

Le programme «Commerce connecté»,
pour développer l'expertise des commerçants de proximité
en matière numérique

Conférence de presse
Vendredi 11 mars 2016

Maison de la Presse de Liège

Intervenants

Arnaud Deplae, Secrétaire général de l'UCM

Hélène Raimond, Agence du Numérique (AdN)

Marie-Laurence Lefébure, e-commerçante, créatrice de 9bulles

Jean-Claude Marcourt, Ministre de l'Économie et du Numérique

Le programme «Commerce connecté»



Pour relever les défis de la transformation numérique et capter ses bénéfices au profit de notre région, le Gouvernement wallon a défini et adopté «Digital Wallonia : stratégie numérique de la Wallonie».

Digital Wallonia, la stratégie numérique de la Wallonie approuvée par le Gouvernement wallon le 10 décembre 2015 vise notamment à booster l'économie numérique en Wallonie et à renforcer la compétitivité de nos entreprises.

Parmi les axes stratégiques abordés par Digital Wallonia, l'e-commerce a été identifié comme un enjeu majeur pour tout le secteur marchand quelle que soit sa taille.

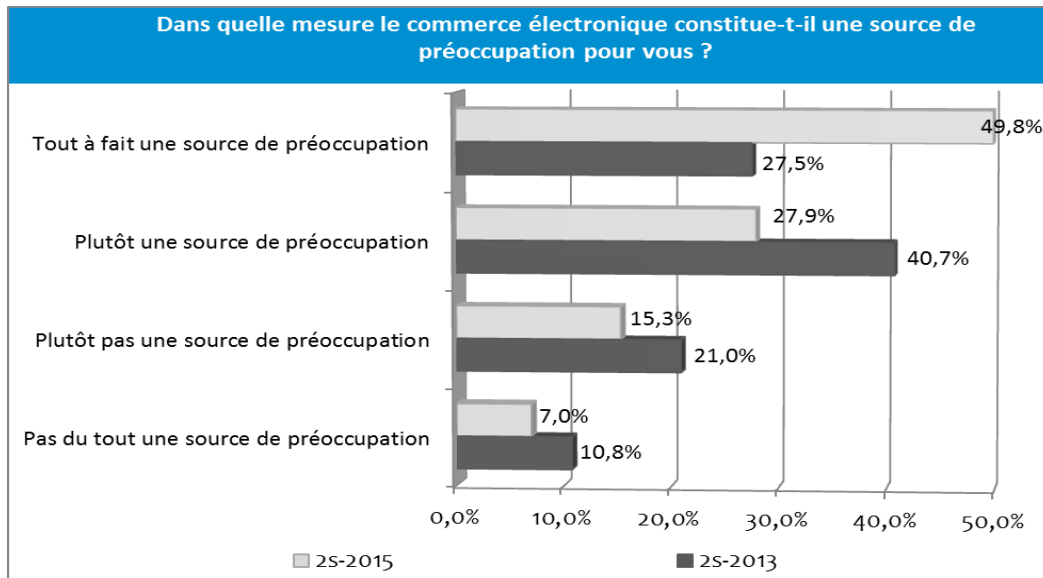
La nécessité d'assurer les conditions de la compétitivité des commerces de proximité dans un environnement ultra-connecté est l'un des axes de développement de ce thème.

Mobile, connecté, le «consomm'acteur» recourt toujours plus à des services numériques innovants tels que la géolocalisation et les expériences d'achat à 360°. Ces services sont aussi de nouveaux canaux d'attractivité pour les commerces physiques. Le projet «Commerce connecté» a donc pour objectif d'aider les commerçants wallons de proximité à répondre efficacement aux défis auxquels ils sont confrontés dans un contexte de concurrence globalisée.

Plus qu'une opportunité, il s'agit d'une nécessité face à la mondialisation du commerce et de ses modes de fonctionnement.

