'achat*, rappelle Philippe Terrisson, expert-comptable et président du conseil de surveillance d'In Extenso Languedoc Roussillon. Et le crédit d'impôt s'impute sur l'impôt sur les sociétés, il faut donc d'abord faire des bénéfices. Le don doit en plus aller à des associations reconnues d'utilité publique, au risque de perdre la TVA, prévient encore l'expert-comptable.