

Rapport d'activité 2025

**Fédération Nationale des Détaillants en
Maroquinerie et articles de Voyage**

Le 8 juin 2026

SOMMAIRE

I.	Agenda de la FNDMV	3
II.	Baromètre de branche	4
	➤ Baromètre de branche	4
	a) 1 ^{er} Trimestre	4
	b) 2 ^{ème} Trimestre	5
	c) 3 ^{ème} Trimestre	6
	d) 4 ^{ème} Trimestre	7
III.	Actions et représentation de la profession	8
	➤ Site internet	8
	➤ Guides pratiques	9
	➤ Le guide clienteling	10
	➤ Mise en place de Webinaire	11
	a) Mission Transition écologique	11
	b) Sécurisez et optimisez vos paiements avec CB	12
	c) Loyer commercial : stratégies gagnantes pour négocier	12
	➤ Journée de formation	13
	➤ Mutualisation des achats	14
	➤ Nouveau partenariat avec la Sacem	15
	➤ Lutte contre la fast fashion et les plateformes chinoises	16
	➤ Etude « commerce de la maroquinerie : où les français font-ils leurs achats ?	19
	➤ Evolution des codes NAF	20
	➤ Structuration territoriale – représentation régionale	20
	➤ Rencontre avec Delsey	21
	➤ Vacance commerciale et attractivité des territoires	21
	➤ Une offre d'assurance professionnelle dédiée aux maroquiniers	22
	➤	
IV.	Promotion de la profession	23
	➤ Les kits PLV	23
	➤ Une campagne de Noël	24
	➤ Vidéo mettant en scène les adhérents pour les fêtes de Noël	25
	➤ Des tote bags pour les clients	26
	➤ Les réseaux sociaux de la FNDMV	26
	a) Les Campagnes digitales : Le saviez-vous ?	27
	b) Campagne Etude consommateur de l'Alliance France Cuir	27
V.	La Branche du Commerce de Détail non Alimentaire (CDNA)	28
	➤ Les accords de branche conclus en 2025	28
	➤ Autres accords de branche entrés en vigueur en 2025	30
	➤ Formation professionnelle	32
	➤ Promotions des métiers	33
	➤ Etudes branche	34
	➤ Etudes interbranche	35

I. Agenda de la FNDMV 2025

Tout au long de l'année, la FNDMV participe à de nombreuses réunions, environ une centaine avec les partenaires suivants :

- Le Conseil du Commerce de France
- La Confédération des Commerçants de France
- Alliance France Cuir
- Le CDNA
- L'APCDNA
- L'INSEE
- La DGCCRF
- Le Collectif de l'Équipement de la Personne
- La Macif
- Le Conseil National du Commerce
- La CPME

II. Baromètre de branche

a) Baromètre 1^{er} Trimestre 2025

MAROQUINERIE

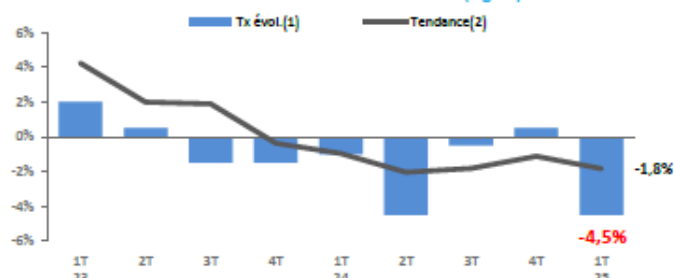
Sources : CDNA / XERFI-Specific

Un début d'année 2025 maussade

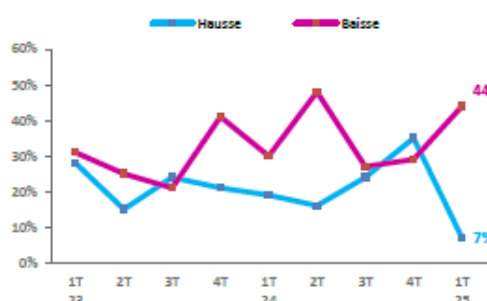
Le raffermissement de l'activité de la maroquinerie enregistré lors de l'automne n'aura été que temporaire. En effet, la fréquentation est en chute en ce début d'année 2025 et le panier moyen se réduit. Ainsi, le chiffre d'affaires se détériore sensiblement au premier trimestre 2025, de l'ordre de -4,5% par rapport à un premier trimestre 2024 déjà maussade. Sur l'ensemble des douze derniers mois, ce secteur accuse une baisse de -1,8%.

Ces tensions pourraient s'atténuer au printemps, les professionnels interrogés s'accordant notamment sur une stabilisation de leur activité pour les prochains mois. Les intentions de recrutement restent relativement faibles, seulement 5% des entreprises s'annonçant en faveur d'embauches au printemps.

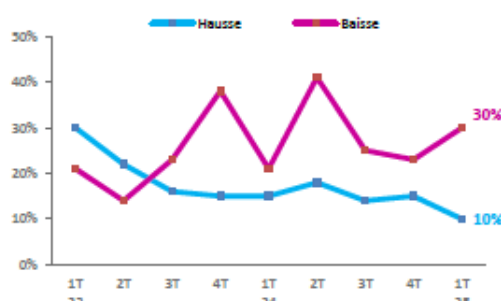
Évolution du chiffre d'affaires (Fig.21)



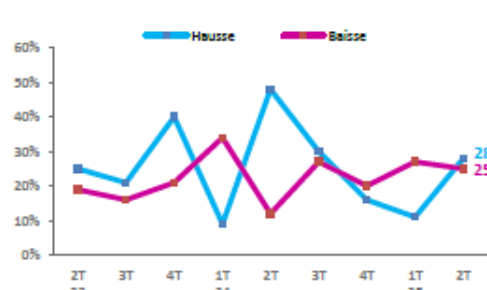
Fréquentation (Fig.22)



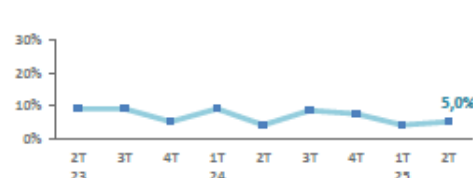
Panier moyen (Fig.23)



Anticipations d'activité (Fig.24)



Intentions de recrutement (Fig.25)



Détail

Remplacement des effectifs	Accroissement des effectifs	Total (% d'entreprises)
4,0%	1,5%	5,0%

¹ Tx évol. : évolution du trimestre par rapport au même trimestre de l'année précédente (en %)

² Tendance : évolution des quatre derniers trimestres par rapport à la même période de l'année précédente (en %)

b) Baromètre 2ème Trimestre 2025

MAROQUINERIE

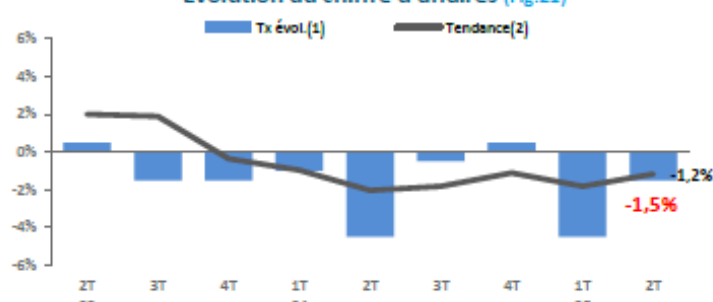
Sources : CDNA / XERFI-Specific

Une activité toujours en retrait

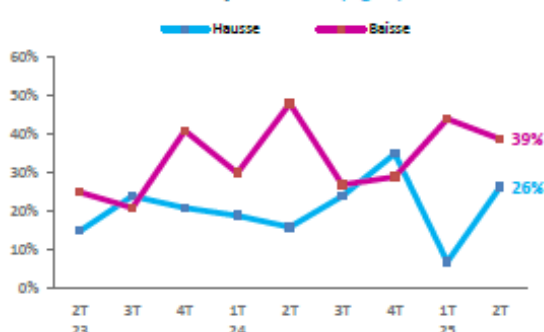
Après un recul marqué de -4,5 % au printemps 2024, l'activité des commerces de maroquinerie se contracte de nouveau au deuxième trimestre 2025 (-1,5 % sur un an). Cette baisse s'explique par une fréquentation toujours en diminution et un panier moyen en repli. Sur douze mois glissants, la tendance reste orientée à la baisse (-1,5 %).

Les perspectives demeurent prudentes, avec une majorité de professionnels anticipant une activité stable dans les mois à venir. Les intentions de recrutement restent limitées à 9 %, un niveau comparable à celui observé les trimestres précédents.

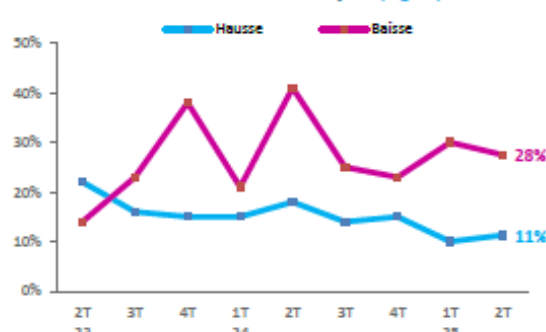
Évolution du chiffre d'affaires (Fig.21)



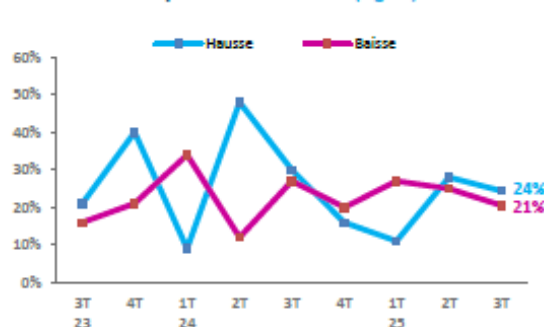
Fréquentation (Fig.22)



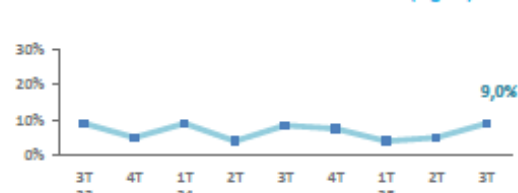
Panier moyen (Fig.23)



Anticipations d'activité (Fig.24)



Intentions de recrutement (Fig.25)



Détail

Remplacement des effectifs	Accroissement des effectifs	Total [% d'entreprises]
6,5%	4,0%	9,0%

⁽¹⁾ Tx évol. : évolution du trimestre par rapport au même trimestre de l'année précédente (en %)

⁽²⁾ Tendance : évolution des quatre derniers trimestres par rapport à la même période de l'année précédente (en %)

c) Baromètre 3^{ème} Trimestre 2025

MAROQUINERIE

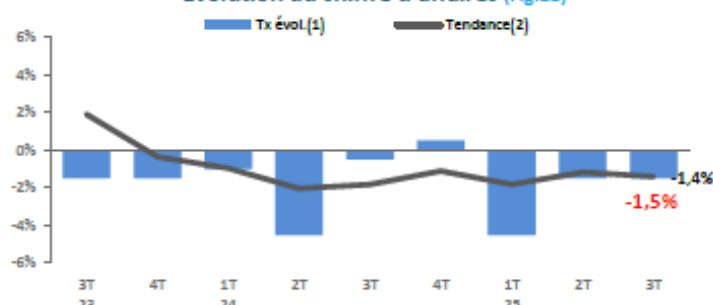
Sources : CDNA / XERFI-Specific

Une activité toujours en retrait

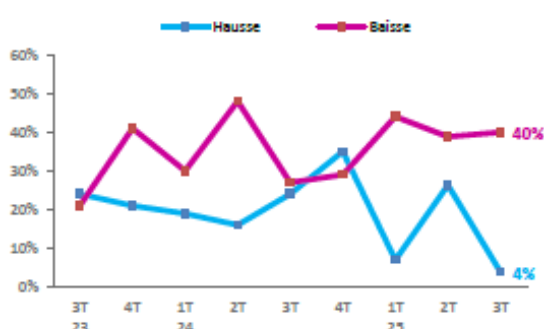
Depuis début 2025, l'activité des commerces de maroquinerie diminue. Au troisième trimestre 2025, elle recule de nouveau de 1,4 % en raison d'une fréquentation toujours en forte baisse et d'un panier moyen également en repli.

