



**Swiss Fashion Stores**  
Le Réseau de la Mode  
former. conseiller. unir.

# fastex

Informations de l'association professionnelle

## POINT DE VUE

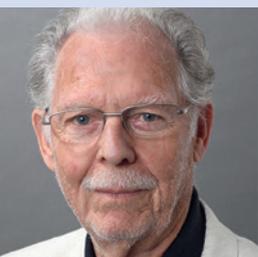


Photo: zyg

## Changement de paradigme dans le commerce de détail

Chers professionnels de la mode !

Les temps changent – et nous changeons avec eux.

1. Le changement structurel du commerce de détail, avec ses surfaces de plus en plus étendues, contraint les PME à se replier dans des positions de niche où elles tentent de survivre. Les entreprises ne sont pas toutes en mesure de faire face à cette évolution. Mais il leur est possible de relever ce challenge par la créativité et la rapidité dans la prise de décisions. Pour vous aider à maîtriser ces changements, nous mettons nos prestations de conseil à votre service.

2. Le e-commerce se développe à une vitesse fulgurante. Au premier trimestre 2015, Zalando a affiché une hausse de 27 pour cent de son chiffre d'affaires par rapport à l'exercice précédent et ce, malgré un taux élevé de retour des marchandises. Les achats en ligne transfrontaliers, eux aussi, se multiplient. Seul un changement de paradigme dans la conception de la vente peut permettre aux détaillants de faire face à cette évolution. Concrètement, cela signifie la formation du personnel à tous les échelons, chef compris. Nous nous devons de **gagner cette lutte pour la vente en magasin** : par l'engagement intellectuel et l'investissement matériel, par la créativité et la persuasion. Seule la relation directe avec le client, atout communication irremplaçable, peut nous permettre de combattre la froideur et l'anonymat de l'achat en ligne.

3. L'évolution des taux de change de ces derniers mois a mis l'existence de nombre de détaillants en péril. Particulièrement touchés, nos membres des régions frontalières luttent pour leur survie. Jamais nous n'avons négocié avec une telle âpreté avec nos fournisseurs de l'U.E. Seule cette démarche permettra d'éviter des dommages durables à notre branche. Bien entendu, la structure des coûts doit être également réexaminée. Vous pouvez là aussi compter sur notre aide. Permettez-moi néanmoins de mettre en garde contre les licenciements car le pouvoir d'achat des employés doit être maintenu pour garantir la consommation intérieure.

*Bien à vous, Sigi Uetz, Président*



Photo: Zentrum Paul Klee Erwin Schenk

Le Centre Paul Klee est un merveilleux cadre pour l'organisation d'événements comme le Swiss Fashion Day.

## SWISS FASHION DAY

## Aborder l'avenir avec confiance

**Captivante, l'assemblée annuelle de SFS a été couronnée par un exposé très intéressant sur la réinvention du commerce. L'événement a culminé dans un parcours artistique et architectural à travers le Centre Paul Klee. Voici le rapport du volet statutaire.**

C'est par une belle journée de printemps que les membres de SFS ont rejoint le Centre Paul Klee, à la périphérie de Berne. Avec ses trois vagues implantées dans le paysage et son architecture graphique, il est connu dans le monde entier. La beauté du cadre, avec la Villa Schöngrün où un délicieux repas de midi a été servi, a encore accentué l'attrait de l'événement et créé une atmosphère de bonne humeur.

### Vaincre l'anonymat par la convivialité

Le Président, Sigi Uetz, a ouvert le Swiss Fashion Day par une anecdote qui fait le lien entre le site de l'événement et le secteur du textile. Lorsque Paul Klee travaillait à l'école du Bauhaus à Dessau, on raconte qu'un reporter lui aurait demandé : « Monsieur Klee, êtes-vous un artiste ? ». Paul Klee aurait alors répondu : « Je suis un artisan d'art. »



Photo: consign.ch

De toute évidence, Sigi Uetz a apprécié le Swiss Fashion Day et la présence de ses nombreux hôtes.

