

## Chronique « Parlons commerce » sur radio Immo – Janvier 2025 par Emmanuel LE ROCH, Délégué général de Procos

---

### « 2025, des acteurs du commerce positifs et qui construisent l'avenir »

« Bonjour je suis ravi de vous retrouver pour parlons commerce sur Radio Immo en ce début d'année 2025.

En premier lieu, j'espère que vous avez passé de belles fêtes et vous adresse tous mes vœux pour cette année qui commerce, qu'elle vous apporte tout ce que vous pouvez souhaiter à titre personnel comme professionnel.

Que souhaiter au commerce et aux commerçants en ce début d'année ?

En premier lieu de concentrer toute l'énergie et les moyens sur l'avenir ! Regarder dans le rétroviseur, réécrire le passé ne sert à rien donc, en premier lieu, s'inscrire délibérément et chaque jour dans une démarche de construction de l'avenir avec confiance, volonté et persévérance.

Les conditions de l'environnement du commerce et de la consommation sont sans cesse modifiées donc ce n'est pas un bon repère pour s'inscrire positivement dans le commerce de demain.

Le commerce c'est toujours mieux satisfaire les attentes des consommateurs, ce qui suppose de toujours mieux écouter pour comprendre leurs besoins réels, et s'inscrire dans une véritable posture de service qui dépasse le seul objectif de vente d'un produit. Ceci suppose de se concentrer sur les bons repères. Lorsque le nombre de clients qui entre dans un magasin baisse par exemple, l'impératif de mieux servir les consommateurs qui font cette démarche est évidemment vital pour créer de la valeur, personnaliser les réponses aux attentes de chacun de ces individus qui attendent quelque chose de l'enseigne ou du commerçant, c'est là l'enjeu. Créer de la valeur auprès de clients de plus en plus multiples avec des attentes spécifiques, individuelles.

Pour y parvenir il faut sans cesse innover, surprendre, rester en mouvement en regardant toujours devant. Apporter des « plus » et faire en sorte que le consommateur le sache, en ait conscience. Se différencier est une nécessité impérieuse mais il faut que vos clients et futurs clients en aient conscience ce qui suppose de communiquer sur les vraies différences et les innovations utiles et pérennes.

La société évolue sans cesse, le commerce doit donc le faire en séparant ce qui relève du ponctuel et de l'éphémère, de ce qui marque les tendances de fond. Ce n'est pas toujours aisé car le bruit de fond ambiant à toujours tendance à mettre en exergue le sensationnel mais aussi ce qui est anxigène, inquiétant. Le commerce et ces acteurs doivent apporter cet apaisement indispensable à notre monde complexe, rapide, il faut donc simplifier la vie des clients, leur apporter des réponses rassurantes, qui génère de la confiance.

Car c'est de cela dont nous avons tous besoin, restaurer la confiance en l'avenir ! Car en fait les chiffres le disent clairement, notre société vit beaucoup mieux qu'elle le ressent, nous nous laissons beaucoup trop dominer par des craintes.

Les commerçants ont un rôle essentiel à tenir pour contribuer à cet objectif. Ils ont la chance et la responsabilité d'être en contact en permanence avec nos concitoyens. Transparence, écoute, engagements sont des pistes majeures pour y contribuer au quotidien car la confiance se construit dans le temps, à travers une relation qui se construit puis s'entretient par la reconnaissance, la constance, l'attention.

En 2024, Procos a décidé de s'engager dans une nouvelle raison d'être « agir pour un commerce qui donne envie », tout ce que je viens d'indiquer plus haut s'inscrit dans cette volonté et cette approche.

Le commerce et ses acteurs doivent poursuivre ce chemin passionnant car il s'inscrit dans la construction de la société de demain.

Car le commerce, c'est avant tout une histoire d'hommes et de femmes. Il y a des produits, des services mais surtout des hommes et des femmes qui parlent à des hommes et des femmes, c'est cela le commerce fondamentalement.

Le magasin c'est un lieu d'échanges, de plaisir, d'apprentissage et pas seulement la satisfaction d'un besoin simple.

Donc pour y parvenir, en 2025, il faudra poursuivre l'objectif fondamental de donner envie aux équipes des magasins ou ailleurs, en logistique, sur le web en sav, etc d'être à l'écoute, de répondre à des attentes ;

Or atteindre cet objectif suppose que les commerçants, les enseignes donnent les moyens, l'autonomie suffisante à ces équipes pour répondre au mieux à la réelle attente du client avec lequel ils interagissent.

Donc en 2025, objectif d'innovation, de réelle posture de service et de volonté confirmée de s'occuper des équipes pour qu'elles soient en capacité de répondre à ces enjeux résolument tournés vers l'avenir.

Que souhaiter d'autre ?

Bien entendu, le commerce et ses acteurs sont responsables de ce qu'ils font, de leurs transformations, de leurs adaptations à une concurrence et une consommation sans cesse mouvantes. Il y a toutefois quelques sujets sur lesquels ils ont besoin que certaines conditions soient réunies pour réussir. Je n'en citerais que trois ici.

En premier lieu, simplifier pour que les contraintes pesant sur les acteurs économiques soient plus souples, moins complexes, plus réalistes, c'est l'objectif du projet de loi simplification qu'il faut absolument finaliser et promulguer au plus vite. Nous comptons sur l'appui de la nouvelle ministre du commerce Véronique Louwagie pour y parvenir. Cela permettra aussi de généraliser le règlement mensuel des loyers commerciaux, grande attente des acteurs.

Second enjeu, faire respecter les mêmes règles du jeu par tous les acteurs, en particulier les grandes plateformes internationales. Sur ce plan, l'Europe ne doit pas être naïve et s'adapter vite à un contexte international qui a changé pour faire respecter ses règles sur ses marchés.

Autre enjeu pour permettre d'être opérant dans cet objectif d'agir pour un commerce qui donne envie, avoir des coûts locatifs, des loyers et charges qui pèsent sur le commerçant dont les niveaux et les évolutions sont compatibles avec ce commerce à valeur ajoutée. Dans ce domaine il reste beaucoup à faire pour trouver les compromis indispensables à l'objectif collectif : avoir des lieux de commerce qui donnent envie. Or cela ne peut se faire sans des commerçants en bonne santé et dynamiques. Souhaitons donc que 2025 soit une année de travail à la recherche de ces compromis indispensables pour que chaque puisse encore mieux faire son métier et que la valeur créée soit justement partagée.

Une année 2025 placée délibérément sous le signe de l'optimisme et de la préparation d'un avenir du commerce qui donne envie et contribue à la construction d'une société qui elle-même donne envie. La condition d'un projet commun désirable.

Nous verrons ce que les prochains mois nous réservent. Chacun espère que des solutions soient trouvées rapidement pour créer un environnement stable et rassurant. Mais quoi qu'il en soit, nous devons conserver dans un coin de notre tête, toute l'année, ces objectifs prioritaires, positifs et qui dépassent le seul court terme.

Donc excellentes années 2025 à toutes et tous et retrouvons-nous le mois prochain pour parlons commerce sur radio Immo. »