PROCOS INFOS
AGIR POUR UN COMMERCE QUI DONNE ENVIE

ÉTUDES & CLUBS PROCOS FRANCE

Vos magasins peuvent-ils faire plus pour leur territoire… et pour votre performance ?



Comment transformer les engagements territoriaux en résultats concrets pour les magasins ?

C'est la question au cœur du petit déjeuner organisé par PROCOS et son partenaire LAKAA, le 27 octobre dernier, à Paris.

En présence de Élodie ARCAYNA (CARMILA), Maël LE MOAL (E.LECLERC), Anne-Catherine PECHINOT (EASY CASH) et Carole ETIENNE (NESPRESSO), les échanges ont mis en lumière une conviction partagée : l'ancrage territorial ne se limite pas à une démarche RSE. Lorsqu'il est intégré à la stratégie et aux pratiques quotidiennes des magasins, il peut contribuer directement à leur attractivité, à la fidélisation des clients et à la performance économique.

Le commerce, acteur à part entière de son territoire

Dans un contexte économique exigeant, les enseignes ont tout intérêt à renforcer les liens avec leur environnement local. Connaître les attentes des consommateurs, travailler avec les associations, soutenir les initiatives locales ou encore valoriser les savoir-faire de proximité permet de construire une relation durable avec les clients.

Les retours d'expérience partagés lors de la rencontre illustrent la diversité des approches possibles.

Chez **CARMILA**, les centres commerciaux développent des partenariats avec les acteurs locaux et les associations pour renforcer leur rôle dans la vie quotidienne des habitants.

La foncière s'emploie à dénicher des enseignes de proximité pour proposer un mix-marketing différenciant.

Chez **E.LECLERC**, les alliances locales permettent de référencer les produits de producteurs de proximité. Avec plus de 17 000 partenariats en France, ce dispositif contribue à différencier l'offre, à valoriser les savoir-faire régionaux et à soutenir l'économie locale. Cette offre locale est particulièrement appréciée par les clients et créée un attachement fort à l'enseigne.

Pour **EASY CASH**, le commerce physique doit aller au-delà de la transaction. Conseil, réparation, services et expériences en magasin permettent de créer du lien humain et de donner aux clients de nouvelles raisons de venir en point de vente. Par son positionnement sur le marché de la seconde main, l'enseigne s'inscrit naturellement dans une démarche RSE qu'elle renforce avec l'intégration de services de réparation.

Carole ETIENNE témoigne de l'engagement de **NESPRESSO** dans des actions responsables et de l'impact des expériences qu'elle a vécu. Le groupe permet de consacrer deux jours par an à des actions associatives. Renforcer le sentiment d'appartenance, valoriser et engager les collaborateurs sont autant de bénéfices pour les équipes et la marque.

Des bénéfices concrets pour la performance

Au-delà de leur dimension sociétale, ces initiatives peuvent produire des effets tangibles pour les entreprises.

L'ancrage local contribue à renforcer la fidélité d'une clientèle de proximité, particulièrement précieuse en période d'incertitude économique. Il permet également d'adapter l'offre aux attentes locales, de développer des services différenciants et de consolider les relations avec les collectivités, les associations et les entrepreneurs.

Les échanges ont aussi souligné les liens entre responsabilité sociétale et performance opérationnelle.

Chez **E.LECLERC**, la réduction du gaspillage alimentaire peut ainsi générer des économies significatives.

Chez **EASY CASH**, le développement de la réparation ouvre de nouvelles perspectives pour la seconde main, tandis que les indicateurs environnementaux et sociaux peuvent contribuer à crédibiliser les projets auprès des financeurs.

L'engagement local constitue également un levier de mobilisation interne. Les actions associatives favorisent la cohésion des équipes. Carole ETIENNE pour **NESPRESSO** indique notamment que 92 % des collaborateurs ayant participé à une action considèrent que cette expérience a renforcé leur fierté d'appartenance à l'entreprise.

Donner aux magasins les moyens d'agir

Un enseignement majeur de la rencontre :

> ***L'ancrage territorial ne se décrète pas uniquement depuis le siège. Il se construit au plus près du terrain.***

Pour produire des résultats, les démarches doivent répondre à des besoins réels et s'appuyer sur les équipes, les entrepreneurs et les partenaires locaux. Elles nécessitent un cadre commun, mais aussi suffisamment de souplesse pour laisser émerger des initiatives adaptées à chaque territoire.

Les retours d'expérience invitent ainsi à privilégier l'expérimentation, le partage des bonnes pratiques et la mesure des résultats, plutôt que des dispositifs uniformes ou des animations déconnectées des attentes locales.

Cette matinée a permis de croiser les regards d'acteurs aux modèles différents autour d'un même enjeu : **faire de l'ancrage local une composante à part entière du modèle économique des enseignes**, au bénéfice de leur performance, de leurs collaborateurs et des territoires dans lesquels elles sont implantées.