

À LA UNE

Six questions à François FEIJOO,

Président de Procos,
Président Directeur Général du pôle Eram, Texto, Staggy
et Mellow Yellow



GROUPE ERAM
TEXTO
STAGGY
mellow yellow
PARIS

**François FEIJOO, Président de Procos,
Président Directeur Général du pôle Eram, Texto,
Staggy et Mellow Yellow**

La première question s'adresse au Président d'ERAM. L'année 2018 vient de se terminer. Elle n'a pas été simple pour le commerce, notamment pour votre activité. Qu'est-ce qui vous a le plus marqué durant cette année ?

De très nombreux phénomènes et événements ont marqué notre année, surtout dans notre secteur de l'équipement de la personne.

Mais, indéniablement, le mouvement des Gilets jaunes et sa cohorte de revendications est le plus important. Pour moi, il marque un tournant sociétal, une prise de conscience que, dans un monde qui change, l'humain est bousculé et que nous devons conserver nos repères, nos valeurs et notre confiance dans l'avenir en prenant nos responsabilités.

La période actuelle faite de transformations, d'arbitrages... est complexe. Voyez-vous des raisons pour espérer que 2019 et les prochaines années soient plus agréables ?

Le pire n'est jamais sûr et nous devons être des optimistes actifs. Nous avons acté un certain nombre de réalités et mis en place de nouvelles stratégies pour faire face aux mutations du commerce telles que la transformation numérique, l'amélioration de l'expérience client ou encore un travail plus rigoureux sur l'offre. Tout cela porte ses fruits. Bien entendu, le positif viendra aussi de l'état d'esprit, de la confiance.

On parle beaucoup de technologie, de data mais vous évoquez souvent l'humain, l'émotion. Pourquoi est-ce si important de le rappeler aujourd'hui ?

Parce que l'humain reste la base de tout ! Lorsque vous rencontrez, échangez avec une personne, un client, une femme, un homme, vous instaurez une relation que la technologie ne pourra jamais remplacer. On doit protéger cela et le prioriser...

Parmi tous les sujets dont on parle aujourd'hui : le digital, la supply chain, l'expérience client, la réinvention des centres commerciaux... quels sont pour vous les deux les plus essentiels ?

Le sujet essentiel pour nous et que nous devons prendre à bras le corps est le digital dans le parcours client, web, mobile, en magasin...

Pour les foncières, les propriétaires et gestionnaires de lieux de commerce, la priorité est la réinvention des centres commerciaux avec la révision de leur modèle économique et le partage de la valeur avec leurs locataires de manière plus juste.

Vous êtes président de Procos, qu'avez-vous envie de dire aux enseignes qui n'ont pas encore rejoint l'association ? Qu'est-ce que l'adhésion peut leur apporter ? Pourquoi est-ce important ?

Dans un monde qui bouge aussi vite, il faut se rassembler. Ensemble, nous sommes plus forts. Procos est reconnu pour ses études et ses expertises sur les villes, les territoires, les lieux de commerce, ce qui lui donne une légitimité pour dialoguer avec les pouvoirs publics, les bailleurs, les banques ... Sa voix porte !

De plus, nous favorisons le retour d'expérience et aujourd'hui, la transformation requiert tant de moyens humains et financiers que l'échange sur les bonnes pratiques permet de « répartir » les charges et de s'entraider.

Et, nous avons renoué avec l'esprit Club des origines de Procos ; les dirigeants ont plaisir à se retrouver ainsi que leurs équipes entre pairs pour co-construire le nouveau retail.

Vous avez récemment « poussé un coup de gueule » en demandant aux acteurs des centres commerciaux de se transformer plus vite. Quels sont les trois points prioritaires selon vous ?

Il est très rare que je «pousse un coup de gueule ». Mais, cela peut parfois être utile... Les trois points prioritaires sont :

- définir ensemble une **Charte des bonnes pratiques bailleurs/enseignes** et établir ainsi les bases d'une saine collaboration,
- **revoir ensemble le modèle économique et le partage de la valeur** qui n'est actuellement plus viable pour les enseignes,
- **réinventer le centre-commercial et ses services** en coordination avec les enseignes. ■



<http://www.concrete-beton.com>