

Les centres commerciaux souhaitent un Boxing Day à la française

Le délégué général du CNCC explique les chantiers engagés par l'organisation professionnelle à l'occasion du Siec 2017 qui se déroule les 21 et 22 juin à Paris.

PROPOS RECUEILLIS PAR
ANNA HAGÈGE

INTERVIEW Gontran Thüring, le délégué général du CNCC (Conseil national des centres commerciaux) propose au gouvernement d'avancer la période des soldes d'hiver au lendemain de Noël.

LE FIGARO. - Où en sont les relations entre bailleurs et commerçants dans un contexte de consommation atone ?

Gontran THÜRING. - La réussite des centres commerciaux passe nécessairement par une bonne entente entre propriétaires et locataires, leur destin étant lié. Le CNCC a renoué récemment un dialogue constructif, notamment avec le Procos, qui nous a permis de signer un protocole d'accord sur les conditions d'ouverture du dimanche dans le cadre de la loi Macron. Nous souhaitons poursuivre notre réflexion commune sur d'autres sujets, notamment l'évolution du bail commercial. Spécificité hexagonale qui relève d'un décret datant de 1953, nous estimons que ce contrat pourrait être adapté au cadre spécifique

des centres commerciaux. En effet, ceux-ci doivent pouvoir faire évoluer leur offre plus rapidement que dans le passé, le cycle de vie des enseignes s'accéléralant en réponse au rythme de l'évolution elle-même de plus en plus rapide des comportements de consommation.

Nous en sommes au début de ce chantier. Il est évident que toute évolution en la matière ne pourra se faire qu'en concertation avec les organismes représentatifs des commerçants. Notre objectif est d'aboutir à un texte consensuel pour le soumettre au législateur. Évitions l'adoption de lois ou décrets qui, sans accord paritaire préalable, s'avèrent trop complexes, sujets à interprétation et donc difficiles à appliquer comme nous le constatons avec la loi Pinel.

Le CNCC a créé un think-tank dédié au commerce qui est présenté au Siec. Quel est l'objectif de ce centre de réflexion ?

L'automne dernier, un cercle de réflexion baptisé « Retail Revolution » a été créé pour plancher sur des thématiques cruciales pour

notre secteur d'activité. Quatre sujets ont été retenus : les nouveaux enjeux d'entrepreneuriat et d'investissement ; la transition numérique et ses nouveaux usages ; l'omnicanalité ; les mixités spatiales et fonctionnelles. Chaque thématique de réflexion est pilotée par un binôme composé d'un professionnel et d'un expert. À ce « duo » est associé un groupe d'étudiants de facultés (Paris-Sorbonne, Paris-Dauphine) et de grandes écoles (ESCP Europe, École spéciale d'architecture de Versailles). Comme l'a précisé Antoine Frey, le nouveau président du CNCC, ce think-tank constitue une boîte à idées pour nos adhérents d'où sortiront des réflexions et des propositions à un moment où les commerces et les équipements qui les accueillent se trouvent confrontés à des évolutions technologiques et comportementales majeures. En s'associant à des étudiants de grandes écoles et universités de la génération des millennials, nous nous assurons d'une vision prospective sérieuse et pertinente.

Quelles opérations commerciales pourraient redynamiser

le commerce ?

Pourquoi ne pas imaginer un Boxing Day dans l'Hexagone ? Cet événement commercial qui se déroule outre-Manche durant 3 jours entre Noël et le Nouvel An, est un grand succès public national qui attire aussi de très nombreux touristes étrangers. À l'opposé, les soldes officielles d'hiver organisées en France à partir du second mercredi de janvier ont de moins en moins d'impact en raison notamment des multiples présoldes menés par les commerçants, qu'ils soient « physiques » ou « digitaux ». Il serait donc opportun d'avancer cette période de promotion qui arrive trop tardivement. De fait, il ne se passe plus grand-chose en termes d'animation et de vente pour les commerces entre le 24 décembre et le début officiel des soldes, alors que c'est notamment au lendemain de Noël que les jeunes ont dans leurs poches l'argent reçu pour les fêtes. L'idée d'un Boxing Day à la française fait partie des idées que nous allons suggérer au nouveau gouvernement. ■

Encourager les start-up

« Le commerce est un terreau propice pour les start-up évoluant dans divers secteurs d'activité (restauration, loisirs, mode). Or, ces jeunes enseignes ont encore du mal à s'installer dans les centres commerciaux. C'est à la fois onéreux et complexe. C'est justement pour lever ces freins que nous réfléchissons à trouver des conditions plus souples et plus

attractives. L'idée est de faciliter leur arrivée dans nos murs », explique Antoine Frey, président du groupe Frey et du CNCC. Au sein du think-tank Retail Revolution, Antoine Frey pilote la thématique « Les nouveaux enjeux d'entrepreneuriat et d'investissement » avec Virginie Renaudin, responsable du master

distribution et relation client à Paris-Dauphine. « Parmi les jeunes pousses d'aujourd'hui, il y aura les champions du commerce de demain. Il faut les aider dans leurs implantations. C'est nécessaire pour créer un appel d'air et renouveler l'offre dans nos centres commerciaux », affirme Antoine Frey.

A. H.