

POINT DE VUE



Photo: zyg

Le conseil – en plus de la formation continue

Siegfried Uetz, Président

Chers professionnels de la mode !

Les entreprises qui réussissent savent combien la formation continue est essentielle. Elle nous préserve en effet de l'immobilisme. Dans le commerce de détail en textiles, les PME sont plus que jamais mises à rude épreuve. La charge de travail des entrepreneurs n'a cessé de s'accroître ces dernières années. Pour être performants, ils doivent être parfaitement au courant de la mode, savoir acheter avec discernement,

choisir et promouvoir leur personnel avec habileté, se montrer créatifs dans leur publicité et sur leur site web, effectuer consciencieusement toutes les formalités administratives, planifier rénovations et transformations, entretenir le contact avec la clientèle et enfin, last but not least,

« Nous proposons des prestations de conseil permettant aux PME de trouver des solutions à leurs problèmes. »

trouver du temps pour leur famille.

Nombreux sont ceux qui sont désespérément dépassés par ces innombrables tâches. L'association Swiss Fashion Stores SFS a parfaitement conscience de cette difficulté et propose donc des prestations de conseil permettant aux PME de trouver des solutions à leurs problèmes. Nous offrons à nos membres l'opportunité de discuter avec nous des challenges liés à la gestion économique de leur entreprise, du développement ou de la réduction de leur activité, ou encore de leurs problèmes de succession. Parfois, un entretien avec un spécialiste extérieur à l'entreprise fait tout simplement du bien.

Faites usage de notre offre de conseil et mettez à profit le soutien que nous vous proposons. Karin Fivian se réjouit de votre appel au 058 249 20 73.

Bien à vous, Sigi Uetz, Président

BON À SAVOIR

Non au salaire minimum et au diktat de l'État sur les salaires

Un marché du travail sclérosé, moins d'emplois fixes, une hausse du chômage, des perspectives moins favorables pour les salariés, une police d'État contrôlant les salaires et toujours plus de bureaucratie : Pas plus tard qu'en novembre 2013, lors de la votation sur l'initiative 1:12, une majorité de 65% des citoyens se sont prononcés contre un diktat de l'État sur les salaires et ses conséquences négatives. La revendication d'un salaire minimum dicté par l'État doit être rejetée avec la même énergie.

La fixation des salaires n'est pas du ressort de l'État; c'est l'affaire des employeurs, de leurs employés et des partenaires sociaux. Malgré la décision claire prise par le peuple contre le diktat de l'État sur les salaires que demandait l'initiative 1:12, il est à nouveau question de jeter par-dessus bord ce principe fondamental du marché du travail libéral. À l'avenir, l'État devrait imposer aux entreprises un salaire minimum en court-circuitant les partenaires sociaux.

Les PME fortement concernées par le diktat sur les salaires

La prescription par l'État d'un salaire minimum entraînerait une augmentation des coûts salariaux et un relèvement de toute la structure des salaires. Le niveau déjà très élevé des salaires suisses, en comparaison internationale, prendrait encore l'ascenseur et les PME suisses y perdraient énormément de compétitivité. Beaucoup de PME situées dans des régions structurellement défavorisées ou dans des secteurs exposés ne seront simplement pas en mesure de supporter financièrement le diktat de l'État sur les salaires, ce qui signifie qu'elles sont aujourd'hui menacées dans leur existence même. Car l'augmentation des coûts salariaux entraînera inévitablement une hausse des prix, ce qui ne manquerait pas d'encourager encore le tourisme d'achat. Car nul ne pense au bulletin de



Photo: iStockphoto

L'augmentation des coûts salariaux entraîne inévitablement une hausse des prix.

paie du personnel de vente local en faisant ses achats. Les coûts administratifs s'en trouveront augmentés et les PME seront à nouveau les premières à souffrir de ce redoublement de statistiques, d'enquêtes et d'inspections. Comment peut-on ignorer la différence de situation qui sépare un entrepreneur exploitant sa boutique dans une vallée des montagnes suisses et un autre établi sur la Bahnhofstrasse à Zurich? Entre les possibilités de revenu de l'un et de l'autre, l'écart est énorme, et il doit en être de même quant à leurs coûts salariaux.