Malgré les fêtes de fin d'année à venir, les perspectives restent pessimistes. La majorité des professionnels anticipent encore une baisse de l'activité pour le prochain trimestre. Les intentions de recrutement restent limitées à 9 %, un niveau comparable à celui des trimestres précédents.

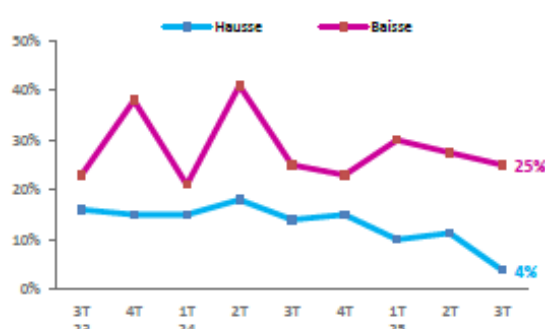
Évolution du chiffre d'affaires (Fig.21)



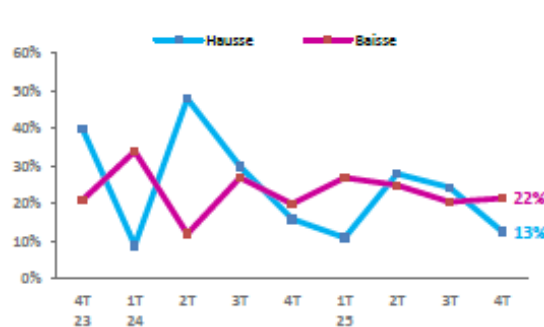
Fréquentation (Fig.22)



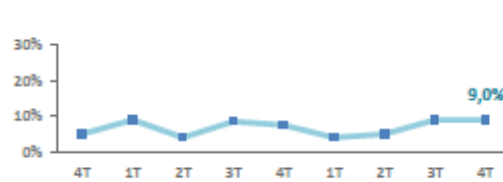
Panier moyen (Fig.23)



Anticipations d'activité (Fig.24)



Intentions de recrutement (Fig.25)



Détail

Remplacement des effectifs	Accroissement des effectifs	Total (% d'entreprises)
4,0%	5,0%	9,0%

¹⁾ Tx évol. : évolution du trimestre par rapport au même trimestre de l'année précédente (en %)

²⁾ Tendance : évolution des quatre derniers trimestres par rapport à la même période de l'année précédente (en %)

d) Baromètre 4^{ème} Trimestre 2025

MAROQUINERIE

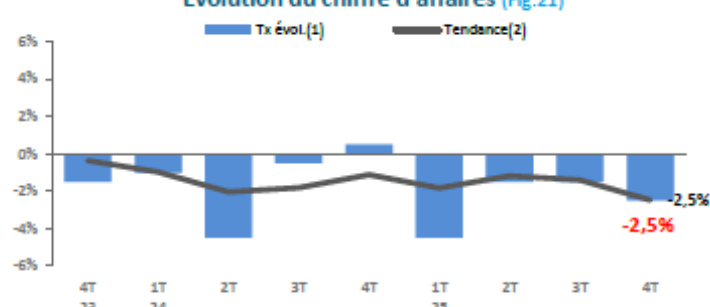
Sources : CDNA / XERFI

Une fin d'année difficile pour la maroquinerie

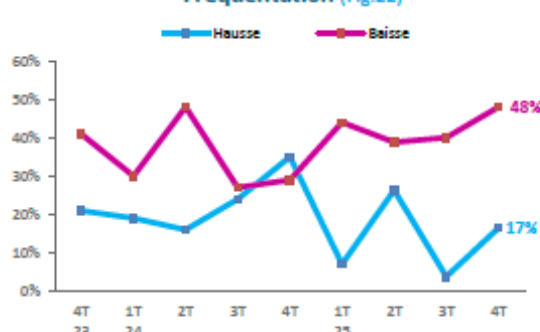
Depuis le début de 2025, l'activité des commerces de maroquinerie reste en retrait. Au quatrième trimestre, le chiffre d'affaires recule de -2,5 %, en lien avec une fréquentation et un panier moyen en baisse. Sur l'année, le secteur enregistre également une baisse de -2,5 %.

Les perspectives pour le trimestre à venir restent pessimistes : 30 % des professionnels anticipent une diminution de leur activité contre 9%, une hausse. Dans ce contexte, les intentions de recrutement se limitent à 2,5 %, exclusivement pour remplacer des effectifs.

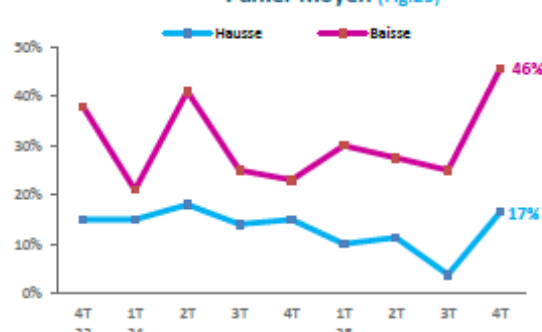
Évolution du chiffre d'affaires (Fig.21)



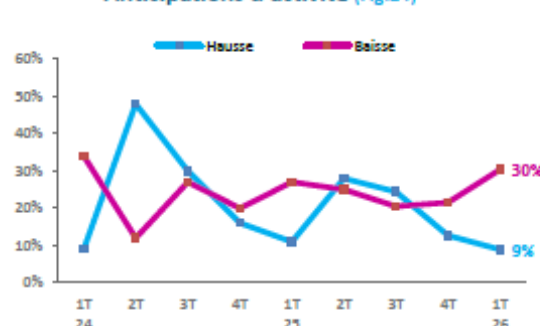
Fréquentation (Fig.22)



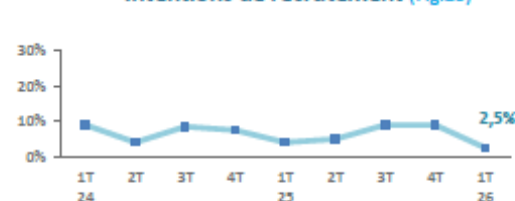
Panier moyen (Fig.23)



Anticipations d'activité (Fig.24)



Intentions de recrutement (Fig.25)



Détail

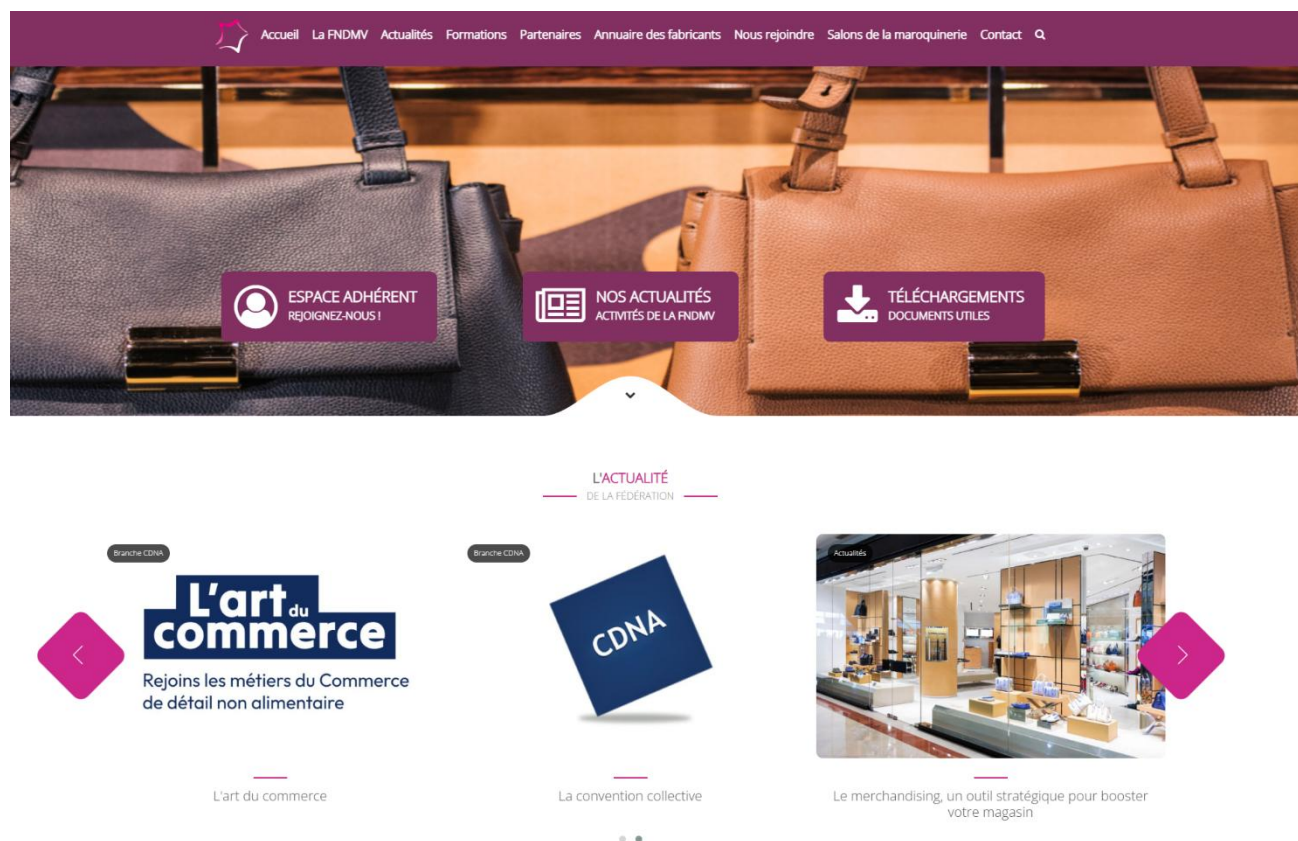
Remplacement des effectifs	Accroissement des effectifs	Total (% d'entreprises)
2,5%	0,0%	2,5%

⁽¹⁾ Tx évol. : évolution du trimestre par rapport au même trimestre de l'année précédente (en %)

⁽²⁾ Tendance : évolution des quatre derniers trimestres par rapport à la même période de l'année précédente (en %)

III. Actions et représentation de la profession

LE SITE INTERNET



Le site internet est alimenté chaque semaine avec des articles d'actualité ainsi que des documents téléchargeables, permettant d'informer régulièrement les adhérents et de mettre à leur disposition des ressources utiles à leur activité.

