

## **Plus de 280 acteurs, des enseignes, élus et experts du commerce réunis par la Fédération Procos pour échanger sur « le magasin au centre de l'expérience client et de la ville de demain »**

---

21 mars - Forum des Images - Paris

**Procos a souhaité réaffirmer le rôle majeur des enseignes et de leurs points de vente dans l'économie locale et nationale, l'emploi local, l'animation et le dynamisme des territoires, dont les cœurs de ville. La Fédération, forte de ses 260 enseignes représentatives du commerce spécialisé compte poursuivre son rôle de soutien à la modernisation et à la transformation des réseaux, d'alerte auprès des pouvoirs publics, de laboratoires d'idées et d'échanges entre enseignes. La journée a également permis de rappeler l'importance de mettre en œuvre rapidement un nouveau modèle économique retail, une fiscalité revue pour le commerce, un allègement du coût global immobilier du magasin...**

Le magasin va demeurer le lieu privilégié du shopping (92 % du chiffre d'affaires est aujourd'hui réalisé en points de vente), et au cœur de la stratégie des enseignes pour répondre aux attentes de la clientèle dans une approche omnicanale dynamique.

Le magasin se réinvente, utilise les nouvelles technologies. La stratégie est « phygitale » pour exploiter le meilleur du physique et du web.

Les modifications de la consommation, l'arrivée de nouveaux acteurs, les avancées technologiques obligent les enseignes à repenser leur modèle économique, réinventer le rôle du magasin et développer les synergies avec le web. La journée a permis d'aborder ce monde en mutation au travers d'analyses prospectives, de présentations d'innovations et de la réaffirmation du rôle du magasin dans la vie de la cité.

### **Quelques moments forts de la journée**

Olivier BADOT, Professeur à ESCP Europe et l'Université de Caen-Basse Normandie a initié la journée en affirmant « Nous assistons sans doute à une nouvelle Révolution commerciale » et en indiquant l'importance de « la viscosité cross canal », c'est-à-dire un commerce collé aux flux, minimisant l'effort du consommateur.

Yannick FRANC, Equancy a mis en évidence les innovations actuellement en place en Chine (organisation des acteurs, expériences clients...) afin de les mettre en perspective avec la situation du marché français.

David MINGEON, Havas PARIS a démontré que les retailers savent innover, s'inspirer des pure-players et faire preuve de résilience.

Le sujet central de la Data a été présenté par Jean-Pascal GARCIA, Diametrix : l'enjeu est moins de recueillir l'information que de la sélectionner, la traiter et de l'analyser pour définir des priorités.

L'émotion comme nouvelle démarche de la réalité de l'expérience client : Franck TAPIRO, Datakalab, a démontré les approches permettant de dresser la cartographie émotionnelle du consommateur et dépasser le déclaratif pour mieux comprendre ses réactions inconscientes.

Plusieurs enseignes ont témoigné de leur expérience : Fnac-Darty, sur la nouvelle stratégie de développement des deux enseignes, les complémentarités ; IDKIDS Community a dévoilé sa stratégie pour construire une communauté de marques produits (Okaidi, Obaïdi, Oxybul...)

Les équipes magasin au centre du jeu : pas de bonne expérience client sans femmes et hommes, l'approche « capital humain » est déterminante. Camaïeu, Fnac-Darty et le Groupe Eram ont évoqué leur vision de l'évolution du rôle de vendeur, des besoins de formation, de fidélisation des équipes, de valorisation des métiers...

Emmanuel LE ROCH, Délégué Général de Procos a rappelé les points centraux du rôle de la Fédération pour les années à venir tels que : mieux faire comprendre le commerce aux élus, accompagner les enseignes dans leurs transformations et la mise en place d'un nouveau modèle économique créateur de valeur, le développement international des enseignes, la mise en valeur de l'innovation des enseignes, la communication sur les rôles des enseignes dans les territoires : le magasin, élément central pour l'emploi local, l'animation des villes...

La journée s'est conclue par une table ronde sur le thème : Ville et commerce en présence des représentants des lauréats de la 2<sup>ème</sup> édition du Palmarès Procos des centres-villes commerçants les plus dynamiques : Tours, Le Havre, Pontarlier, avec François FEIJOO, Président de Procos et Antoine FREY, Président du CNCC.

La conclusion commune à tous les intervenants fut que les clivages et l'opposition entre les différentes formes de commerce, centre-ville, périphérie, web sont dépassés. Il faut travailler en complémentarité pour offrir la meilleure expérience client, co-construire la place du commerce dans la société de demain et assurer à chaque acteur la viabilité de son modèle économique. Les conditions d'environnement ont changé, chacun doit s'adapter.

Une journée qui se termine avec un foisonnement d'idées et de solutions possibles pour un commerce fort, résistant et résilient.

## **PROCOS** La fédération en chiffres

 260 ENSEIGNES

60 000 POINTS DE VENTE

735 000 EMPLOIS



65% DES ENSEIGNES ADHÉRENTES PROCOS SONT PRÉSENTES À L'INTERNATIONAL

€ 93,5 MILLIARDS DE CHIFFRE D'AFFAIRES

Avec 260 enseignes adhérentes, Procos, Fédération du commerce spécialisé, est à l'image de la diversité et du dynamisme du secteur. Sa base de données (surfaces, chiffres d'affaires, loyers), son observatoire de plus de 500 projets commerciaux, le panel mensuel de performance, les études de villes, les clubs de réflexion sont autant d'outils de veille et d'analyse des tendances de marché au service de l'accompagnement des enseignes dans la gestion et le développement de leur réseau.