Le diktat sur les salaires minimums est une attaque frontale contre le partenariat social

Aujourd'hui, le partenariat social est vécu et pratiqué par les travailleurs et les employeurs à travers un dialogue visant à fixer le montant des salaires sans mettre en péril les entreprises et les emplois. Si l'initiative sur les salaires minimums est acceptée, il en sera fini de ce dialogue.

« Nous ne voulons pas de salaire minimum conçu selon le principe de l'arrosoir. »

Le 18 mai 2014, il s'agira donc de décider si l'État doit imposer un diktat sur les salaires, qui menace aussi bien les

travailleurs et les entreprises que des existences et des régions entières. Raison pour laquelle, avec la plus grande fermeté, nous dirons NON au diktat de l'État sur les salaires!

Le relèvement des salaires des employés, associé à une excellente formation, est indispensable si l'on veut pouvoir garantir le recrutement de spécialistes dans le commerce de détail de la mode. Swiss Fashion Stores SFS s'engage en faveur de cet objectif. Toutefois, nous ne voulons pas de salaire minimum conçu selon le principe du saupoudrage. Les structures du commerce de détail sont tellement différentes d'un canton à l'autre, d'une région à l'autre, des grandes villes aux plus petites qu'un salaire minimum mettrait en péril l'existence de nombreux entrepreneurs. Il est plus important de fonder la sécurité de l'emploi sur des structures coûts-bénéfices individuelles que de prescrire un salaire minimum ne prenant pas en compte le site d'implantation de l'entreprise. Car le coût de la vie n'est pas non plus identique dans toute la Suisse.

Siegfried Uetz, Président

RÉTROSPECTIVE

Revue de presse : Swiss Fashion Stores dans les médias

Leader suisse du commerce de détail en textiles, Swiss Fashion Stores est l'interlocuteur privilégié des médias dès lors qu'il s'agit d'informations sur la situation actuelle du marché. Découvrez ci-après une brève revue de presse de l'année 2013, ainsi qu'une déclaration de l'ancien et actuel Président du journal allemand « Die Zeit », datant de 1996. Ainsi que cette revue de presse en témoignent, le commerce équitable était d'ores et déjà une question essentielle.

28.06.2013: La Liberté

Les propriétaires des magasins de vêtements ont des stocks plein les bras après un printemps arrosé et aux températures hivernales. De nombreux Suisses ont tout bonnement zappé leurs achats d'entresaison. «Les collections d'habits, de souliers et d'articles de sport du printemps 2013 ont généré des recettes jusqu'à 20% moins importantes que d'habitude», peste Adrian Wyss, le directeur de l'Association des moyennes et grandes entreprises du commerce suisse de détail (Swiss Retail Federation). Au retour du soleil ce mois, les consommateurs ont directement opté pour des shorts et tee-shirts. Pantalons légers et autres blazers sont donc restés empilés dans les rayons. Les enseignes ont dû se résoudre à proposer des soldes et des rabais musclés. Ces derniers auront forcément «une incidence négative sur leurs marges, voire sur leur capacité à investir et à procéder à des hausses salariales», commente Armin Haymoz, le directeur de Swiss Fashion Stores, l'organisation des commerces indépendants de la mode et des textiles en Suisse.

26.03.2013: NZZ am Sonntag

Gemäss den neusten Marktzahlen des Verbandes Swiss Fashion Stores liegen die Umsätze bei der Damen- und Herrenbekleidung seit Jahresbeginn um 5% unter dem Niveau von 2012. [...] Armin Haymoz, Geschäftsführer von Swiss Fashion Stores, hofft indessen, dass Sonderaktionen bei den Konsumenten einen Motivationsschub für den Kleiderkauf auslösen. Zudem sei bei einer Wetterbesserung mit einem Nachholbedarf zu rechnen.

07.06.1996: Zeit

Produktion und Vermarktung von menschenwürdig und ökologisch produzierter Bekleidung sollen gefördert und mit

AGENDA

Assemblée générale Wolle Schweiz : le 5 mai 2014

L'assemblée générale de Wolle Schweiz se tiendra le 5 mai 2014 à partir de 9 h 30 à Huttwil.