Nous rappelons également que le site dispose d'un annuaire des fabricants, facilitant la mise en relation des maroquinières avec les services BtoB des marques.

En 2025, plusieurs évolutions sont venues enrichir la plateforme. Un espace « petites annonces » a été mis en place afin de permettre aux maroquinières de publier et consulter des offres (matériel, emploi, partenariats). À ce jour, cet espace est principalement alimenté par des annonces de cession de fonds de commerce, avec un objectif de diversification progressive des types d'annonces.

Par ailleurs, un espace partenaires a été créé. Il regroupe les services inclus dans l'adhésion, notamment ceux proposés par la MACIF, la SACEM et CM2C, tels que la protection juridique, la médiation de la consommation ainsi que des conditions avantageuses pour la diffusion de musique (réduction SACEM). Ces dispositifs visent à accompagner les adhérents dans leurs démarches et à sécuriser leur activité au quotidien.

Dans l'espace adhérents vous avez la possibilité de télécharger de nombreux documents :

- Les différents Kit de communication
- Un dossier complet afin de mener les entretiens professionnels des salariés
- Différents Guides pratiques
- Des documents téléchargeables, tels que la convention collective des commerces de détail non alimentaires, différentes études...
- Différents modèles afin d'avoir des éléments clefs en main : modèle de CDI / CDD, modèle de règlement intérieur, modèle de registre RGPD...

 Accueil La FNDMV Actualités Formations Partenaires Annuaire des fabricants Nous rejoindre Salons de la maroquinerie Contact 	
 Kit de communication	 Entretien Pro
 Guide pratique	 Documents téléchargeables
 Modèles	 Jeu concours
Nom du fichier	
 Critères de prise en charge de la formation - avril 2026 New	
 Revue professionnelle du 1er trimestre 2026 New Adhèrent uniquement	
 Bulletin d'inscription formation merchandising - avril 2026	
 CCN CDNA version en vigueur au 14 février 2025	
 LIVRE BLANC DE LA CONFÉDÉRATION DES COMMERÇANTS DE FRANCE - MUNICIPALES 2026	
 Revue professionnelle du 4ème trimestre Adhèrent uniquement	
 Barème de la protection juridique	
 Organisations syndicales de salariés représentatives dans la Branche des Commerces de Détail Non Alimentaires (CDNA - IDCC 1517)	
 Infographie : Vérification du bénéficiaire	
 Guide d'utilisation :Vérification du bénéficiaire	
 Formation IA, bulletin s'inscription et programme Adhèrent uniquement	
 Guide de mise en place de la validation des acquis de l'expérience pour les entreprises	
 Nouveaux rapports au travail : quelles implications pour le commerce / Infographie / Observatoire de l'Opcommerce	
 Nouveaux rapports au travail : quelles implications pour le commerce / Observatoire de l'Opcommerce	
 Le manager de demain dans le commerce : la synthèse	
 Le manager de demain dans le commerce : le rapport	
 La « boîte à outils » du dirigeant : Mieux connaître les dispositifs existants de détection précoce et de soutien aux entreprises en difficulté	
 Nouveau cerfa 10103*14 - contrat d'apprentissage	
 Revue professionnelle du 2ème trimestre Adhèrent uniquement	
 Etude commerce de la maroquinerie, où les français font-ils leurs achats ?	
 Communiqué de Presse : Tous à la même enseigne	
 Lettre ouverte : Tous à la même enseigne	

LES GUIDES PRATIQUES

Tout au long de l'année la FNDMV a informé ses adhérents sur différents sujets à travers des mails mais également des guides pratiques. Cette année les adhérents ont été informés des sujets suivants :

- Un guide pratique sur la facturation électronique ;
- Un guide pratique sur l'entretien du parcours professionnel ;
- Un guide pratique sur les congés payés et les arrêts maladie ;
- Un guide pratique sur le travail du dimanche dans le cadre des dimanches du Maire ;
- Un guide pratique sur l'adoption de l'intelligence artificielle à destination des commerçants ;
- Un guide complet sur le Clienteling.

LE GUIDE CLIENTELING

Dans la continuité de notre mission d'accompagnement des commerces de maroquinerie indépendante, nous avons le plaisir de présenter la mise à disposition d'un nouveau guide dédié au Clienteling, accessible dans l'espace adhérents.

Ce guide a été conçu comme un outil pratique et opérationnel, directement utilisable en boutique. Il répond à un objectif clair : aider les équipes de vente à structurer et renforcer la relation client au quotidien, afin de transformer chaque interaction en opportunité de fidélisation et de différenciation.

Construit à partir des réalités du terrain, il propose une approche progressive et concrète autour de plusieurs axes essentiels :

- les fondamentaux de l'accueil et de la relation client,
- les actions à mettre en place en magasin,
- le contact proactif avec les clients,
- les outils pratiques (CRM, carnet de suivi, communication personnalisée),
- des exemples d'actions concrètes en maroquinerie,
- ainsi qu'un plan d'action opérationnel sur 7 jours pour les équipes.

Au-delà de la théorie, ce guide se veut un véritable support d'animation pour les équipes de vente, permettant de développer des réflexes simples, efficaces et immédiatement applicables.

Il s'inscrit dans une volonté forte de la FNDMV de soutenir les adhérents dans la montée en qualité de l'expérience client, en valorisant les savoir-faire humains qui font la force du commerce indépendant.

L'ambition de ce guide est double :

- renforcer la performance commerciale des boutiques par une meilleure fidélisation client,
- et redonner toute sa place à la relation humaine dans l'acte de vente.

Dans un environnement de plus en plus concurrentiel, où les parcours d'achat sont multiples et digitalisés, la qualité de la relation en boutique devient un facteur clé de différenciation.



Plan d'action pour les salariés

7 jours pour renforcer la relation client en maroquinerie

Mettre en œuvre une stratégie relationnelle ne se limite pas à la théorie : c'est dans le quotidien de la boutique que tout se joue. Ce plan d'action sur **7 jours** a été conçu comme un **programme court et concret**, permettant à chaque membre de l'équipe de développer, jour après jour, les bons réflexes relationnels.

Chaque journée aborde une dimension essentielle du parcours client — de l'accueil à la fidélisation — à travers des **objectifs précis** et des **exercices rapides** à réaliser seul, en binôme ou en équipe.

Ces séquences, d'une durée de 15 à 25 minutes, peuvent être intégrées à un brief du matin ou à un débrief de fin de journée.

L'objectif n'est pas la perfection immédiate, mais la **progression collective** : affiner le sens du service, renforcer la cohérence du discours et faire vivre l'identité de la boutique à travers chaque interaction.

À la fin de la semaine, l'équipe aura non seulement renforcé ses compétences en accueil et conseil, mais aussi consolidé son esprit d'équipe et la qualité de l'expérience client.

La règle des 4x20

Les 20 premières secondes, les 20 premiers mots, les 20 premiers gestes et les 20 cm du visage déterminent la première impression du client.

À retenir :

- Souriez dès que le client entre.
- Choisissez vos premiers mots avec chaleur et simplicité.
- Adoptez une posture ouverte, sans précipitation.
- Le regard et le visage transmettent 80 % du message émotionnel.

Retrouvez la **fiche complète "Règle des 4x20"** à la fin du guide.

MISE EN PLACE DE WEBINAIRES

En 2025, plusieurs webinaires ont été organisés afin de renforcer l'information et l'accompagnement des adhérents sur des thématiques juridiques, économiques et environnementales liées à leur activité.

a) Mission Transition écologique

Un premier webinaire, organisé le 1er avril en partenariat avec la CPME nationale et l'ADEME, a permis de présenter la plateforme « Mission Transition Écologique ». Cette session a mis en lumière les dispositifs et aides disponibles pour accompagner les entreprises dans leurs démarches de transition écologique, ainsi que les opportunités associées en matière de compétitivité et de développement.



Webinaire

TPE/PME, trouvez rapidement les aides disponibles pour vous accompagner dans votre transition écologique!

La plateforme "mission transition écologique" a été créée par le gouvernement dans ce but. C'est simple, il suffit de rentrer votre numéro de SIRET pour accéder directement aux aides auxquelles vous êtes éligibles !

Webinaire de présentation de la plateforme mission transition écologique le mardi 1er avril de 10h à 11h

Intervenants :

- Catherine GUERNIOU - Vice-présidente déléguée de la CPME, dirigeante de La Fenêtrière
- Rodolphe GAGETTA - chargé de déploiement entreprises
- Manon PIFFAULT - chargée de déploiement acteurs publics

Déroulé :

- Mise en contexte
- Démonstration du fonctionnement de la plateforme
- Temps de questions/réponses

Pour vous inscrire, cliquez [ici](#)



b) Sécurisez et optimisez vos paiements avec CB

Deux sessions, organisées les 16 avril et 22 mai dans le cadre du CNEP (Collectif de l'équipement de la personne, réunissant la FNH, la FCDF, la CDNL et la FNDMV) et en partenariat avec CB, ont été consacrées à la sécurisation et à l'optimisation des paiements par carte bancaire. Ce format en deux créneaux d'une heure a permis d'aborder les bonnes pratiques liées aux transactions électroniques et de répondre aux questions des participants.



Webinaire

Sécurisez et optimisez vos paiements avec CB

Tout ce que vous devez savoir

Mercredi	Jeudi
16/04/2025	22/05/2025
12h30-13h30	12h30-13h30

Je participe

c) Loyer commercial : Stratégies gagnantes pour négocier

Enfin, un webinaire s'est tenu le 15 septembre en partenariat avec la CDF – Confédération des Commerçants de France et la CCI Paris, sur le thème des baux commerciaux. Cette session avait pour objectif d'apporter des clés de compréhension sur les enjeux liés aux loyers commerciaux, aux négociations et aux évolutions réglementaires.



