

## L'ÉDITO

Par **André TORDJMAN**, Président de PROCOS et Président de Du Bruit dans la Cuisine



# Se concentrer sur l'essentiel

### Que dire de l'activité du commerce en 2024 ?

Les évolutions de vente sur l'année 2024 sont légèrement à la hausse pour les magasins des enseignes du commerce spécialisé avec des chiffres d'affaires qui ont augmenté de + 1,1 %.

La plupart des secteurs bénéficient de cette hausse légère qui résulte pour beaucoup de l'inflation qui, si elle a beaucoup baissé, est restée de + 2,4 % sur l'année.

Les difficultés sont nombreuses mais la consommation ne s'écroule pas. L'envie du consommateur de se faire plaisir reste présente. Mais, celui-ci reste attentif notamment au rapport qualité/prix, fait des arbitrages mais ne renonce pas à consommer. L'activité de fin d'année en est une preuve avec des ventes en décembre qui se sont maintenues au niveau de 2023 pour le commerce spécialisé.

### Quels enseignements en tirer pour 2025 ?

Le grignotage des parts de marché entre les enseignes de secteurs différents, l'obsolescence plus rapide des concepts, les changements de comportements de consommation, l'entrée de nouveaux acteurs sur le web comme sur le physique, réclament un commerce plus agile, plus visionnaire, plus professionnel qui intègre des nouvelles technologies, motive les collaborateurs, crée de la valeur pour les consommateurs et in fine soit plus rentable. L'équation n'est pas simple et les changements doivent être anticipés. Mais quel beau challenge de réinventer son métier.

Dans ce contexte, le Procos sera un acteur central pour accompagner ses adhérents et « **Agir pour un commerce qui donne envie** »

D'abord, en travaillant sur deux thématiques majeures qui feront l'objet d'une étude avant la fin du premier semestre :

- La première avec la société Diamart pour identifier les conditions de rentabilité du modèle retail, ses transformations, les maillages de magasins, les formats ...
- La seconde avec D Little afin d'identifier les impacts potentiels de l'intelligence artificielle pour améliorer la performance de la chaîne de valeur du retail.

Ensuite, les travaux de trois comités autour de l'offre des enseignes, les collaborateurs et les lieux qui donnent envie. C'est un travail important qui est porté par les membres du conseil d'administration pour enrichir la réflexion des commerçants. Ces comités présenteront leur travail à la fin du second semestre.

Enfin, par la mise en œuvre d'une nouvelle identité visuelle de Procos pour que notre communication soit cohérente à la fois avec notre nouvelle raison mais aussi avec la diversité des secteurs de nos 310 enseignes adhérentes. C'est Saguez et Associés qui a défini cette nouvelle identité qui sera déployée en février.

Mais, le commerce qui donne envie, passe par la contribution active et solidaire de l'ensemble des acteurs de la filière : les adhérents Procos, toutes les fédérations du commerce, les propriétaires immobiliers, les pouvoirs publics, les élus locaux et bien entendu toutes les entreprises de commerce, restauration, loisirs et services de toutes formes et de toutes tailles.

C'est notre ambition forte pour 2025 et j'invite chacun à rejoindre cette démarche active.