



## ÉDITORIAL



Francis Luzin

# Transformation nécessaire

Appel à tous, appel à tous, appel à tous... Ce n'est pas encore un Mayday, ni un Pan-pan... Mais un appel urgent aux candidats à la Présidentielle 2017. Porté par la voix du Conseil du Commerce de France (CdCF) qui regroupe une trentaine de fédérations professionnelles, c'est donc le commerce dans toute sa diversité – commerces indépendants ou franchisés, commerce associé, grande distribution, e-commerce... – qui se mobilise d'une voix commune pour les alerter sur l'impact des politiques publiques et les questionner sur leurs engagements. Une vaste campagne de communication est lancée autour du Manifeste du CdCF "Une nouvelle politique pour le commerce - Comment préserver l'emploi?".

Un site Internet éphémère a été créé pour l'occasion et attend les réponses des principaux candidats sur le sujet dont les interventions vidéo seront publiées au fil de l'eau. Et la 9<sup>e</sup> édition des États Généraux du Commerce, le 21 mars prochain, sera l'occasion de débattre des enjeux du secteur dans un monde numérique mais, aussi, d'interpeller les candidats sur leur programme en faveur du commerce. Et de désigner celui qui recevra les suffrages des commerçants ?

**En tous cas, les chiffres sont éloquentes.** Le commerce est au cœur des territoires et représente 1409 milliards d'euros de chiffre d'affaires, 3,5 millions d'emplois dont 3 millions de salariés. Ses 873 000 entreprises forment, chaque année, un quart des apprentis. Et les enjeux sont tout aussi cruciaux dans une économie en profonde révolution technologique. Avec, à la clé, une nécessaire transformation digitale dont les acteurs du commerce ont bien compris l'importance. Même s'il est souvent difficile, face à ces enjeux, de croiser les objectifs prioritaires de l'entreprise avec les innovations disponibles. Tout comme d'identifier les start-ups pouvant apporter une réelle valeur ajoutée aux métiers de la distribution.

Dans ce contexte en pleine ébullition où chacun doit relever les challenges de la transformation digitale, des technologies numériques, de la révolution des usages, le modèle start-up séduit. Agiles, réactives, innovantes, disruptives, elles inspirent industriels et distributeurs. Elles les poussent à sortir de leur zone de confort, à se dépasser, à innover. Avec, au final, une sorte de paradoxe. Les start-ups rêvent de licornes. Les grands groupes veulent retrouver une agilité qu'ils ont perdue. Il semblerait que des passerelles se créent pour que les rêves des uns et des autres puissent prendre le chemin d'une innovation commune et fructueuse.