

S'unir pour développer un commerce digital de proximité

La Provence, 20/10/20

La Chambre de commerce et d'industrie veut favoriser l'accès des commerçants au site Omondrive.fr

Une action pour la relance. C'est ainsi qu'a été présentée hier la signature de convention entre la Chambre de commerce et d'industrie et la société Oyopi, créatrice d'Omondrive.fr, une marketplace, place de marché digitale. "On est sur le volet compétitivité du Plan de relance et d'accompagnement du commerce de proximité", souligne Daniel Margot, président de la Chambre. Et de rappeler que le gouvernement renonce finalement à réduire les moyens des chambres de commerce en 2021. En échange, Bruno Le Maire s'attend à ce que les CCI s'engagent notamment "à sensibiliser 200 000 entreprises aux enjeux des transitions écologiques et numériques".

"On est dans notre rôle de soutien aux commerces de proximité", souligne Jean-Pierre Prada-



Hier, les représentants de la Chambre de commerce des Alpes-de-Haute-Provence et d'Oyopi ont uni leur action pour développer le commerce digital bas-alpin.

/ PHOTO E.F.

lier, vice-président de la CCI. Aujourd'hui, 2/3 des acheteurs font une présélection de leurs achats sur le net. Il faut absolument qu'on aide les moins structurés à y accéder pour tirer parti de la situation". La nécessité d'un commerce multicanal s'impose. La société de communication Oyopi a créé son site et l'héberge ("La Provence" du

30 juillet). "Avoir une plateforme en ligne permet de ne pas être isolé", précise M. Pradalier. Car les niveaux d'autonomie et d'habileté de chacun en matière numérique diffèrent. "Si le commerçant n'est pas formé pour alimenter le site, relancer ses clients, on va avoir un désintérêt rapide". La CCI annonce prendre en charge les frais enga-

gés pour la première année d'utilisation, débloquant une enveloppe de 45 000€, et accompagnant les commerçants à se former.

Une action est engagée auprès des collectivités et notamment les municipalités. "À Manosque, Digne, Sisteron..., nous allons coupler cette plateforme de vente en ligne avec un service de consigne", précise Daniel Margot. "On se donne un an pour prouver que c'est qualitatif". "Ainsi, on professionnalise les ventes numériques car beaucoup vendent sur Facebook sans certitude d'être payés", souligne Marion Martin-Lurcel, directrice commerciale d'Oyopi qui annonce ne pas prendre de commission sur les ventes en fonctionnant par abonnement. La cible du site? "Les consommateurs amateurs de produits locaux, pouvoir répondre aux besoins amplifiés par la crise sanitaire, en tenant compte des nouveaux besoins" détaille Jean-Marie Martin-Charpenel, directeur.

Emmanuelle FABRE