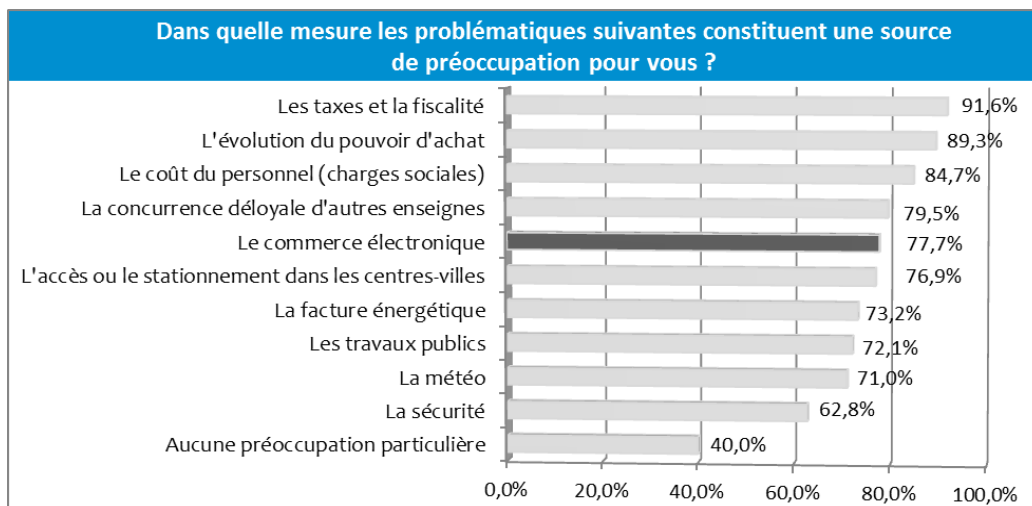
Les constats

À la fin 2015, 3 commerçants sur 4 considéraient que le commerce électronique était tout à fait une source de préoccupation. À titre d'information, le nombre de commerçants qui ressentaient ce sentiment a presque doublé au cours des deux dernières années. À l'inverse, la part de commerçants considérant le commerce électronique comme n'étant pas une préoccupation a diminué.



Source : Baromètres UCM Commerce

Être présent sur le web est d'ailleurs devenu une des priorités des commerçants indépendants, quasi au même titre que les taxes, la fiscalité, le coût du personnel et même plus que l'accès ou le stationnement dans les centres-villes, les travaux publics, la météo...



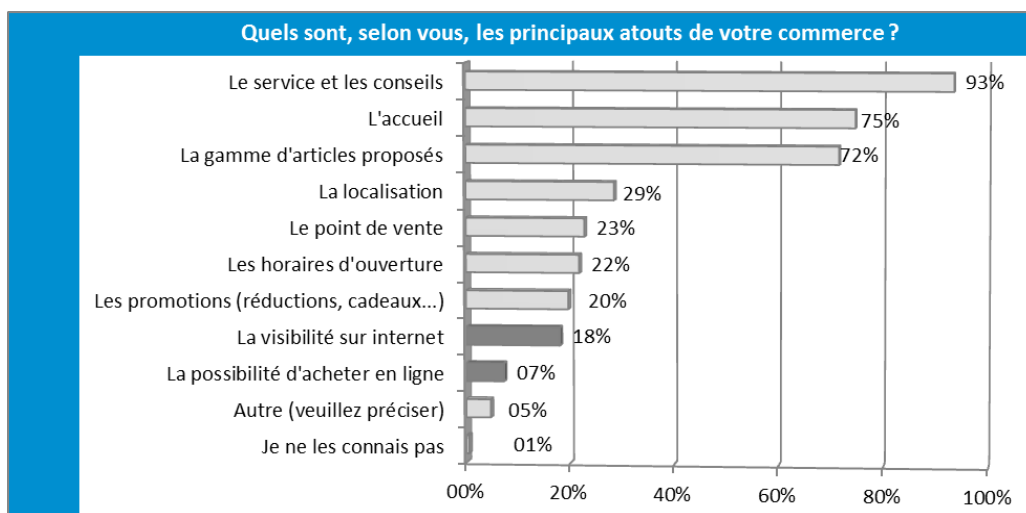
Source : Baromètres UCM Commerce 2s-2015

Malheureusement, et c'est une des raisons de l'action «Commerce connecté», les commerçants indépendants ne considèrent pas actuellement la visibilité sur le web ou les possibilités d'acheter en ligne comme un de leurs principaux atouts.