**LOYER COMMERCIAL
STRATÉGIES GAGNANTES
POUR NÉGOCIER**

LE LUNDI 15 SEPTEMBRE 2025
DE 13 H À 14 H

CDF
CONFÉDÉRATION DES COMMERÇANTS DE FRANCE

CCI PARIS
PARIS ÎLE-DE-FRANCE

Ces rendez-vous en ligne, accessibles à distance, ont permis de diffuser une information ciblée et opérationnelle, tout en favorisant les échanges avec des experts. Ils constituent un outil complémentaire d'accompagnement des adhérents, appelé à se développer dans les années à venir.

JOURNEE DE FORMATION

Intelligence artificielle appliquée à l'activité commerciale

En 2025, un parcours de formation dédié à l'intelligence artificielle a été proposé aux adhérents, en partenariat avec la CCI, afin de les accompagner dans l'évolution de leurs pratiques professionnelles et la digitalisation de leur communication.

Ce dispositif visait à démontrer le potentiel de l'IA comme outil d'aide à la production de contenus, de gain de temps et d'amélioration de la visibilité des entreprises. Il s'agissait également de rendre ces outils accessibles, concrets et directement applicables en point de vente.

La formation s'est articulée autour de trois sessions en visioconférence de 3 heures chacune, organisées les 3, 10 et 17 novembre.

La première session a permis de présenter les fondamentaux de l'intelligence artificielle et les principaux outils disponibles, notamment ChatGPT et certains assistants intégrés aux suites bureautiques. Les participants ont pu découvrir des cas d'usage concrets adaptés à leur activité ainsi qu'un atelier pratique de création de contenus.

La deuxième session était consacrée à l'art du "prompt", c'est-à-dire la manière de formuler efficacement ses demandes à l'IA afin d'obtenir des contenus pertinents et adaptés. Des exercices pratiques ont permis de décliner un même produit sous différents formats de communication (réseaux sociaux, messages promotionnels, storytelling).

Enfin, la troisième session portait sur la structuration des usages et l'introduction à des logiques d'automatisation simples, permettant d'optimiser la création de contenus et d'organiser une routine de communication plus efficace.

Ce parcours a permis aux participants de gagner en autonomie, en efficacité et en créativité dans la gestion de leur communication, tout en conservant leur identité de marque et leur relation client.



*« Vous ne serez pas remplacé
par une intelligence artificielle
mais par quelqu'un qui l'utilise
mieux que vous. »*



MUTUALISATION DES ACHATS

Cette année, la fédération a franchi une étape significative en mettant en place un service de mutualisation des commandes pour ses adhérents. Cette initiative vise à renforcer leur compétitivité en leur permettant de bénéficier d'achats groupés auprès de fournisseurs sélectionnés.

Nous avons le plaisir de collaborer avec deux fournisseurs :

- La Maison Berthille, l'atelier NDT-GVF voit le jour en 1971 à Mazamet. Dès sa création, il se spécialise dans la fabrication de produits de maroquinerie et est labélisé Entreprise du Patrimoine Vivant. Chaque pièce est conçue et réalisée pour une fabrication locale, 100 % française.

Le travail d'une marque de haute maroquinerie est caractérisé par un artisanat d'exception et une recherche constante de l'excellence. Les cuirs sont issus des meilleures tanneries françaises en utilisant des peaux au tannage végétal sans chrome



berthille
MAISON FRANÇAISE

- Fondée en 1980, Elite Bagage est une marque française indépendante spécialisée dans les bagages et articles de voyage. Elle conçoit et commercialise ses produits en maîtrisant l'ensemble de la chaîne, de la création au design jusqu'à la distribution.



ELITE

Grâce à cette mutualisation, nos adhérents peuvent non seulement accéder à des produits de qualité, mais également améliorer leurs marges bénéficiaires en réduisant leurs coûts d'achat.

- Une opération de mutualisation a été lancée autour du sac commun aux couleurs du hashtag **#Jaimemonmaroquinier**, visant à proposer un support d'image partagé pour les adhérents.

Le sac présentait les caractéristiques suivantes : kraft blanc lisse 100 g pure pâte certifié FSC, dimensions 35 + 14 x 40 cm, impression une couleur recto/verso avec réduction d'encre de 30 %, et poignées en papier torsadé blanc. Le tarif était dégressif en fonction des volumes commandés.

Cette opération a rencontré une participation de 11 commandes, représentant un total de 16 000 sacs produits.



#J'AIME MON MAROQUINIER

Les retours concernant ces initiatives ont été très positifs. Cette démarche de solidarité et de soutien entre adhérents témoigne de notre engagement à leur fournir des outils et des ressources pour réussir dans un marché en constante évolution.

Nous sommes convaincus que cette première étape dans la mutualisation des commandes ouvrira la voie à d'autres collaborations fructueuses avec de nouveaux fournisseurs, renforçant ainsi notre réseau et l'entraide entre nos membres. Nous continuerons à explorer de nouvelles opportunités pour soutenir la croissance et la prospérité de notre fédération et de ses adhérents.

NOUVEAU PARTENARIAT SACEM

En 2025, un nouveau partenariat a été mis en place avec la SACEM (Société des Auteurs, Compositeurs et Éditeurs de Musique), organisme en charge de la gestion des droits d'auteur dans le domaine musical.

Ce partenariat permet aux adhérents de la FNDMV de bénéficier d'un accompagnement spécifique concernant la diffusion de musique en boutique, tout en garantissant le respect des droits des créateurs.

Dans ce cadre, les adhérents peuvent bénéficier d'une réduction de 20 % sur le forfait annuel SACEM applicable à la diffusion musicale dans leur établissement. Cet avantage est également applicable de manière rétroactive au 1er janvier 2025.

La mise en œuvre de cet avantage s'effectue via une attestation d'adhésion délivrée par la Fédération, à transmettre à la délégation SACEM compétente.

SONORISATION DE VOTRE MAGASIN

NOMBRE D'EMPLOYÉS*	FORFAIT ANNUEL DROITS D'AUTEUR HT	
	Tarif général	Tarif réduit
De 1 à 2	204,66 €	163,73 €
De 3 à 4	388,72 €	310,98 €
De 5 à 6	583,38 €	466,70 €
De 7 à 8	775,81 €	620,65 €
De 9 à 10	968,55 €	774,84 €
De 11 à 12	1 113,92 €	891,14 €
De 13 à 14	1 287,08 €	1 029,66 €
De 15 à 16	1 460,44 €	1 168,35 €
De 17 à 18	1 635,13 €	1 308,10 €
De 19 à 20	1 810,15 €	1 448,12 €
De 21 à 22	1 927,23 €	1 541,78 €
De 23 à 24	2 082,74 €	1 666,19 €
De 25 à 26	2 242,15 €	1 793,72 €
De 27 à 28	2 397,29 €	1 917,83 €
De 29 à 30	2 550,92 €	2 040,74 €
De 31 à 32	2 684,17 €	2 147,34 €
De 33 à 34	2 814,36 €	2 251,49 €
De 35 à 36	2 948,83 €	2 359,06 €
De 37 à 38	3 080,85 €	2 464,68 €
De 39 à 40	3 194,30 €	2 555,44 €
De 41 à 42	3 308,15 €	2 646,52 €
De 43 à 44	3 420,36 €	2 736,29 €
De 45 à 46	3 533,87 €	2 827,10 €
De 47 à 48	3 647,01 €	2 917,61 €
De 49 à 50	3 760,17 €	3 008,14 €
Plus de 50 employés, majoration à appliquer : par tranche de 2 employés de 51 à 150, par tranche de 3 employés de 151 à 300, par tranche de 4 employés de 301 à 500	96,73 €	77,38 €

Vous êtes adhérent à un organisme professionnel signataire d'un accord de partenariat avec la Sacem, vous pouvez bénéficier d'une réduction supplémentaire jusqu'à 20 % sur le tarif réduit.

LUTTE CONTRE LA FAST FASHION ET LES PLATEFORMES CHINOISES

En 2025, la FNDMV a fait de la lutte contre la fast fashion et les plateformes d'ultra e-commerce un axe majeur de son action, en coordination avec ses partenaires institutionnels, notamment la Confédération des Commerçants de France (CDF) et le Conseil du Commerce de France (CdCF). Ce sujet a constitué un véritable fil conducteur des prises de position et des actions de la Fédération tout au long de l'année.

Plusieurs initiatives ont été menées afin de dénoncer les pratiques des plateformes telles que Temu, Shein et AliExpress, identifiées comme générant une concurrence déloyale, notamment en raison de non-conformités produit, d'avantages fiscaux et de leurs impacts environnementaux et sociaux.

Au printemps 2025, la Fédération a participé à la rédaction et à la co-signature d'une tribune commune avec la CDF et les organisations professionnelles concernées, visant à alerter sur ces pratiques et à appeler à une mobilisation des pouvoirs publics. Lors de l'appel à contribution adressé aux adhérents et maroquiniers, la démarche a suscité de nombreux retours positifs ainsi qu'un niveau significatif de signatures, témoignant de l'adhésion du réseau à cette initiative.

Dans le prolongement de cette démarche, une campagne de communication digitale a été lancée sous le hashtag #TOUSALAMEMEENSEIGNE, afin de sensibiliser à la nécessité d'un traitement équitable entre les acteurs du commerce et de promouvoir des mesures concrètes, telles que le déréférencement des plateformes ne respectant pas les règles en vigueur.



Afin d'impliquer directement les professionnels, la FNDMV a également mis à disposition des adhérents un courrier type « clé en main » destiné à être adressé aux députés et sénateurs. Cette action visait à relayer les préoccupations du terrain et à interpeller les décideurs publics sur l'urgence d'agir face à ces pratiques.

Courrier avec l'entête de votre entreprise

Adresse
A..., le....

Objet : Produits dangereux, concurrence déloyale : il est urgent d'agir contre certaines plateformes de e-commerce

Madame la Députée / Monsieur le Député / Madame la Sénatrice / Monsieur le Sénateur

Commerçant(e) indépendant(e) à [ville], je me permets de vous écrire personnellement pour vous faire part de ma vive inquiétude face à l'inaction persistante de l'État envers certaines plateformes de e-commerce chinoises, comme Temu, Shein ou AliExpress.

Chaque jour, dans mon commerce [indiquez le secteur], je subis une concurrence totalement déloyale : des prix cassés, bien en dessous du marché, des promotions permanentes sans respect du prix de référence, des produits non conformes, souvent dangereux, livrés en masse, une TVA sous-collectée ou éludée, aucun contrôle, aucune sanction.

Pendant ce temps, nous, commerçants locaux, jouons selon les règles : TVA collectée, sécurité assurée, normes respectées, emplois créés, taxe et impôts payés. Résultat : un marché à deux vitesses, où l'illégalité prospère pendant que nos entreprises luttent pour survivre.