Swiss Fashion Stores – Forum au TMC : le 6 mai 2014

Un forum se déroulera le mardi 6 mai 2014 de 10 h 00 à 12 h 00 au TMC à Zurich sur le thème « Zukunftsorientierte Rezepte im Detailhandel – Verweildauer erhöhen und Kundenfranken steigern » (Recettes d'avenir dans le commerce de détail – Augmenter la durée de visite et le panier du client).

Swiss Fashion Day et exposé de Prof. Rudolph : le 12 mai 2014



A l'instar du Swiss Fashion Day 2013, qui a intégré avec succès l'assemblée des délégués dans une manifestation captivante, l'assemblée générale 2014 de Swiss Fashion Stores SFS se déroulera le lundi 12 mai 2014 à l'EMPA de St-Gall.

L'événement débutera à 9 h 30 par un café de bienvenue et s'achèvera après le repas de midi. Une visite du laboratoire ainsi du showroom de l'EMPA, secteur recherche et développement de textiles, sera organisée de 12 h à 13 h 15. L'assemblée des délégués du matin sera accompagnée d'un exposé de M. Thomas Rudolph, Professeur à l'université de St-Gall. Le Professeur Thomas Rudolph est un expert du commerce suisse de détail en textiles et de ses défis. Différentes études lui ont permis de déterminer les aspirations de la clientèle et la direction dans laquelle évoluait le marché.

Tous les magasins de mode intéressés sont cordialement invités au Swiss Fashion Day. La manifestation est gratuite, le lunch est offert par Swiss Fashion Stores. Les personnes intéressées peuvent encore s'inscrire à court terme par téléphone ou par e-mail. Les informations requises à cet effet figurent à la fin du fastex.

doppelt kalkulierten Lohnkosten – double income – gleichzeitig das medizinische und soziale Umfeld der Arbeiterschaft aufgewertet werden. [...] Im Lager der Textildetaillisten etwa verspricht man sich vom fairen Handel handfeste Vorteile am Markt: «Für die Konsumentinnen und Konsumenten», sagt Siegfried Uetz, oberster Schweizer Textildetaillist, «wird die soziale Verträglichkeit der Produktion wie das Design oder die Ökologie zu einem wichtigen Kaufkriterium.»

BON À SAVOIR

Étude de l'HSG sur le commerce de détail de l'habillement en Suisse : des tendances intéressantes en matière de consommation.

Sur la base d'une enquête réalisée auprès de 1776 consommateurs, le centre de compétence « Retail Branding » du « Forschungszentrum für Handelsmanagement » de l'université de St-Gall a établi un profil du secteur pour 2013/14. Les résultats sont représentatifs pour l'ensemble de la population suisse.

Conformément à cette étude, 72 % des personnes interrogées sont des acheteurs réfléchis, sachant préalablement quel produit ils souhaitent acquérir. Le pourcentage de ce type d'acheteurs augmente avec l'âge. Ainsi en trouve-t-on 59 % chez les 15–24 ans et 85 % chez les plus de 60 ans. Pour l'achat de textiles, 44 % des personnes s'informent au préalable. Les principales sources d'information sont, pour 15 % des clients, le contact direct avec le commerçant ou le fabricant, et pour 14 %, les recommandations d'amis ou de connaissances. Chez les jeunes de 15 à 24 ans, cette dernière source est la plus importante tandis que les 25 à 49 ans privilégient le site Internet du commerçant ou du fabricant. Concernant les plus de 50 ans, c'est le contact direct avec le commerçant ou le fabricant qui vient en première position. En milieu rural, le recours à diverses sources d'information – par 63 % des clients – est plus fréquent qu'en milieu urbain

où on n'en compte que 53 %. En matière de textiles, 56 % n'utilisent aucune source d'information avant l'achat. C'est moins que pour l'électronique, le sport et le mobilier. Le seul secteur où les consommateurs s'informent encore moins est celui des denrées alimentaires.