« Si l'on considère les douze derniers mois, a ajouté Sigi Uetz, on a l'impression que les détaillants du textile pourraient reprendre la modestie de Paul Klee à leur compte. Plus le temps passe, plus nous devenons des artisans d'art, contraints au jour le jour de nous confronter à d'inutiles

**« Dans le secteur textile du commerce suisse de détail, nous nous positionnons en tant que centre de compétence pour la formation de base et la formation continue. ».**

obligations, prescriptions, charges, problèmes d'achat et dispositions légales. Les temps semblent révolus où le commerce de la mode était une activité agréable et où ce merveilleux métier permettait de bien gagner sa vie. » Le Président a parlé

de trois évolutions qui malmènent tout particulièrement notre secteur. Des extraits de son exposé vous sont proposés dans l'Editorial.

#### Manque de neutralité

Dans sa captivante rétrospective annuelle, Sigi Uetz a par ailleurs mentionné la polémique sur les compétences concernant l'organisation des cours inter-entreprises. Il a parlé d'un combat contre des moulins à vent, qui serait voué à l'échec puisque du côté des autorités la neutralité fait défaut et que

l'arbitraire s'y est substitué. Sigi Uetz a regretté que la Commission de la formation professionnelle, de composition paritaire, constituée pour résoudre le conflit ne se soit pas réunie une seule fois en l'espace de près d'un an.

#### L'association – centre de compétence

L'association Swiss Fashion Stores s'est repositionnée. « Dans le secteur textile du commerce suisse de détail, nous nous positionnons en tant que centre de compétence pour la formation de base et la formation continue. » C'est ainsi que Sigi Uetz a décrit l'identité concrète de l'association. « Nous sommes, par la formation et le conseil, leaders en matière de transmission de savoirs professionnels et d'approfondissement des connaissances en économie d'entreprise. » Pour finir, il a appelé son public à demeurer positif et confiant – même si la situation ne porte pas toujours à l'optimisme.

#### AGENDA

La prochaine journée Umdasch de formation continue se déroulera le mardi 13 octobre 2015. De plus amples informations vous seront fournies par voie postale ou dans le prochain fastex. N'oubliez pas de noter cette date dans votre agenda !

#### Bien organisés pour affronter l'avenir

Après le discours du Président, le Directeur Armin Haymoz a présenté l'exercice 2014. Tous les thèmes à l'ordre du jour ont été approuvés sans discussion ni opposition. Du fait de la démission imprévue d'Adriana Meier-Pianegonda, membre du Comité directeur, le mandat de Sigi Uetz a été prolongé d'un an. En vue de sa succession, il a conseillé au Comité d'établir une co-présidence, la fonction étant très accaparante pour une seule personne. Michel Imobersteg est désormais engagé au sein du Comité où il a rejoint Sabine Dröse Rensch, Paul Hänni, Patrick Kreil et Frank Zuckschwert, tous membres émérites.

#### Les prestations multiples de l'association

Parmi les autres sujets traités, il faut citer la baisse des taux de commission Aduno et des coûts de transaction pour les cartes de paiement, prévue pour août 2015. Six consultations concernant des reprises d'entreprises et 20 consultations juridiques ont été assurées par SFS en 2015. L'abonnement à la revue Textile est subventionné par l'association et ce, malgré une cotisation des membres restée inchangée depuis dix ans. L'évocation des diverses formations de base et continues ainsi que des représentations d'intérêts en Suisse et en Europe a de nouveau souligné l'utilité essentielle de notre dynamique association professionnelle. Le Directeur a clôturé sa rétrospective 2014 par des informations sur les offres attrayantes de la caisse maladie Swica, partenaire de SFS, sur la caisse de pension Avitex, ainsi que sur la sécurité du travail.

#### Refonte de [swiss-fashion-stores.ch](http://swiss-fashion-stores.ch)

Consultez notre site Internet !

Sur [swiss-fashion-stores.ch](http://swiss-fashion-stores.ch), vous découvrirez en permanence de précieuses informations d'actualité.



Photo: consign.ch

Comme à l'habitude, Armin Haymoz a parfaitement mené l'Assemblée.



Photo: consign.ch

L'invité Rudolf Horber, de l'Union suisse des arts et métiers (USAM), a proposé différentes thèses politiques qui ont démontré aux auditeurs que Swiss Fashion Stores faisait partie d'une puissante famille d'entrepreneurs.

#### SWISS FASHION DAY

## Plongée époustouflante dans l'univers numérique

Dans le cadre de l'assemblée des délégués SFS, le Directeur d'Umdasch et concepteur de magasins Martin Höffinger a proposé une vision virtuelle de l'avenir de la branche. Dans un exposé impressionnant, il a révélé trois solutions possibles pour sortir du piège du numérique.