Le 29 avril dernier, la ministre Amélie de Montchalin elle-même a reconnu que 94 % des produits contrôlés sur ces plateformes étaient non conformes, et 66 % dangereux. Ces chiffres sont désormais confirmés à l'échelle européenne : selon des enquêtes menées par les autorités européennes entre 85 et 95 % des produits proposés par ces géants du e-commerce ne respectent pas les normes de l'Union européenne. Et selon la Toy Industry of Europe, 100 % des jouets testés provenant de ces sites sont non conformes, 95 % présentaient un danger pour la sécurité des enfants.

Les produits concernés — vêtements, chaussures, jouets, fournitures scolaires — contiennent parfois des substances interdites, des matériaux inflammables, des éléments détachables sans marquage CE. Ils franchissent nos frontières sans traçabilité, sans étiquetage réglementaire, ni filtrage. Pourtant, la Cour de cassation, dans un arrêt de 2023, a clairement établi que ces plateformes ne sont pas de simples hébergeurs, mais bien des éditeurs, responsables de ce qu'elles diffusent.

Nous avons déjà un précédent : en 2021, la DGCCRF a obtenu le déréférencement de la plateforme Wish. Or, depuis deux ans, rien n'est fait contre ces plateformes qui piétinent nos lois. Pourquoi ce silence de la DGCCRF ?

En tant qu'élue(e) de la République, vous avez un rôle à jouer pour défendre la sécurité des consommateurs, notamment des enfants, l'équité entre commerçants et le respect des lois françaises et européennes.

Je vous appelle donc à intervenir pour demander :

- l'application immédiate du Code de la consommation,
- la mise en demeure formelle des plateformes fautives,
- et, si nécessaire, leur déréférencement ou leur blocage, comme la loi le permet.

Les infractions sont massives, publiques, documentées. Il n'y a plus d'excuse. Ce qu'il manque, c'est une décision politique claire pour faire cesser cette concurrence déloyale.

Je vous remercie pour votre attention et votre engagement, et reste à votre disposition pour échanger à ce sujet.

Veuillez agréer, **Madame la Députée / Monsieur le Député / Madame la Sénatrice / Monsieur le Sénateur**, l'expression de mes salutations distinguées.

[Signature]

Par ailleurs, la Fédération a relayé et soutenu plusieurs prises de position institutionnelles concernant les partenariats entre acteurs publics ou privés et ces plateformes, ainsi que leur développement sur le territoire français, contribuant à nourrir le débat sur les conditions d'une concurrence loyale.

En octobre 2025, la FNDMV a réaffirmé sa position en soutien à la CDF sur les enjeux liés aux accords logistiques entre La Poste et ces plateformes, appelant à une régulation renforcée et à une meilleure prise en compte des impacts sur le commerce de proximité. L'ensemble de ces actions s'inscrit dans une démarche continue de défense du commerce indépendant et de promotion d'un cadre concurrentiel plus équitable.

Ces actions ont contribué à renforcer la prise de conscience des pouvoirs publics et ont participé à la dynamique ayant conduit à des évolutions réglementaires majeures. En juin 2025, le Sénat a ainsi adopté un texte renforçant l'encadrement des pratiques de la fast fashion. Par ailleurs, des mesures de taxation des petits colis issus de plateformes extra-européennes ont été actées, avec l'instauration d'une contribution de 2 € par article en France à compter du 1er mars 2026 pour les colis d'une valeur inférieure à 150 €, et d'une contribution de 3 € par article au niveau européen à partir du 1er juillet 2026 pour ces mêmes flux.

Enfin, ce sujet s'inscrit dans la continuité des travaux engagés au niveau du Conseil National du Commerce, dont la FNDMV est membre, et qui poursuivra en 2026 ses réflexions sur la régulation du commerce en ligne et les enjeux liés à l'ultra fast fashion.



Fédération Nationale des Détaillants en
Maroquinerie et Voyage
FNDMV
6 mois • 1

• Vous ...

Soutenir Temu, c'est fragiliser nos commerçants !

La FNDMV / Fédération Nationale des Détaillants en Maroquinerie et Voyage partage pleinement la position de la [confédération des Commerçants De France \(CDF\)](#).

Ce partenariat entre La Poste et Temu interroge profondément : comment un opérateur public peut-il soutenir un modèle économique qui fragilise nos commerces de proximité ?

Nos détaillants, qui paient loyers, salaires et impôts en France, ont besoin d'un cadre équitable, pas d'une concurrence institutionnalisée.

Nous appelons, aux côtés de la CDF, à un réexamen urgent de cet accord et à un engagement clair de l'État en faveur du commerce local.

[#CommerceDeProximité](#) [#ÉquitéConcurrentielle](#)
[#SoutienAuxCommerçants](#)



confédération des Commerçants De France (CDF)
2276 abonnés
6 mois • 1

La [confédération des Commerçants De France \(CDF\)](#) s'indigne du partenariat conclu entre [#LaPoste](#) ([#Colissimo](#)) et [#Temu](#), qui institutionnalise une concurrence déloyale au détriment du ... plus



La confédération des Commerçants De France s'indigne du partenariat La Poste - Temu : une concurrence déloyale institutionnalisée.

Paris, le 17 octobre 2025. La Confédération des Commerçants de France (CDF) condamne avec indignation l'accord conclu entre La Poste et Temu, qui vise à favoriser la vente en ligne de produits chinois à bas prix, au détriment du commerce de proximité et de la concurrence loyale.

Un accord qui favorise la concurrence déloyale
L'accord conclu entre La Poste et Temu permet à ce dernier d'utiliser le réseau de distribution de La Poste pour livrer ses produits en France, sans avoir à payer les taxes et les droits de douane normalement applicables. Cela crée une concurrence déloyale pour les commerçants français qui doivent supporter ces charges.

Une dégradation des conditions de vente
L'accord entre La Poste et Temu conduit à une dégradation des conditions de vente pour les commerçants français. Les produits de Temu sont vendus à des prix très bas, ce qui met en danger la viabilité économique des commerces de proximité.

Un soutien à la concurrence déloyale
L'accord entre La Poste et Temu constitue un soutien à la concurrence déloyale. La Poste, en utilisant son réseau pour livrer les produits de Temu, agit en faveur d'un modèle économique qui ne respecte pas les règles de concurrence loyale.

Un appel à l'action
La CDF appelle les pouvoirs publics à intervenir pour mettre fin à cet accord et à protéger le commerce de proximité. Elle appelle également les consommateurs à privilégier l'achat chez les commerçants français.

Un appel à la transparence
La CDF demande à La Poste et à Temu de rendre publics les termes de l'accord et de justifier les avantages qu'il procure. Elle appelle également à une transparence accrue sur les flux commerciaux et les impacts environnementaux.

Un appel à la solidarité
La CDF appelle les commerçants français à se soutenir mutuellement et à défendre leurs intérêts communs. Elle appelle également à une solidarité accrue avec les consommateurs.

Un appel à la responsabilité
La CDF appelle les entreprises à agir de manière responsable et à respecter les règles de concurrence loyale. Elle appelle également à une responsabilité accrue des pouvoirs publics.



Fédération Nationale des Détaillants en
Maroquinerie et Voyage
FNDMV
6 mois • 1

• Vous ...

🔥 Shein ouvre son premier espace de vente physique pérenne en France... au BHV Marais

Quelques semaines après son partenariat avec Pimkie, le géant de l'ultra fast-fashion annonce une nouvelle étape : l'ouverture en novembre d'un corner permanent au BHV Marais, puis dans cinq Galeries Lafayette de province.

👉 Derrière les promesses de "revitalisation des centres-villes" et de "création d'emplois", il faut rappeler la réalité :

- Shein profite d'un système d'exonération de droits de douane sur les petits colis.
- L'entreprise ne paie pas d'impôts en France à la hauteur de son activité réelle.
- Ses conditions de production soulèvent de graves questions sociales et éthiques.
- Son modèle économique, basé sur des volumes colossaux et des prix cassés, alimente une concurrence déloyale et une pollution massive.

👤 Voir une institution comme le BHV — symbole du commerce parisien depuis 1860 — et les Galeries Lafayette en province s'associer à ce type d'acteur est une aberration.

Cela interroge non seulement sur le manque de vision de certaines enseignes françaises mais aussi sur l'avenir que l'on souhaite pour le secteur : créativité, qualité, responsabilité... ou course au moins-disant social et environnemental ?

[#mode](#) [#commerce](#) [#fastfashion](#) [#RSE](#) [#Shein](#) [#BHV](#)

ÉTUDE – « COMMERCE DE LA MAROQUINERIE : OU LES FRANÇAIS FONT-ILS LEURS ACHATS ? »

En 2025, la FNDMV a conduit, en collaboration avec l'Observatoire Économique de l'Alliance France Cuir, une étude consacrée aux comportements d'achat des Français en matière de maroquinerie.

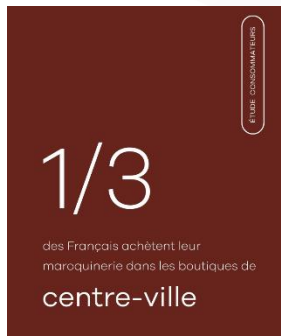
Réalisée auprès d'un échantillon représentatif de 2 000 personnes, cette enquête s'inscrit dans une démarche collaborative associant les adhérents de la Fédération, qui ont contribué à l'élaboration des thématiques et des questions abordées.

Les résultats mettent en évidence plusieurs enseignements majeurs :

- Une fréquence d'achat soutenue, avec 7 Français sur 10 achetant au moins un article de maroquinerie par an, et un renouvellement moyen tous les deux ans
- Une attention particulière portée à la qualité, qui demeure le critère de choix principal
- Un attachement confirmé au commerce physique, qui reste le canal d'achat privilégié
- Une sensibilité croissante aux enjeux environnementaux et sociétaux dans les décisions d'achat

Ces résultats viennent conforter les orientations portées par la FNDMV tout au long de l'année, notamment en matière de valorisation du commerce de proximité, de qualité des produits et de lutte contre les modèles de consommation fondés sur le volume et le prix au détriment de la durabilité.

L'étude constitue ainsi un outil d'analyse et d'aide à la décision pour les professionnels du secteur, en apportant des données concrètes sur les attentes des consommateurs.



ÉVOLUTION DES CODES NAF – VIGILANCE POUR LA FILIERE MAROQUINERIE

Dans le cadre de la révision nationale de la nomenclature des activités, le code NAF des détaillants en maroquinerie et articles de voyage évoluera en 2027, passant du code 47.72B au code 47.72H. Cette évolution, bien que d'ordre administratif, constitue un point de vigilance pour la profession. Le code NAF étant utilisé pour identifier l'activité principale des entreprises, il peut avoir des impacts indirects sur leur environnement réglementaire, notamment en matière de conventions collectives, de cotisations ou d'accès à certains dispositifs sectoriels.

