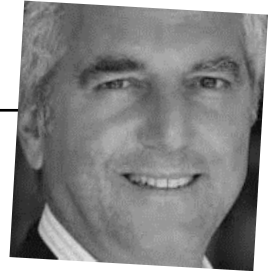


ÉDITO

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



Quels modèles de retail seront rentables demain ?

La dernière Matinale des dirigeants qui a eu lieu début novembre a réuni plus de 40 dirigeants qui ont échangé sur une question essentielle : Quels modèles de retail seront rentables demain ?

Après avoir identifié les défis de la rentabilité, les participants ont clairement dit non au pessimisme ambiant et refusé la morose résilience. Alors que des vents contraires soufflent sur le retail (érosion des ventes magasin, faible rentabilité des ventes online, hausse des coûts, difficulté à recruter les talents...), ils veulent retrouver l'audace, l'esprit de conquête et la capacité de donner envie.

Procos croît fortement à la possibilité de surmonter ces défis et définir des modèles attractifs, durables et rentables.

Cela suppose d'agir à plusieurs niveaux :

- **Une marque à fort contenu ou un multi-marques à valeur ajoutée**, quitte à assumer une certaine « radicalité » : #vision
- **Une focalisation des moyens sur les facteurs de préférence prioritaires** (La collection ? Le conseil ? L'expérience ? Les prix ? etc.) : #nonausaupoudrage
- **Des équipes engagées, fières** de leur marque et satisfaites de leur job : #peopleinside
- **Une utilisation agile de la technologie** (yc de l'IA) pour baisser les coûts et réallouer les moyens sur la valeur ajoutée : #technologie
- **Le tout, décliné dans des formats et un maillage agile**, adaptés aux nouvelles réalités économiques et commerciales : #réseaux

Pour prolonger ces premières réflexions, **Procos initiera dans les prochains mois une série de travaux et d'échanges autour de ces questions essentielles pour nos entreprises.**

La première initiative sera une étude sur l'évolution de nos réseaux de points de vente : comment évoluent nos maillages ? Rationalisation ou poursuite de l'expansion ? Plus de flagships ou plus de proximité ? Meilleurs emplacements ou loyers moins chers ? Modération des capex ou investissements dans les actifs pour se démarquer ? Et plus généralement, quels facteurs de performance des points de vente ?

En collaboration avec le cabinet Diamart, nous adresserons à chaque membre de Procos un questionnaire auquel nous demanderons à chaque enseigne de bien vouloir répondre. Les résultats resteront bien entendu agrégés et non nominatifs. Cette étude sera précieuse pour comprendre les tendances de nos réseaux, enrichir les réflexions de chacun, et soutenir notre action auprès des Pouvoirs Publics.

D'autres initiatives suivront, comme, par exemple, l'utilisation des nouvelles technologies pour améliorer la performance commerciale et économique de nos entreprises.

Je remercie les dirigeants qui ont participé à cette Matinale et ont ainsi enrichi la réflexion collective ainsi que Cédric DUCROCQ pour sa contribution à cette journée. [Pour accéder aux principaux éléments d'échanges lors de la Matinale des dirigeants, cliquer ici](#) ■