



Service Commerce

Coopérative de Développement Économique Atelier 2

Rédacteur : Bojan CIMBAL
Date de la réunion : 03.07.2019

Objet : Atelier « les outils numériques au service du commerce de proximité »

Lieu : Salle Saintonge numéro 5

Participants : Karen GERMANEAU, Groupe La Poste / Christophe CAZAL, Groupe La Poste / Sebastien FRADIN, Centre Leclerc Abbaye / Sophie L'HOTELLIER, CDA Saintes / Michèle QUEVREMONT, Maroquinerie / Nicolas PARDO, Declic 17 / Patrick FEUILLET, ORPI / Karine BARTHELEMY, Boulangerie PASTEUR / Nejma MOUSLI, La Terre est Belle / Nathalie et Vincent LOIZEAU, Burger Palace / Cédric BIENVENU, Immo Concept et président de Saintes City Shop / Elisabeth BERNIARD, artisan, Atelier couture / Christophe BESSON LEAUD, SCIC Alliance Sens et Economie / Bojan CIMBAL, Ville de Saintes, Manager centre-ville.

Atelier de type « cartes sur table », sous forme de table ronde, avec échange entre animateurs de l'atelier, intervenants et participants.

I. Introduction : état des lieux et diagnostic.

On constate un niveau de maîtrise de l'outil numérique et du marketing digital très hétérogène.

En effet, les interlocuteurs ne sont pas au même niveau de connaissance dans le domaine informatique, certains en sont à la découverte de l'outil, et d'autres savent déjà vers quoi ils souhaitent s'orienter.

Certains participants utilisent déjà les réseaux sociaux pour faire des campagnes publicitaires et de communication.

L'utilisation du SMS pour faire une campagne publicitaire a été signalée par un participant, qui n'est pas tout à fait satisfait du retour sur investissement.

Les raisons du manque de présence sur les réseaux sociaux et de dynamique numérique sont les suivantes :

- **La première raison est un manque de temps.** En effet, les commerçants n'arrivent pas à dégager du temps dans la semaine pour se consacrer au développement numérique. Leur présence sur internet est donc moindre, mais aucun des commerçants n'exprime un manque de volonté, bien au contraire, une réelle volonté de s'inscrire sur le numérique existe.

- **Un manque de moyens financiers** : en effet, le passage au numérique, en plus du temps qu'il demande, nécessite également des investissements, parfois difficiles à absorber. Pour certaines activités, on constate la nécessité de créer un nouveau poste en charge du développement et du passage au numérique.
- **Une réglementation pas toujours évidente** : la RGPD
- **Le manque de visibilité sur le retour sur investissement** : il faudra impérativement avoir des outils qui permettent de mesurer l'impact du numérique sur la réussite ou non d'un projet.

L'atelier a été co-animé par Karen GERMANEAU, experte marketing de La Poste. Elle donnait ses conseils sur la réglementation dont la RGPD, et sur les solutions qui pourraient répondre aux interrogations et besoins des commerçants.

II. **Un plan d'actions pour le numérique au service du commerce de proximité.**

Suite à ce diagnostic, nous avons commencé à travailler, collectivement, sur un plan d'actions :

1. **Des outils collectifs, pour augmenter la visibilité du centre-ville, en mutualisant les coûts et en cherchant des financements dans le cadre du Plan Action Cœur de Ville.**
 - a. Une vitrine numérique du centre-ville de Saintes, avec la présence des commerçants et en y intégrant les quartiers Boiffiers et Bellevue.
 - b. Mise en place du click and collect, pour faciliter l'accès aux marchandises du centre-ville.
 - c. Mise en place d'un système de livraison pour les commerces souhaitant se lancer dans la livraison à domicile.
2. **Création d'une structure commune et pas d'un market place** : La démarche est tout à fait différente. Dans une structure commune nous pensons à **l'intérêt collectif des usagers**. Un market-place, comme l'est par exemple Amazon, est un outil où chacun se positionne avec ses produits, mais sans esprit de coopération.
 - a. Un site internet unique et commun pour le commerce de proximité de la Ville de Saintes.
 - b. Un outil de fidélisation de clientèle de centre-ville (en y intégrant les marchés si possible).
3. **Mutualiser les coûts pour avoir des moyens humains en plus du numérique** : nous constatons lors de l'atelier, par les expériences de certains, que mettre des outils en place ne suffit pas à les faire fonctionner. Il est donc nécessaire d'avoir de la force vive, au sein même de la coopérative (mise à disposition de personnels qualifiés, emploi, stage...) qui fera vivre et alimentera les outils mis en place dans le cadre du déploiement de la ville intelligente.

Sophie L'HOTELLIER, développement économique de la CDA de Saintes, propose de mettre en place des passerelles entre les centres bourgs des communes de la CDA et le centre-ville de Saintes. Le numérique peut être une solution, pour faciliter l'accès à l'information en utilisant et valorisant le commerce de proximité à l'échelle de la CDA.

Il est également proposé d'établir un diagnostic sur la fréquentation du centre-ville de Saintes : habitudes de consommations, volontés de venir en centre-ville, expériences, attentes des visiteurs du centre-ville, etc.

III. CONCLUSION

Il est impératif de faire un benchmark des outils existants, pour organiser un atelier spécifique avec les futurs utilisateurs d'outils numériques et fournisseurs de la coopérative, en respectant le plan d'actions défini, tout en restant ouvert au dialogue et aux évolutions possibles des outils.

Dans un deuxième temps, il faudra prévoir la mise à disposition de personnel (du manager commerce par exemple), pour faire vivre les outils numériques déployés par la coopérative. En effet, cela s'avère absolument indispensable pour la réussite du déploiement de la ville intelligente.

Enfin, un diagnostic sur la fréquentation du centre-ville paraît nécessaire, afin de mieux utiliser et orienter les outils numériques déployés dans le cadre de la coopérative.