L'année 2026 constituera une phase de transition permettant aux entreprises de vérifier la cohérence de leur classement et d'anticiper le changement. Une attention particulière devra être portée à l'adéquation entre le code attribué et la réalité de l'activité exercée.

La FNDMV restera attentive à cette évolution et accompagnera les adhérents dans la compréhension et le suivi de ces modifications administratives.

STRUCTURATION TERRITORIALE – REPRESENTATION REGIONALE AU SEIN DE LA CDF

Dans le cadre de sa structuration territoriale, la Confédération des Commerçants de France (CDF) a engagé en 2025 une démarche visant à renforcer sa présence en région, afin de mieux appréhender les enjeux locaux du commerce et d'adapter ses actions aux réalités de terrain (ZTL, commerce informel, implantation de nouvelles formes de distribution, loyers commerciaux, etc.).

Cette organisation repose sur l'identification de référents régionaux issus des fédérations adhérentes, appelés à représenter la CDF localement et à contribuer à l'animation du réseau territorial, avec un accompagnement dédié et une formation spécifique.

Dans ce cadre, la FNDMV a eu la satisfaction de voir son secrétaire, Sébastien Pautremat, se positionner pour porter la représentation de la CDF sur les régions Bretagne et Pays de la Loire, assurant ainsi un relais des positions de la Confédération, mais également une représentation des enjeux spécifiques liés au secteur de la maroquinerie.

Cette implication contribue à renforcer la visibilité de la filière au niveau territorial et à relayer plus efficacement les problématiques des adhérents auprès des instances nationales.



Pierre Bosch et Sébastien Pautremat

La Fédération précise par ailleurs que tout adhérent souhaitant s'impliquer dans cette dynamique territoriale est le bienvenu et peut se rapprocher du secrétariat afin d'étudier les modalités de participation.

RENCONTRE AVEC DELSEY

Dans le cadre de sa mission de défense des intérêts des détaillants, la FNDMV a engagé en 2025 un échange direct avec la marque Delsey, à la suite de fortes remontées du terrain concernant certaines pratiques commerciales et leur impact sur le réseau spécialisé.

Cette rencontre a permis d'aborder de manière transparente les enjeux liés à la multiplication des circuits de distribution, en particulier les opérations promotionnelles en grande distribution, susceptibles de fragiliser la valeur perçue des produits et de déstabiliser les équilibres économiques des détaillants.

La Fédération a rappelé avec fermeté l'importance de préserver une cohérence de positionnement entre les canaux de vente, condition indispensable au maintien d'un réseau de distribution qualitatif et à la pérennité de l'image de marque.

Les échanges ont également mis en évidence plusieurs points de vigilance majeurs : lisibilité des gammes, niveau de promotions, politique tarifaire, qualité du service après-vente, ainsi que le besoin d'un accompagnement renforcé des points de vente (formation, outils commerciaux, présence terrain).

La FNDMV a par ailleurs insisté sur le rôle essentiel des maroquiniers indépendants dans la valorisation des marques, tant en matière de conseil client que de service après-vente, et sur la nécessité de préserver ce modèle face aux évolutions du marché.

Des pistes de travail ont été évoquées, notamment autour d'une meilleure différenciation des offres selon les circuits de distribution, du développement d'actions de formation et de communication, ainsi que de projets de mutualisation.

Cette rencontre marque une volonté commune de poursuivre le dialogue. La FNDMV restera pleinement mobilisée afin de veiller au respect d'un cadre commercial équilibré et à la défense des intérêts de ses adhérents.

VACANCE COMMERCIALE ET ATTRACTIVITE DES TERRITOIRES

La FNDMV a participé aux travaux du Conseil national du commerce (CNC) consacrés à la vacance commerciale, un enjeu majeur pour l'ensemble des territoires.

Cette initiative s'inscrit dans un contexte d'augmentation des locaux vacants dans les centres-villes et zones commerciales de proximité, phénomène qui fragilise l'attractivité des territoires et le dynamisme économique local.

Le groupe de travail du CNC, lancé le 6 octobre 2025 et réunissant administrations centrales, associations d'élus locaux, entreprises et organisations professionnelles, a engagé une réflexion structurée autour de trois axes principaux :

- 1- l'évolution des flux de consommation et l'attractivité des territoires,
- 2- les enjeux liés à la fiscalité et à l'immobilier commercial,
- 3- la gouvernance et les stratégies de revitalisation commerciale.

Trois réunions de travail ont été organisées en 2025, suivies de trois réunions complémentaires en 2026, permettant d'approfondir ces thématiques et de poursuivre la construction des propositions.

Ces travaux ont notamment mis en avant des pistes visant à faciliter l'installation de nouveaux commerces, à simplifier certains dispositifs fiscaux, notamment autour de la taxe sur les friches commerciales (TFC), et à soutenir la reprise d'activités dans les zones en difficulté.

Les échanges ont conduit à l'élaboration progressive d'un rapport de propositions, partagé avec les participants et en cours de finalisation.

La participation de la FNDMV à ce groupe de travail illustre son engagement dans les réflexions nationales sur la revitalisation commerciale et la défense d'un tissu de commerce de proximité dynamique et équilibré.

UNE OFFRE D'ASSURANCE PROFESSIONNELLE DEDIEE AUX MAROQUINIERS

Dans le cadre du développement de ses services aux adhérents, la FNDMV a mis en place, en partenariat avec la MACIF, une offre d'assurance professionnelle spécifiquement conçue pour les détaillants en maroquinerie et articles de voyage.



La Macif,
c'est vous.

Construite à partir d'échanges avec les adhérents, cette solution prend en compte les spécificités du métier, notamment les risques liés à l'accueil du public, à la gestion de biens confiés ou encore à la protection des marchandises et des locaux.

Elle propose une couverture complète incluant la responsabilité civile professionnelle, la protection des biens et des locaux, ainsi que des garanties complémentaires permettant d'assurer la continuité de l'activité en cas de sinistre.

Cette offre constitue une réponse concrète aux besoins exprimés par les professionnels et s'inscrit pleinement dans la volonté de la Fédération de proposer des services adaptés et à forte valeur ajoutée pour ses adhérents.

Modalités d'accès à l'offre

Les adhérents souhaitant bénéficier de cette solution peuvent contacter un conseiller dédié MACIF afin de réaliser un bilan personnalisé.

Un accès direct est également proposé via un QR code permettant de laisser ses coordonnées et d'être recontacté.



IV. Promotion de la profession

LES KITS PLV

Tout au long de l'année les adhérents Prémium et Platinum reçoivent de la PLV pour les différents temps forts de l'année. L'ensemble des adhérents disposent des visuels en Jpeg pour les réseaux sociaux. En 2025, la collaboration avec l'agence de communication Metroneo s'est poursuivie, permettant de consolider et d'harmoniser l'identité visuelle et les supports de communication de la Fédération.





UNE CAMPAGNE DE NOËL AVEC LE #JAIMEMONMAROQUINIER

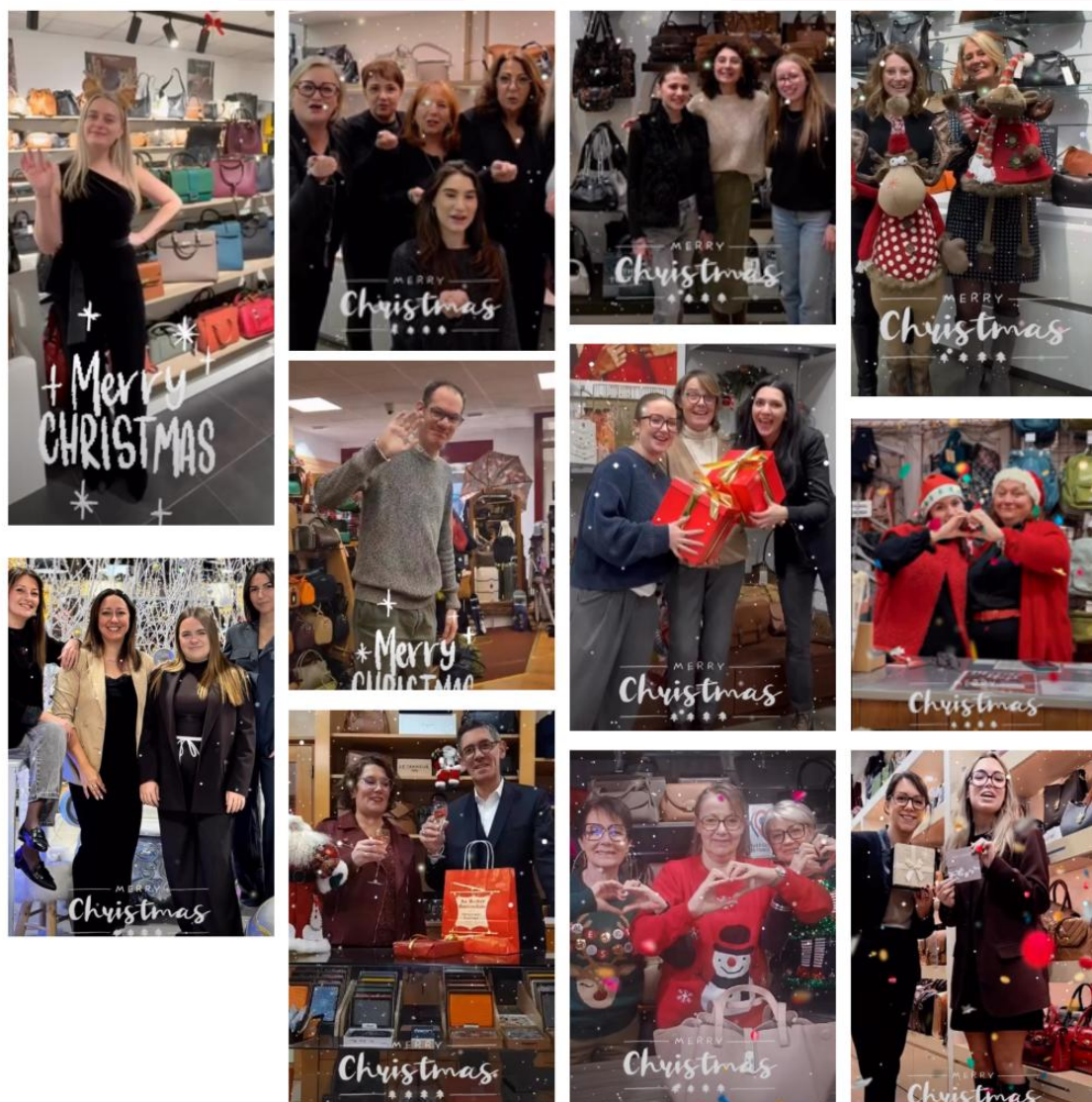


UNE VIDEO METTANT EN SCENE DES ADHERENTS POUR LES FETE DE NOËL

À l'approche des fêtes de fin d'année, la FNDMV a lancé un projet vidéo collaboratif réunissant 11 boutiques adhérentes, avec pour objectif de mettre en lumière le savoir-faire, la qualité et la durabilité des produits proposés par les maroquiniers.

