

LES CHAMBRES DE COMMERCE ET D'INDUSTRIE PACA et le commerce du futur réunis à Gréoux-les-Bains

Haute Provence Info 17/06/2016

Le centre de Congrès de Gréoux a accueilli Commerce Lab, un événement inédit proposé par la Chambre de Commerce et d'Industrie Régionale PACA. Accueillis par Jean-Pierre Baux, adjoint au maire, près de 450 décideurs, partenaires économiques ou étudiants d'écoles de commerce des CCI des Alpes-de-Haute-Provence, Hautes-Alpes, Var, Vaucluse, Marseille-Provence, Nice Côte-d'Azur, Pays d'Arles ont pu échanger, débattre sur ce que doit être le commerce du futur, notion devant influencer sur les ambitions de la CCI de demain.

Accompagner le commerce du futur

«En Provence Alpes Côte d'Azur, le commerce représente 51% des établissements inscrits au registre du commerce et des sociétés et 38 % de l'emploi» a rappelé Maurice Brun, président de la CCIR PACA, en ouverture d'un événement conçu comme un laboratoire d'idées, interactif et surtout «connecté». «Il

ya de quoi en rester bouche bée». A n'en pas douter, tout ce qui touche, influence le commerce, y compris les plus petites causes, a de grandes conséquences. Soutenu par le Conseil Régional, Commerce Lab créé l'opportunité de traduire la vision des commerçants. Le propos était d'autant plus intéressant qu'aucun état des lieux du commerce de la Région n'existait jusqu'alors, situation à laquelle il a été remédié. Au terme du constat énoncé par Nicole Peloux, présidente de la CCIT 04, le commerce, moteur de l'économie, est confronté à de multiples mutations et des modifications du comportement de la clientèle. Les professionnels doivent s'adapter tout en conservant les deux valeurs indispensables que sont la proximité et le lien social, facteurs déterminants dans l'accueil touristique. Il en va de l'achalandage, de la qualité de l'accueil, d'une connaissance des lieux qui confère au commerçant le rôle de premier ambassadeur de sa ville. Néanmoins, Commerce books, en perpétuelle évolution, est une

chance à saisir. Des ateliers, très suivis, participatifs, interactifs ont contribué à envisager sans crainte le commerce du futur. Il en résulte

notamment que, quel que soit le type de relation, en direct ou par le biais de réseaux, s'investir, se mettre à la place du client, élaborer

une nouvelle stratégie, penser le «lien» demeure fondamental.

Danielle BOURCELOT