

**Bernard PERRAMANT***Membre du Bureau Exécutif du SEDIMA*

Les défis de demain

Dans un monde où les produits et les services évoluent à une vitesse fulgurante, la révolution technologique ne frappe plus à notre porte : elle est déjà là.

Auparavant, nous pouvions anticiper les attentes des clients, suivre les cycles de vie des gammes, ajuster nos offres avec méthode. Aujourd'hui, cette logique linéaire se fait de plus en plus difficilement.

Le virage vers l'électrification a bouleversé nos habitudes de motoristes. Il nous a forcés à repenser nos métiers, à moderniser nos pratiques, à revoir nos organisations. Ce choc, loin d'être une menace, a été une opportunité : celle de nous réinventer. Mais ce n'est qu'un prélude.

Depuis peu, les mutations s'accélèrent. De nouveaux acteurs, souvent venus d'horizons inattendus, bousculent les marques établies et redéfinissent les règles du jeu. La robotisation et l'électrification font émerger l'idée d'un service après-vente allégé, tandis que les ventes en ligne et la GSB (grande surface de bricolage) grignotent des parts de marché dans la vente de robots -un phénomène encore récent mais déjà significatif-.

Face à ces bouleversements, une seule voie : l'adaptation. Nos magasins doivent devenir des lieux d'expérience, plus accueillants, plus professionnels, plus humains. Notre valeur ajoutée ne réside plus uniquement dans le produit, mais dans le service, le conseil, et la proximité. Et cela exige une montée en compétences : ces nouvelles technologies nécessitent une maintenance fine, une expertise renouvelée.

Plus que jamais, notre avenir repose sur notre capacité à valoriser notre savoir-faire. Le service n'est pas un supplément : c'est notre cœur de métier. Dans cette course au changement, il sera notre boussole. Car si les défis de demain sont nombreux, ils sont aussi passionnants -à condition d'oser les relever-.