Chaque commerçant a été filmé au sein de sa boutique, à travers de courtes séquences illustrant son univers, ses produits et son engagement au service de ses clients. L'ensemble a été conçu dans une approche authentique et chaleureuse, reflétant la diversité et l'expertise du réseau.

Diffusée le 14 décembre, cette vidéo visait à inciter les consommateurs à privilégier des achats de Noël porteurs de sens, en soutenant le commerce de proximité et des produits durables.



Nous tenons à exprimer notre gratitude à l'ensemble des adhérents participants qui ont contribué à la réussite de ce projet. Un remerciement tout particulier est adressé à Élodie Cresto, Écrin Maroquinerie en Corse et membre du comité directeur de la FNDMV, dont l'implication et l'organisation ont été déterminantes. Son expertise, notamment dans le montage vidéo, a permis de donner pleinement vie à cette initiative.

Cette action illustre la capacité du réseau à se mobiliser collectivement autour de projets innovants, au service de la valorisation du commerce indépendant.

DES TOTE BAGS POUR LES CLIENTS

Dans le cadre des actions de valorisation du commerce de proximité, la FNDMV a mis à disposition de ses adhérents une série de tote bags estampillés **#jaimemonmaroquinier**.

Au total, 50 sacs ont été distribués afin de permettre aux commerçants de les offrir à leur clientèle, dans une logique de fidélisation et de promotion du métier.

Cette initiative, simple et concrète, a reçu des retours positifs de la part des adhérents, confirmant l'intérêt de ce type d'actions pour renforcer le lien avec les clients et valoriser l'image du commerce indépendant.



Visuel réalisé en interne

LES RESEAUX SOCIAUX DE LA FNDMV

- Compte LinkedIn : Création en mars 2023 :
- Compte Facebook : Création 2018
- Compte Instagram : Création 2022

a) Les campagnes digitales : Le Saviez-vous ?



Visuels réalisés en interne

b) Campagne Etude consommateur de l'Alliance France Cuir



V. Branche du Commerce de détail non alimentaire

ACCORDS DE BRANCHE CONCLUS EN 2025

Trois accord et avenants ont été conclus dans la branche en 2025 :

1°) Avenant de révision du 19 mars 2025 à l'accord du 5 septembre 2024 relatif à la participation dérogatoire

SIGNATAIRES : CDNA – CFDT.

ETENDU par arrêté ministériel du 3 juin 2025 publié au *Journal officiel de la République française* du 5 juin 2025. Il est entré en vigueur le 5 septembre 2024.

Cet avenant reprend les demandes de précisions de la DGE qui a émis des réserves lors de l'accord du 5 septembre 2024.

La participation a pour objet de garantir collectivement aux salariés le droit de participer aux résultats de l'entreprise. Elle prend la forme d'une participation financière à effet différé, calculée en fonction du bénéfice net de l'entreprise, constituant la réserve spéciale de participation. Elle est obligatoire dans les entreprises dont l'effectif de 50 salariés a été atteint ou dépassé pendant cinq années consécutives.

L'accord du 5 septembre 2024 a été conclu dans le cadre de l'accord national interprofessionnel (ANI) du 23 février 2023 et de la loi n° 2023-1107 du 29 novembre 2023 portant transposition de cet ANI, qui permettent aux entreprises de moins de 50 salariés, non soumises à l'obligation légale, de mettre en place la participation si elles le souhaitent, avec une **formule de calcul de la réserve spéciale de participation dérogatoire à la formule légale, y compris dans un sens moins favorable**. Cette possibilité a été ouverte à titre expérimental, pendant une durée de 5 ans (jusqu'au 29 novembre 2028).

L'accord est destiné à permettre aux entreprises souhaitant mettre en place un dispositif de participation dérogatoire de disposer d'un texte applicable en l'état qui sera adopté :

- par décision unilatérale pour les entreprises de moins de 50 salariés, après information des salariés et, le cas échéant, du CSE ;
- par accord d'entreprise selon les modalités de mise en place d'un accord de participation.

Le dispositif est ouvert aux salariés ainsi qu'aux mandataires sociaux, aux dirigeants non-salariés, à leurs conjoints ou partenaires liés par un PACS dès lors qu'ils ont le statut de conjoint collaborateur ou de conjoint associé.

L'accord permet de choisir entre plusieurs **formules de calcul de la réserve spéciale de participation**, et de retenir notamment la formule simplifiée égale à 5 % du bénéfice net comptable tel qu'il apparaît dans les comptes de l'entreprise.

La **répartition** peut s'effectuer selon différentes formules, notamment celle combinant la durée de présence effective ou assimilée et la proportionnalité aux salaires bruts perçus au cours de l'exercice.

L'accord prévoit les **modalités d'information**, collective (via le CSE ou une commission spécialisée) et individuelle (livret d'épargne salariale, fiche distincte du bulletin de paie), des salariés.

2°) Avenant n°15 du 14 mai 2025 relatif à la mise à jour de la CCN portant révision de l'article 1 du chapitre I (champ d'application)

SIGNATAIRES : CDNA – CFDT.

ETENDU par arrêté ministériel du 12 août 2025 publié au *Journal officiel de la République française* du 25 septembre 2025. Il entrera en vigueur au 1^{er} janvier 2027.

Conclu le 14 mai 2025, l'avenant n°15 a pour objet de modifier l'article 1 « Champ d'application » du chapitre I, intitulé « Clauses générales » de ladite CCN afin d'anticiper la révision de la nomenclature d'activités française de l'Insee (passage de la NAF Rev.2.1 à la NAF 2025) qui entraînera à partir du 1^{er} janvier 2027 le changement des codes APE (activité principale exercée) affectés aux entreprises et aux établissements.

Code (NAF 2025)	APE	Intitulé
47.12H		Autre commerce de détail non spécialisé en magasin de moins de 2 500 m ² ou hors magasin
47.26Y		Commerce de détail de produits à base de tabac
47.51Y		Commerce de détail de textiles
47.52G		Commerce de détail de quincaillerie, de matériaux de construction et de bricolage, de peinture et de verre en magasin de moins de 400 m ²
47.52H		Commerce de détail de quincaillerie, de matériaux de construction et de bricolage, de peinture et de verre en magasin de plus de 400 m ² ou hors magasin
47.53Y		Commerce de détail de tapis, moquettes et revêtements de murs et de sols
47.55H		Commerce de détail d'appareils d'éclairage, de vaisselle et d'autres équipements du foyer
47.62Y		Commerce de détail de journaux et autres publications périodiques et de papeterie
47.64Y		Commerce de détail de jeux et jouets
47.69Y		Commerce de détail de biens culturels et de loisirs non classés ailleurs
47.72H		Commerce de détail de maroquinerie et d'articles de voyage
47.78H		Commerce de détail spécialisé d'autres biens neufs non classés ailleurs
47.79G		Commerce de détail d'antiquités et livres anciens
47.79H		Commerce de détail d'autres biens d'occasion
47.91Y		Activités de service d'intermédiation pour le commerce de détail non spécialisé
47.92H		Activités de service d'intermédiation pour le commerce de détail de journaux et de produits à base de tabac
47.92J		Activités de service d'intermédiation pour le commerce de détail spécialisé d'autres biens

Conclu pour une durée indéterminée, il prend effet le 1^{er} janvier 2027.

3°) Avenant n°16 du 5 novembre 2025 relatif à la mise à jour de la CCN portant révision de l'article 6 du chapitre I (garanties accordées aux salariés participante à la négociation)

SIGNATAIRES : CDNA – CFDT – CFTC – CGT.

ETENDU par arrêté ministériel du 26 mars 2026 publié au *Journal officiel de la République française* du 4 avril 2025. Il est entré en vigueur le 5 avril 2026.

Le système de préparation des réunions évolue :

- suppression du crédit fixe de 2 h / 4 h par réunion ;
- mise en place d'un crédit forfaitaire annuel différencié selon le temps de travail :
 - jusqu'à 10 demi-journées pour les salariés au forfait jours ;
 - jusqu'à 40 heures pour les salariés en décompte horaire.

Le dispositif est élargi : il ne concerne plus uniquement les membres de la CPPNI, mais l'ensemble des commissions mixtes et paritaires.

Les règles de remboursement sont adaptées :

- remboursement possible du temps de préparation et de participation, qu'il soit compté en heures, journées ou demi-journées ;
- plafond annuel de remboursement du temps de préparation porté de 36 h à 40 h par organisation syndicale.

Les justificatifs transmis devront désormais préciser : le nombre de jours, demi-journées ou heures selon le régime du salarié.

Une nouvelle disposition est ajoutée sur le temps de trajet : le temps de déplacement pour participer aux réunions des commissions mixtes ou paritaires est assimilé à du temps de travail effectif lorsqu'il dépasse le trajet habituel domicile-travail et intervient hors temps de travail.

AUTRES ACCORDS DE BRANCHE ENTRÉS EN VIGUEUR EN 2025

Deux avenants conclus en 2024 sont entrés en vigueur en 2025 :

1°) Accord du 5 septembre 2024 relatif à la participation dérogatoire

SIGNATAIRES L'ACCORD ET DE L'AVENANT : CDNA – CFDT.

ETENDU par arrêté ministériel du 3 juin 2025, publié au *Journal officiel de la République française* du 5 juin 2025. Entré en vigueur le 5 septembre 2024.

La participation a pour objet de garantir collectivement aux salariés le droit de participer aux résultats de l'entreprise. Elle prend la forme d'une participation financière à effet différé, calculée en fonction du bénéfice net de l'entreprise, constituant la réserve spéciale de participation. Elle est obligatoire dans les entreprises dont l'effectif de 50 salariés a été atteint ou dépassé pendant cinq années consécutives.

L'accord du 5 septembre 2024 a été conclu dans le cadre de l'accord national interprofessionnel (ANI) du 23 février 2023 et de la loi n° 2023-1107 du 29 novembre 2023 portant transposition de cet ANI, qui permettent aux entreprises de moins de 50 salariés, non soumises à l'obligation légale, de mettre

en place la participation si elles le souhaitent, avec une **formule de calcul de la réserve spéciale de participation dérogatoire à la formule légale, y compris dans un sens moins favorable**. Cette possibilité a été ouverte à titre expérimental, pendant une durée de 5 ans (jusqu'au 29 novembre 2028). L'accord est destiné à permettre aux entreprises souhaitant mettre en place un dispositif de participation dérogatoire de disposer d'un texte applicable en l'état qui sera adopté :

1. par décision unilatérale pour les entreprises de moins de 50 salariés, après information des salariés et, le cas échéant, du CSE ;
2. par accord d'entreprise selon les modalités de mise en place d'un accord de participation.