Des idées bien précises en matière d'achats

Dans le textile, 42 % des clients décident au préalable du magasin et 46, du rayon dans lequel ils souhaitent effectuer leur achat. Par ailleurs, 30 % savent déjà quel produit ils souhaitent acquérir. Concernant ces trois derniers points, la décision des acheteurs est moins fermement arrêtée dans le textile que dans les autres secteurs. En outre, 13 % des clients se fixent un prix maximal, une proportion qui est supérieure à celle qu'affichent les denrées alimentaires, mais inférieure aux autres secteurs.

Néanmoins, la réalité du shopping est souvent bien différente. Ainsi 48 % des gens se sont-ils rendus dans un plus grand nombre de magasins que prévu et 35 %, dans davantage de rayons. Par ailleurs, 42 % ont acheté plus de produits et 31 ont accepté des prix plus élevés qu'escompté. Pour l'achat de textiles, 80 % environ des personnes interrogées accordent de l'importance au caractère novateur et/ou à la qualité de l'offre de produits, 61 %, au service et au conseil. Le prix est le facteur prioritaire dans 55 % des cas seulement. Chez les 10 à 20 ans, les prestations de service sont sans grande importance. Pour les plus de 60 ans, le conseil est capital. Parmi les clientes et les clients, 63 % sont prêts à payer un supplément de prix pour des produits issus du commerce équitable. Selon l'étude de l'université de St-Gall, Internet n'est guère utilisé pour l'achat de textiles. Seuls 18 % des personnes interrogées ont déclaré acheter des vêtements en ligne. C'est en revanche, le cas pour 30 % des acheteurs de produits électroniques.

AFFILIATION

Les avantages d'être membre en un coup d'œil

L'affiliation à Swiss Fashion Stores en vaut la peine. En tant que membre, vous bénéficiez des prestations suivantes :

- **Promotion de la relève, participation à des salons, formation professionnelle initiale**
- **Informations importantes sur la branche**
- **Consultation juridique gratuite**
- **Cours interentreprises pour apprentis**
- **Conditions avantageuses pour les cartes de crédit et de débit**
- **Abonnement à « Textil-Revue » à prix réduit**



Les produits novateurs et de qualité permettent d'attirer et de satisfaire de nouveaux clients.

EN BREF

L'annual 2014 est en ligne

Les contenus de l'annual peuvent être désormais consultés sur le site www.swiss-fashion-stores.ch.

Nous l'avons déjà annoncé dans l'édition de novembre 2013 de fastex : à partir de cette année, l'annual ne paraîtra plus en version imprimée. Ses contenus sont désormais publiés

sur le site web de Swiss Fashion Stores et y seront régulièrement actualisés, ce qui n'était possible qu'une fois par an dans la version imprimée.

Vous trouverez les données concernant l'association et les informations générales dans la partie bleue (Association) du site, sous le thème concerné, ainsi que sous « Télécharger ». Les indications sur la formation figurent dans la partie rouge du site (Formation).

L'annuaire des membres n'est pas accessible au public. Les membres de l'association Swiss Fashion Stores peuvent toutefois obtenir des extraits de l'annuaire gratuitement auprès du secrétariat.



Editeur et secrétariat
Swiss Fashion Stores SFS
c/o KPMG AG, Hofgut, 3073 Gümligen
Tél. 058 249 20 73, fax 058 249 76 96
Courriel : office@swiss-fashion-stores.ch
www.swiss-fashion-stores.ch

Directeur
Armin Haymoz
Swiss Fashion Stores SFS
c/o KPMG AG, Hofgut, 3073 Gümligen
Tél. 058 249 20 65, fax 058 249 76 96
Courriel : ahaymoz@kpmg.com

Rédaction et communication
Alice Baumann et Angelika Hergesell

Maquette
Lorenz Jaggi
consign – identity communication design AG
Helvetiastrasse 5, case postale, 3000 Berne 6
Tél. 031 351 88 44, Fax 031 351 86 86
Courriel : baumann@consign.ch

Impression et expédition
Swiss Fashion Stores SFS

Nous remercions Swiss Card AECS SA et ADUNO pour le soutien.

ADUNO

Notre partenaire pour Mastercard, Visa et Maestro



Notre partenaire pour AE Cards