

## « Le commerçant indépendant doit devenir un entrepreneur de l'habillement »

Crise sanitaire et confinements successifs, montée en puissance de la vente en ligne et des plateformes, Paola Szostka, présidente de la FNH, analyse comment le secteur de l'habillement tente d'amortir ses chocs.



Paola Szostka, présidente de la FNH. (DR)

Par [Valérie Talmon](#)

Publié le 25 mars 2022

### ***Comment se porte le commerce indépendant dans l'habillement ?***

Depuis quatre ans, le commerce dans son ensemble a beaucoup souffert. Le climat anxigène a fait chuter la consommation. Comme 74 % des commerçants indépendants de l'habillement sont situés en centre-ville, ils ont pâti de la [baisse de fréquentation](#). Enfin, la pandémie a accéléré des mutations de consommation. Le télétravail a modifié la manière dont les gens s'habillent. Mais il y a deux types d'entrepreneurs : ceux qui attendent, et ceux qui s'adaptent, qui cherchent des solutions.

### ***La fréquentation des centres-villes est-elle une vraie problématique ?***

C'est un enjeu crucial. Les fédérations et associations de commerçants doivent travailler en collaboration avec les collectivités locales. La grande problématique, c'est aussi celle des loyers. A Marseille, 30 % des locaux sont vacants ! Une des pistes est la création de zones franches pour faciliter l'installation de jeunes commerçants en centre-ville ou encore l'achat de foncier par les collectivités, permettant de mettre les locaux au goût du jour.

***Face à ces difficultés, quelles sont les pistes de solutions pour dynamiser le secteur ?***

Un commerçant ne peut plus faire l'impasse sur le digital. Même s'il ne peut lutter contre les enseignes à gros volumes, il doit être présent. La digitalisation peut prendre plusieurs formes. Créer un site, être présent sur une [marketplace](#), vendre sur les réseaux sociaux, travailler avec des outils numériques au sein de sa boutique. La FNH peut permettre de trouver l'option adaptée. Il doit aussi adapter son offre, avec plus de tenues d'intérieur, cocooning.

*il y a deux types d'entrepreneurs : ceux qui attendent, et ceux qui s'adaptent, qui cherchent des solutions.*

En parallèle, le commerçant doit devenir un vrai personnel shopper, et plus seulement un distributeur. Je crois aussi au développement d'espace de vente regroupant plusieurs commerçants aux offres complémentaires, dans l'esprit du coworking. Une grande tendance se situe dans les concepts store, avec des boutiques offrant une vraie ambiance, un univers cocooning. Pourquoi ne pas proposer une petite gamme de produits décoration ou de soins en lien avec l'esprit de la boutique ? C'est cela, le commerce de demain.

***Les commerçants peuvent-ils se positionner sur de nouvelles tendances comme le développement durable ou la seconde main ?***

Absolument. Certains commerçants commencent à prendre en compte ces enjeux, en proposant [de la seconde main](#), des vêtements en fibre naturelle, fabriqués dans des conditions vertueuses. Mais la seconde main ne doit pas se faire au détriment de l'image de la boutique. Il s'agit de trouver des modèles permettant de bien gérer l'espace, en créant des corners ou en digitalisant cette offre. Ils ont aussi la possibilité de travailler avec des partenaires qui rachètent leurs pièces de seconde main pour les recycler.

***A quoi ressemblerait le commerçant indépendant de demain ?***

Il lui faut des compétences multiples. L'époque n'est plus au petit commerce proposant toujours les mêmes gammes à ses fidèles. Le commerçant indépendant doit devenir un entrepreneur de l'habillement, gestionnaire et visionnaire, créatif et résilient !