Martin Höffinger est convaincu que la tendance au e-commerce, avec ses nouveaux outils et ses nouveaux prestataires, de même que le développement du tourisme d'achat résultant de la vigueur du franc ne sont qu'une facette des défis que les détaillants ont à relever. La mutation serait bien plus profonde. D'où le titre choisi par le Directeur d'Umdasch Shopfitting pour son exposé : « Le commerce est en grande difficulté – il doit se réinventer ».

A la citation d'Oliver Samwer, le fondateur de Rocket Internet : « Les magasins représentent le Moyen Âge, ils ont été construits uniquement parce qu'Internet n'existait pas », il a opposé la sienne : « Imagine, le monde entier est en ligne et

quelqu'un à l'idée d'ouvrir un magasin. » Il a alors posé la question de savoir comment le magasin classique de demain pourrait fasciner le consommateur hybride qui fait ses achats chez Aldi, dans les magasins spécialisés, online et offline.

En réponse, il a présenté trois solutions.

A titre d'exemple de la différenciation par la technologie, il a cité Audi London – une entreprise qui, dans un show-room réel, présente à la fois des échantillons de produits et des configurations virtuelles. La question qui vient immédiatement à l'esprit est de savoir où se situe la valeur ajoutée par rapport à l'entrée dans un univers entièrement virtuel, que ce soit à domicile ou au dehors. Ainsi que le montre McTrek en Allemagne, la mise en œuvre de l'affichage numérique comme déclencheur d'impulsions supplémentaires ne suffit pas, à elle seule, à séduire. Quant au recours, déjà populaire, à la « Social Media Integration » en cabine d'essayage, il semble qu'il ne soit pas non plus suffisant. Les promotions individualisées de Beacon sont-elles vraiment synonymes de bonheur ? Comme le public a pu le constater, l'orateur était assez septique à ce sujet.

Comme deuxième solution, Höffinger a mentionné la présence sur Internet. Mais réaliser une boutique en ligne peut devenir très coûteux lorsqu'on est une petite PME. Le concepteur de magasins a opposé les portails de vente locaux comme réponse à ce dilemme. Ces plateformes communes, de coût relativement avantageux, qui associent le service offert dans les magasins spécialisés locaux au e-commerce, ont déjà été établies dans des villes comme Berlin et Wuppertal.

### Design du magasin et architecture

Comme troisième solution, Höffinger propose le principe de la « différenciation par l'émotion ». Il conseille de conserver les magasins réels mais de les valoriser à l'extrême en mettant en œuvre lumière et couleurs, branding et positionnement. A titre d'exemples, il cite H&M Barcelona – une boutique interprétée comme une cathédrale, la Weber Grill Akademie de Berlin et sa mise en scène totalement émotionnelle, des éléments de design de type rideaux de lumière, ou encore le mélange entre boutique et concept



Photo: consign.ch

**Martin Höffinger (à droite) a fasciné le public par l'abondance et la richesse émotionnelle de ses informations.**

gastronomique. Ces solutions ne suscitent pas toutes l'adhésion, mais la démonstration est claire. Pour attirer les clients dans son magasin, il faut les surprendre, les enthousiasmer et les séduire par un concept individuel. Les concepts timides mènent à l'échec. La présence en ligne n'est pas un « nice to have », c'est un réel must.

### Store check pour les membres

Les membres SFS désireux de faire appel à l'inspiration de professionnels peuvent bénéficier d'un store check à des conditions avantageuses. Les conseillers d'Umdasch Shopfitting analysent le concept et le design du magasin, donnent leur opinion concernant l'image de la marque et la présentation des produits, et soumettent des idées pour l'optimisation. Si vous souhaitez, vous aussi, profiter d'un prix spécial pour un store check, adressez-vous au secrétariat de Swiss Fashion Stores ! Une douzaine de membres a déjà bénéficié de cette offre attractive.



**Swiss Fashion Stores**  
Le Réseau de la Mode  
former. conseiller. unir.

#### 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, Communication, Maquette

consign – identity communication design AG  
Helvetiastrasse 5, Postfach, 3000 Bern 6  
Tél. 031 351 84 84, fax 031 351 86 86  
Mail: jaggi@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