Le dispositif est ouvert aux salariés ainsi qu'aux mandataires sociaux, aux dirigeants non-salariés, à leurs conjoints ou partenaires liés par un PACS dès lors qu'ils ont le statut de conjoint collaborateur ou de conjoint associé.

L'accord permet de choisir entre plusieurs **formules de calcul de la réserve spéciale de participation**, et de retenir notamment la formule simplifiée égale à 5 % du bénéfice net comptable tel qu'il apparaît dans les comptes de l'entreprise.

La **répartition** peut s'effectuer selon différentes formules, notamment celle combinant la durée de présence effective ou assimilée et la proportionnalité aux salaires bruts perçus au cours de l'exercice.

L'accord prévoit les **modalités d'information**, collective (via le CSE ou une commission spécialisée) et individuelle (livret d'épargne salariale, fiche distincte du bulletin de paie), des salariés.

2°) L'avenant n° 14 du 27 novembre 2024 portant revalorisation de la rémunération minimale

SIGNATAIRES : CDNA. – CFTC - CFDT.

ETENDU par arrêté ministériel du 5 février 2025, publié au *Journal officiel de la République française* du 14 février 2025. Entré en vigueur le 1^{er} mars 2025 pour une durée indéterminée.

Classification en vigueur (Chapitre XII)	Salaire minima mensuels pour 151 h 67
NIVEAU 1	1 802 €
NIVEAU 2	1 809 €
NIVEAU 3	1 814 €
NIVEAU 4	1 839 €
NIVEAU 5	1 940 €
NIVEAU 6	2 118 €
NIVEAU 7	2 714 €
NIVEAU 8	3 548 €
NIVEAU 9	3 994 €

FORMATION PROFESSIONNELLE

Au cours de l'année 2024, les partenaires sociaux ont pris les décisions suivantes dans le cadre de la Commission Paritaire Nationale Emploi Formation Professionnelle (CPNEFP) et de la Section Paritaire Professionnelle (SPP) :

Alternance

Critères de prise en charge

Il a été décidé lors de la SPP du 19 février 2025 de maintenir l'ensemble des critères de prise en charge 2025 :

- Formation Tuteur/Maître d'apprentissage : coûts pédagogiques à hauteur de 15 €/h dans la limite de 40 heures ;
- Exercice de la fonction tutorale (EFT) pour les contrats de professionnalisation, contrats d'apprentissage et contrats Pro-A : 90 € par salarié et par mois pendant 6 mois ;
- Abondement de la Pro-A au-delà du plafond de 3 000 €.

Plan de développement des compétences

Ventilation par dispositif

La ventilation de l'enveloppe par dispositif a été fixée lors de la SPP du 19 février 2025 :

Click&Form : 800 000 € ;

Fonds Réservés Groupe (FRG) : 37 975 € ;

Compétences + : solde du budget Plan initial, soit 4 864 205 €.

Critères de prise en charge

Les plafonds de prise en charge des actions de formation dans le cadre de Compétences + (coûts pédagogiques au réel uniquement) ont été modifiés suite à l'abondement de l'enveloppe :

SPP du 19 février 2025 :

- 4 000 € par entreprise et par an pour les entreprises de moins de 11 salariés,
- 5 500 € par entreprise et par an pour les entreprises de 11 à 49 salariés ;

Le nombre maximal d'actions de formation prises en charge dans le cadre de Click&Form (coûts pédagogiques au réel uniquement) :

- 4 inscriptions par entreprise et par an pour les entreprises de moins de 11 salariés,
- 8 inscriptions par entreprise et par an pour les entreprises de 11 à 49 salariés.

PROMOTION DES METIERS

- Activation de l'image de marque L'art du commerce

Dans le cadre des actions de valorisation des métiers du commerce spécialisé, la branche des Commerces de Détail Non Alimentaire (CDNA) a poursuivi en 2025 le déploiement de la marque L'Art du Commerce.

Cette démarche vise à renforcer l'attractivité des métiers du secteur auprès du grand public, des jeunes et des personnes en recherche d'orientation ou de reconversion professionnelle.

L'année 2025 a notamment été marquée par la création d'un site internet dédié, conçu pour présenter les différents métiers de la branche, leurs spécificités, leurs perspectives d'évolution ainsi que les compétences recherchées. Ce nouvel outil met également en avant plusieurs vidéos métiers sectorielles permettant d'illustrer concrètement les réalités du terrain et les savoir-faire des professionnels.

Afin d'assurer la visibilité de cette initiative, plusieurs campagnes de communication ont été déployées tout au long de l'année, notamment sur Instagram et TikTok, complétées par des campagnes Google Ads et des actions d'emailing.

Ces actions s'inscrivent dans une stratégie globale visant à mieux faire connaître les métiers du commerce spécialisé et à accompagner les enjeux de recrutement et de renouvellement des compétences au sein de la branche.



Rejoins les métiers du Commerce
de détail non alimentaire

- Shooting photo –création d'une banque d'images branche

Dans le cadre des actions de communication et de valorisation des métiers du commerce spécialisé, un shooting photo professionnel a également été organisé afin de constituer une banque d'images dédiée à la branche.

Cette séance avait pour objectif de disposer de visuels authentiques mettant en scène les réalités du terrain, les points de vente et les métiers du commerce spécialisé, destinés à alimenter les différents supports de communication de la branche et de la campagne *L'Art du Commerce*.

La Fédération remercie chaleureusement Sophie Brenot, Maroquinerie Peau d'Âne pour son accueil et sa participation à cette opération. Des comédiens ont été accueillis au sein de la boutique afin de réaliser plusieurs mises en situation illustrant le quotidien des professionnels et la relation client en magasin.

- Les rencontres des métiers du commerce

La FNDMV a participé à la deuxième édition des Rencontres des Métiers du Commerce, organisée par les branches de l'Opcommerce du 29 septembre au 17 octobre 2025.

Cette opération nationale avait pour objectif de faire découvrir les métiers du commerce aux jeunes et de valoriser les savoir-faire des professionnels du secteur. Plus de 4 000 collégiens et lycéens ont été sensibilisés à travers de nombreux événements organisés partout en France.

La maroquinerie a également été représentée dans le cadre de cette opération grâce à une visite virtuelle réalisée au sein de La Maroquinerie du Sud, permettant de mettre en lumière les métiers liés à la vente, au conseil et à la gestion d'une boutique de maroquinerie.

La Fédération remercie chaleureusement Guillaume Falque pour sa participation et son engagement dans cette démarche de promotion des métiers auprès des jeunes générations.

Cette initiative illustre pleinement l'importance de renforcer l'attractivité des métiers du commerce et de susciter de nouvelles vocations au sein de la profession.

ÉTUDES BRANCHES

- Prévention des violences et harcèlements sexistes et sexuels

Dans le cadre des travaux de branche des commerces non alimentaires spécialisés (CNDA), une réflexion spécifique a été menée en 2025 autour des risques liés aux violences et harcèlements sexistes et sexuels (VHSS) dans les points de vente.

Cette étude a permis d'identifier plusieurs facteurs de risques propres aux métiers du commerce spécialisé : environnement de travail dynamique et parfois sous tension, interactions permanentes avec la clientèle et les fournisseurs, forte présence physique en magasin ainsi que des horaires variables pouvant favoriser certaines situations à risque.

Face à ces constats, la branche a souligné l'importance de la sensibilisation et de la formation des employeurs et des salariés comme leviers essentiels de prévention.

Ces travaux ont conduit à l'élaboration d'un guide pratique ayant pour objectifs :

- d'informer et sensibiliser les professionnels aux situations de VHSS,
- d'aider à identifier, prévenir et gérer ces situations,
- de promouvoir un environnement de travail sain et sécurisé,
- et de fournir des outils concrets permettant aux employeurs, salariés et témoins de réagir de manière adaptée, y compris dans les situations impliquant la clientèle.

Cette démarche s'inscrit dans la volonté de la branche de renforcer la prévention et l'accompagnement des entreprises sur ces enjeux humains et organisationnels.

- Étude sur l'évolution des métiers et analyse des besoins en compétences dans la branche des commerces de détail non alimentaires

En 2025, la branche des Commerces de Détail Non Alimentaire (CDNA) a engagé une étude prospective consacrée aux profondes mutations du secteur et à leurs impacts sur les entreprises et les emplois.

Cette démarche s'inscrit dans un contexte marqué par l'évolution rapide des comportements de consommation : montée en puissance du e-commerce, digitalisation des parcours clients, développement du social commerce, attentes accrues en matière de conseil et d'expérience client, mais également sensibilité renforcée aux prix et aux enjeux environnementaux.

L'étude prend également en compte un environnement économique et sociétal plus incertain, marqué par les tensions inflationnistes, les transitions numériques et écologiques ainsi que les préoccupations croissantes autour de la transparence, de l'engagement des marques et de la consommation responsable.

Les travaux engagés visent à analyser les conséquences de ces transformations sur les modèles économiques du secteur, l'organisation des entreprises et les compétences attendues des salariés. L'étude s'articule autour de deux axes principaux :

- l'analyse des impacts organisationnels, notamment l'évolution des formats de magasins, des espaces de vente, de la relation client et des adaptations liées aux transitions sociétales et environnementales ;
- l'analyse des impacts sur les emplois, avec un focus particulier sur l'évolution des compétences techniques et les besoins futurs en formation.

Cette réflexion prospective doit permettre à la branche d'anticiper les évolutions du secteur et d'accompagner au mieux les entreprises et les salariés face aux transformations du commerce spécialisé.

Les études seront disponibles sur le site www.fndmv.org dans l'espace « documents téléchargeables »

ÉTUDES INTERBRANCHES

La branche a participé à 3 études interbranches en 2025 dans le cadre de l'Observatoire prospectif du commerce :

- L'impact de l'IA générative dans les métiers du commerce
- Les seniors dans le secteur du commerce
- L'EDEC Génération S : Projet de conception, expérimentation et capitalisation d'une prestation de diagnostic-accompagnement dédiée aux salariés expérimentés (*L'EDEC : Engagement de Développement de l'Emploi et des Compétences, est un accord entre l'État et les branches professionnelles visant à anticiper et accompagner les évolutions de l'emploi et des compétences. Cet Edec se prolongera sur 2026*)

Les études seront disponibles sur le site www.fndmv.org dans l'espace « documents téléchargeables »

NOTES :

The image features a background of thin, horizontal, light gray lines. Overlaid on these lines are several large, abstract, organic shapes. A prominent shape in the upper right is a light pinkish-purple color. Another shape, more towards the bottom right, is a very light gray or off-white color. The shapes have soft, irregular edges, giving them a fluid, almost liquid appearance. The overall composition is minimalist and modern.