Selon les dernières statistiques disponibles de l'OCDE, les PME belges occupent la 13^e place au niveau mondial tant en termes d'exportation que d'importation, mais les ventes en ligne et exportations belges croissent moins vite que celles des voisins européens.

Il semble que trop d'entreprises belges, et wallonnes, se cantonnent au marché intérieur, trop petit, et ne franchissent pas le cap de la présence sur le web.

Cela dit, la qualité du service et des conseils est par contre citée par presque la totalité des commerçants. Il s'agit d'un élément à prendre en compte dans l'offre web/e-commerce chez des commerçants indépendants pour lesquels les dimensions d'écoute, accueil, contact personnel et service après-vente sont essentielles et doivent être entretenues.

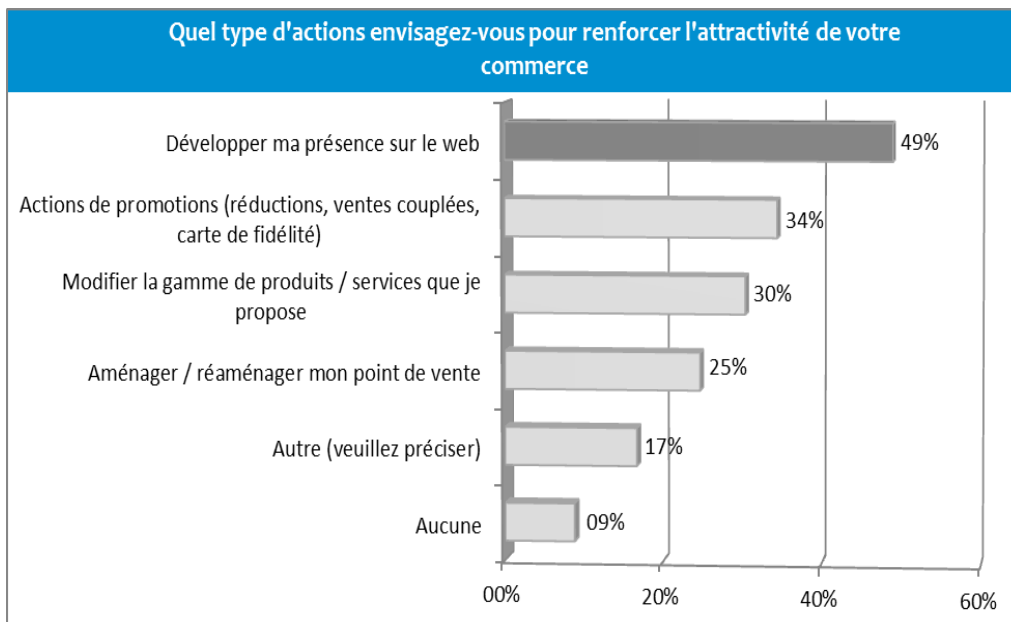


Source : Baromètres UCM commerce juin 2015

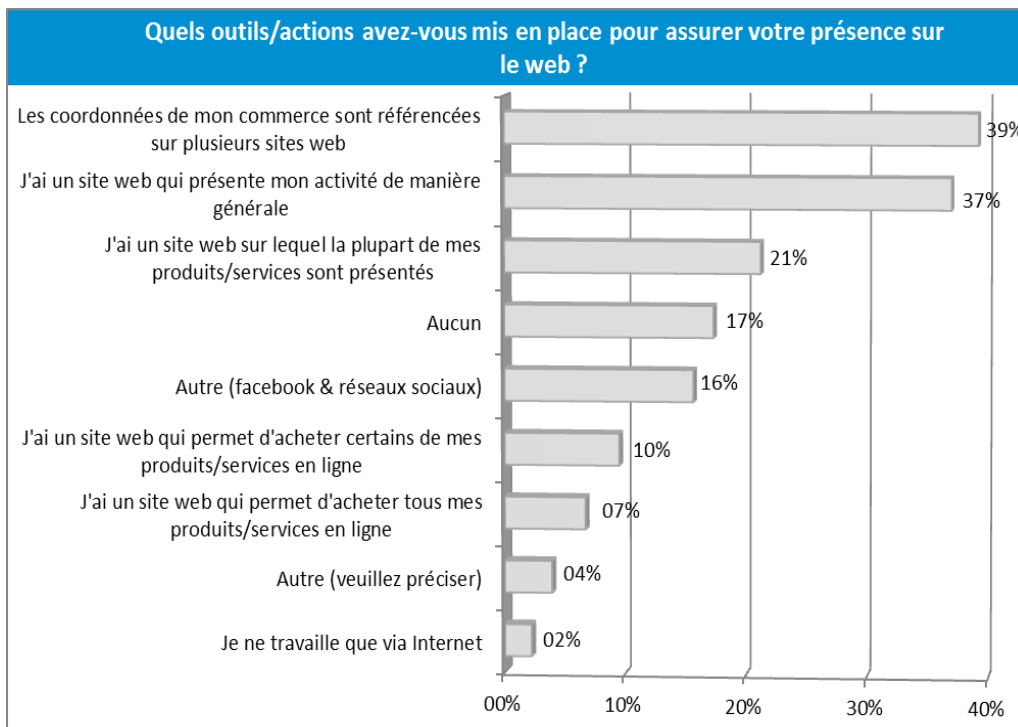
Malgré tout, le commerçant indépendant est bien conscient de la nécessité de développer sa visibilité sur le web : il s'agit de la première action qu'il envisage pour renforcer l'attractivité de son commerce.

Il s'agit là donc bien d'un paradoxe pour lequel l'opération «Commerce connecté» est mise sur pied.

Digital Wallonia vise à soutenir nos entreprises et commerçants en plaçant un cadre favorable au développement d'un commerce en ligne adapté aux besoins.



