

Laval, mardi 20 octobre 2020

## **La digitalisation : une attente des consommateurs et de réelles opportunités pour les commerçants !**

En février dernier, nous avons publié nos réflexions autour des enjeux du commerce dans un « livre blanc » intitulé « Commerce, le Grand Bouleversement ».

Nous rappelons à cette occasion l'importance que le digital avait pris dans les transactions commerciales. Nous avons surtout insisté sur le fait qu'il n'était plus possible de ne pas l'intégrer dans les stratégies territoriales des commerçants. Le commerce se décline désormais sur trois territoires qui doivent trouver de nouveaux équilibres : centre-ville / périphérie / internet. Le numérique ne doit plus être perçu par le commerçant comme un ennemi mais bien comme un allié qui peut lui ouvrir de nouveaux univers. C'est l'occasion de créer une nouvelle relation avec ses clients. Le Conseil Régional des Pays de la Loire nous a entendu et a élaboré avec nous un plan ambitieux pour le commerce du futur qui intègre très largement cette nouvelle donne.

Pousser nos commerçants mayennais à déployer des tactiques numériques devient une obligation !

Toutes nos structures ont longtemps tergiversé sur les outils à mettre en œuvre. Les initiatives locales et individuelles des collectivités ou des associations locales sont vouées à demeurer dans les limbes. A l'instar des zones d'activités qui ont poussé sur de très nombreux territoires en demeurant désespérément vides, refusons de céder à la mise en œuvre de solutions purement locales qui ne sauront répondre à tous les codes nécessaires pour exister durablement sur Internet.

L'enjeu pour le local comme pour le national est la capacité d'acquisition de trafic. Avec plus de 300 000 habitants la communauté mayennaise est à la taille minimale pour imaginer un projet inclusif pour nos commerçants. En plein cœur du confinement au printemps dernier la CCI a décidé de pousser la solution du Groupe La Poste ; MavilleMonShopping. C'était le choix du pragmatisme et de l'efficacité ; un opérateur national et institutionnel qui assure pérennité et ingénierie, une volonté affichée de leur part d'embarquer tout le petit commerce de proximité en France, une solution apprenante qui se veut évolutive dans le temps. Elle s'appuie aussi sur un service logistique reconnu. Il faut maintenant que La Poste puisse aussi mieux faire connaître sa solution aux consommateurs en renforçant sa communication.

Depuis 4 mois, nous nous efforçons de convaincre les unions commerciales et les commerçants d'adopter cette solution qui permet visibilité, vente en ligne ou click-and-collect ! La quasi-totalité des présidents d'EPCI du département et la Région ont pris à cœur d'accompagner cette dynamique naissante. Mais dans le même temps certains élus tergiversent ! N'attendons plus. Nos commerçants méritent notre soutien. Les consommateurs attendent de plus en plus des alternatives crédibles aux solutions déployées par les GAFAM favorisant l'accès aux produits de leurs territoires.

Consommateurs et Commerçants ont un objectif commun : contribuer au développement économique et social de leur territoire. Nous comptons sur vous. Les trois mois à venir, à l'approche des fêtes de fin d'année, seront décisifs pour l'avenir de beaucoup de commerçants. Les mesures sanitaires évolutives rendent encore plus nécessaire le déploiement de ces solutions.

Nos emplettes sont nos emplois !

**Patrice DENIAU**  
Président  
de la CCI de la Mayenne

**Eric FOUASSIER**  
Vice-Président Commerce  
de la CCI de la Mayenne