



(/media/k2/items/cache/1d199d462017bbd5dcb9d16235a6c9e3_XL.jpg)

(© My Aire Urbaine : Simon Vermot Desroches)

🕒 22 mai 2018

👤 Simon Vermot-Desroches (/dernières-actualités/author/42-simon-vermot-desroches.html)

📁 Aire Urbaine (/l-aire-urbaine.html)

🏠 centre-ville (/dernières-actualités/tag/centre-ville.html) Economie (/thématiques/economie.html)

La vente sur Internet à portée de clic du petit commerce

Centre-ville (3/6) – Depuis une vingtaine d’années, les habitudes du consommateur ont été chamboulées par l’arrivée de l’e-commerce. Aujourd’hui, le commerce de centre-ville doit se réinventer pour trouver la parade aux géants d’internet. C’est le défi auquel tente de répondre les chambres consulaires et les politiques, avec notamment l’application laboutic.fr. (<https://www.laboutic.fr/>)

« Aujourd’hui, pour un commerçant indépendant, il ne suffit plus d’exposer ses produits dans sa vitrine et d’espérer que le passant s’arrête. » C’est ainsi que David Lestoux, dirigeant d’une société de conseils dans la revitalisation des territoires, (/l-aire-urbaine/1142-d%C3%A9sertification-des-centres-villes-causes-et-solutions.html) met en avant l’importance d’Internet. En prenant exemple sur les grands groupes, les petits commerces doivent donc eux aussi s’adapter, en mettant en place une vente sur Internet, des retraits en magasin, des drives... Les CCI ont ainsi décidé de prendre les devants et de proposer aux commerçants un outil en ligne : laboutic.fr. (<https://www.laboutic.fr/>)

Des modèles mis en place par la CCI

« Aujourd’hui, certains commerçants n’ont aucune présence sur Internet. Dans le monde actuel, ce n’est plus possible », regrette le président de la CCI belfortaine, Alain Seid. Créer de nouveaux modèles et accompagner les commerçants qui n’ont ni le temps, ni les compétences pour s’atteler à de tels exercices, voici les missions que devra relever laboutic.fr pour un retour du commerce de proximité performant. Après un diagnostic très

rapide, réalisable en 4 minutes selon le site, l'outil propose une sélection personnalisée de solutions piochées parmi les 130 disponibles actuellement sur le site. Équipements en magasin, formations ou ateliers, événements (salons, forums, rencontres...) ou encore prestations d'accompagnement... Gratuites, ces offres pourraient donc donner un petit coup de pouce aux commerçants désireux d'appréhender l'e-commerce et donc de devenir à nouveau attractif pour un consommateur qui a changé ses habitudes. Car si de nombreuses enseignes du nord Franche-Comté ont désormais une page Facebook et un site Internet, proposer des ventes par Internet pour les boutiques de la région n'est pas encore devenu une habitude.

Un marché toujours plus grand

« Il y a 20 ans, nous avions autant de produits à vendre que de demandes. Aujourd'hui, il y a une offre pléthorique. L'environnement a totalement changé. Le commerçant doit être dans une posture de conquête et non plus d'attente du client », assure David Lestoux. Face aux géants d'Internet, que ce soit dans le textile, les technologies ou l'électroménager, le commerçant indépendant doit lutter sur le plan économique. Alain Seid, président de la CCI du Territoire de Belfort, le confirme : « Quand le client est dans votre boutique, vous devez avoir le produit et l'avoir au même prix que celui qu'il a vu une heure plus tôt sur le Web. » Selon une étude réalisée par Wincor, 91 % des consommateurs se renseignent en effet sur Internet avant d'acheter en magasin. En 2017, les 37 millions d'acheteurs en ligne français ont dépensé 81,7 milliards d'euros. Ce chiffre est en constante augmentation depuis 2005 (8,4 milliards d'euros à l'époque).

Ce mercredi, pour poursuivre cette série, un sujet à Héricourt avec la fermeture du Carrefour market et la fin d'une enseigne alimentaire en centre-ville.

SIMON VERMOT-DESROCHES (/DERNIÈRES-ACTUALITÉS/AUTHOR/42-SIMON-VERMOT-DESROCHES.HTML)