

## ÉDITO

---



Par Laurence PAGANINI,  
Présidente de Procos

Alors que l'assemblée générale de Procos s'est tenue en visioconférence pour la seconde année consécutive,

Alors qu'un nouveau confinement vient fermer une grande partie des magasins non-alimentaire,

**J'ai envie de placer cet éditorial sous le signe de l'espoir.**

**Un espoir appuyé en premier lieu, sur la conviction que les lieux physiques sont plus que jamais des vecteurs de lien social, et que le monde, la vie ne peut se résumer au distanciel.**

Notre secteur a fait preuve d'une incroyable résilience dans une période extrêmement difficile et au cours de laquelle nos entreprises ont beaucoup donné à la société toute entière subissant plusieurs périodes de fermetures de des magasins.

Nous avons su, avec nos équipes, mettre en œuvre les adaptations nécessaires à la continuité de nos activités. Une confirmation pour les prochaines années ; notre survie passe par des organisations centrées sur les clients.

Avec la crise de la Covid, les citoyens, les consommateurs ont profondément perdu leurs repères et leurs habitudes. Ils ont un besoin accru de relations vraies, authentiques et sincères. La question du lien, déjà centrale, doit inspirer dorénavant toutes les initiatives de nos enseignes.

L'innovation en termes d'expérience client va devenir l'affaire de tous les collaborateurs avec pour objectif principal d'apporter des solutions aux problèmes des consommateurs et de créer de la valeur.

Ces expériences redonnent du sens et génèrent un sentiment d'appartenance à une communauté. Les boutiques physiques gardent toute leur pertinence, toute leur puissance et demeurent le cœur de la relation avec nos clients tandis que l'expérience digitale apporte de manière complémentaire de la nouveauté, de la sécurité, du dynamisme. Y parvenir suppose pour chacun de nous une véritable attention à nos équipes sur le terrain et de leur donner de véritables pouvoirs, des pouvoirs d'autonomie.

Le commerce a souffert et continue de souffrir. Pourtant, il a su être très innovant pendant toute cette période. Cette crise est longue, trop longue, l'absence de visibilité sur ce qui va se passer dans les prochaines semaines génère beaucoup d'angoisse et d'inquiétude. L'annonce d'une nouvelle phase de confinement dans une grande partie de notre pays ne fait qu'accroître le sentiment de découragement au moment même où nous passons le cap d'une année entière de crise sanitaire.

Mais, nous allons sortir de cette crise.

Bien entendu, il faut que le gouvernement confirme rapidement et massivement les aides promises et que la période de fermeture soit la plus courte possible mais nous en sortirons. Nous pourrons enfin nous concentrer sur l'avenir, sur la transformation de nos modèles économiques et commerciaux.

**Mon second espoir est collectif.** Cette année a été l'une des pires jamais rencontrées par nos entreprises. **L'un des enseignements principaux est qu'elles ont su faire preuve d'une énorme solidarité.**

Procos a été le support d'échanges permanents entre les enseignes sur les problèmes rencontrés au cours des différentes phases. Les adhérents ont su échanger, réfléchir ensemble et partager les meilleures pratiques. Autant de moments qui ont permis à chacun de se rassurer et de prendre des décisions en fonction des meilleures informations. Un collectif qui a également permis d'agir dans l'intérêt des enseignes et du commerce dans les échanges permanents avec les pouvoirs publics.

**Cette solidarité, ce besoin d'être ensemble a mis en évidence la force de notre collectif qu'il nous faudra garder en mémoire lorsque la situation sera normalisée, lorsque l'intérêt individuel aura tendance à nous le faire oublier.**

Procos continue ses actions à court terme pour la négociation des aides et son combat pour que le commerce soit reconnu par les pouvoirs publics comme une chance pour la France, comme un secteur majeur de notre économie et de la relance, créant du lien social et des emplois.

**Mon message aujourd'hui est celui de l'espoir d'une sortie de crise qui se traduira par un fort rebond de la vie économique, de la vie culturelle et de la vie sociale :** un très fort rebond de la vie ensemble. Ce n'est donc pas le moment de relâcher nos efforts. Je crois que nous sommes enfin proches de la sortie de cette crise grâce aux vaccins, que l'économie redécollera fortement et j'espère qu'il y aura beaucoup d'impatients pour revenir en magasin.

**Nos enseignes sont agiles et seront prêtes pour la reprise.** Car, nous n'avons rien fait de plus important ces derniers mois que de nous concentrer sur la transformation de nos modèles, l'accélération et la concrétisation de nos projets ; client mais aussi humain et sociétal.

**Plus que jamais le commerce a un rôle immense à jouer,** nous y contribuerons à la fois individuellement et en demeurant unis pour impulser l'énergie collective indispensable à la transformation du commerce et à la promotion de ses rôles positifs dans la société... ■