Source : Baromètres UCM commerce juin 2015

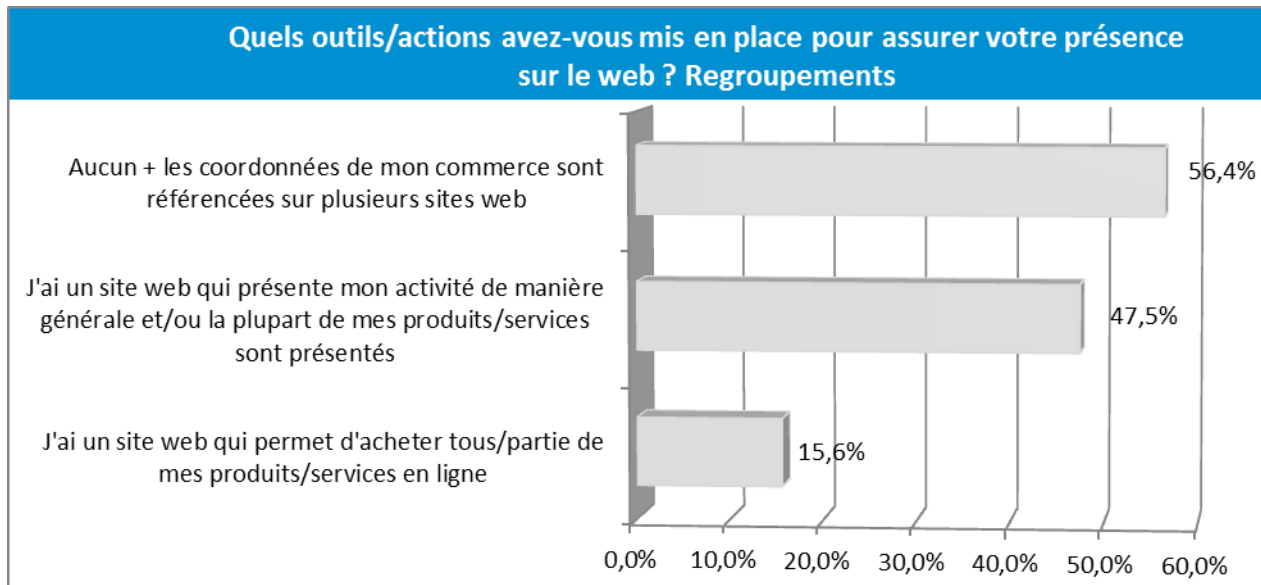


Source : Baromètres UCM Commerce – décembre 2013

L'investissement moyen est relativement réduit puisque les deux types d'actions les plus souvent mis en œuvre sont le « référencement » sur plusieurs sites web (39,1%) et un site web qui présente de manière générale l'activité (36,9%).

Moins d'un commerçant sur 5 n'a aucune présence sur le web; il s'agit là d'un chiffre préoccupant, au regard de l'importance du web. Le recours au commerce en ligne est également relativement limité (18,4%) et quand des possibilités de vente en ligne existent, elles ne portent généralement pas sur tous les produits.

Les différentes formes de présence web proposées ci-avant sont cumulables et de nombreux commerçants ont coché plusieurs modalités. Si l'on regroupe certaines catégories, on peut distinguer globalement plusieurs niveaux d'investissement en ce qui concerne la visibilité web chez les commerçants...



Source : Baromètres UCM Commerce – décembre 2013

- Aucun + les coordonnées de mon commerce sont référencées sur plusieurs sites web;
- J'ai un site web qui présente mon activité de manière générale et/ou la plupart de mes produits/services sont présentés;
- J'ai un site web qui permet d'acheter tous/partie de mes produits/services en ligne.

L'investissement web, une priorité pour l'UCM

Pour l'UCM, il est primordial que les commerçants soient présents de la meilleure façon possible sur le net, à leur propre échelle et selon leurs besoins respectifs, afin de s'adapter à l'évolution des habitudes de consommation. Le programme «Commerce connecté» a ainsi pour objectif de renforcer la présence des commerçants wallons sur le web et de les conscientiser sur l'importance d'y être.

Cela peut passer par la vente en ligne mais celle-ci n'est pas la panacée pour les commerçants indépendants et représente un investissement qu'il ne faut pas négliger. Dans cette optique, un site web-to-store efficace ou une bonne présence sur les réseaux sociaux (offrant une belle vitrine mais sans possibilité de vendre) peut être une bonne option.

L'objectif d'une meilleure présence web ne doit pas être nécessairement de vendre plus en ligne mais peut aussi être simplement de générer du trafic en magasin ou de fidéliser la clientèle actuelle.

«Commerce connecté» s'inscrit donc dans cette optique. En effet, selon la nature de ses produits, un commerçant va éprouver le besoin d'être plus ou moins présent sur le net et ainsi définir sa politique internet.

«Commerce connecté» a été lancé pour sensibiliser et accompagner les commerçants dans leur transformation numérique. Cette démarche s'appuie sur trois leviers : sensibilisation des commerçants, diagnostic de maturité pour évaluer leur usage du numérique et formation/accompagnement dans leur trajet de transformation.

En pratique

Portée par l'AEI (Agence pour l'Entreprise et l'Innovation), l'AdN (Agence du Numérique), l'UCM, en partenariat avec Google, Cat2Lion et DynamConsult, «Commerce connecté» vise principalement à développer l'expertise des commerçants de proximité en matière de numérique et de présence en ligne. Trois volets sont présentés :

- ✓ La sensibilisation aux enjeux du numérique;
- ✓ La formation à l'usage des outils indissociables de la transformation numérique;
- ✓ L'accompagnement à la mise en œuvre d'une stratégie de présence en ligne pour tous les commerçants wallons qui le souhaitent.

Un projet pour les commerçants...

En s'inscrivant à une des séances de sensibilisation gratuites, le commerçant retirera plusieurs bénéfices :

- ✓ Comprendre les enjeux du numérique pour le commerce de proximité, avec des exemples concrets, dans un langage accessible à tous;
- ✓ Réaliser un autodiagnostic de maturité numérique en ligne et identifier sa marge de progression;
- ✓ Entamer une réflexion concrète sur une stratégie de marketing digital et comprendre comment augmenter sa zone de chalandise et donc son chiffre d'affaires grâce au numérique;
- ✓ Envisager le déploiement de nouveaux services innovants (géolocalisation, réservation d'articles en ligne, promotions personnalisées, activation de communautés Facebook...);
- ✓ Décoder et évaluer les offres de solutions pour développer sa visibilité en ligne;
- ✓ Accéder à un programme de formation et de coaching personnalisé, à moitié prix, pour la mise en œuvre d'une stratégie de marketing digital.

Les bourgmestres et échevins du commerce des villes wallonnes sont invités à soutenir le projet :

- ✓ En organisant une séance de sensibilisation aux enjeux du numérique pour le commerce de proximité, ils lutteront activement contre la disparition des commerces de centre-ville, tout en s'inscrivant dans une démarche de Smart City;
- ✓ En encourageant leurs commerçants à participer au projet, ils donneront accès au public des commerçants à des programmes de formations spécifiques à moitié prix;
- ✓ En soutenant le projet, ils rencontreront une préoccupation majeure des citoyens : préserver un centre-ville vivant, animé et attractif.

Plusieurs villes ont déjà répondu par l'affirmative à l'invitation de l'opération; le premier rendez-vous étant fixé ce **jeudi 17 mars à 18:30 à Châtelet**.

Le programme «Commerce connecté» concernant toute la Région wallonne, d'autres dates sont déjà disponibles (la liste n'est actuellement pas exhaustive).

Ville	Date	Heure de la séance
Châtelet	jeudi 17 mars 2016	18:30
Mouscron	mardi 22 mars 2016	19:00
Fosses-la-Ville	mercredi 23 mars 2016	18:45
Neufchâteau	jeudi 24 mars 2016	20:00
Herstal	lundi 11 avril 2016	18:45
Antoing	lundi 11 avril 2016	19:00
Marche-en-Famenne	mardi 12 avril 2016	18:30
Gembloux	jeudi 14 avril 2016	18:45
Durbuy	mardi 19 avril 2016	19:00
Thuin	lundi 23 mai 2016	19:00
Verviers	mardi 7 juin 2016	18:00
Herve	mardi 21 juin 2016	18:45

Les liens vers l'opération :

<https://www.digitalwallonia.be/commerceconnecte>



Commerce connecté

Quelques mots de présentation...

Ce sont deux consultantes, Anabelle Kinet et Dominique Moreaux, qui mèneront les séances d'information auprès des commerçants des villes wallonnes qui participent à l'opération.

Dominique Moreaux, géographe et spécialiste du numérique

Après avoir accompagné et formé des entreprises, des étudiants du supérieur et des personnes en formation professionnelle en grand nombre vers une stratégie digitale de qualité, Dominique Moreaux s'est tournée vers le public des commerçants et quartiers commerçants qui restent actuellement à la traîne dans ce domaine.

Maintenant que le digital fait partie intégrante du parcours d'achat de leurs clients, les commerçants doivent impérativement s'approprier les outils numériques qui leur correspondent pour assurer le futur de leurs activités. «Commerce connecté» représente une belle occasion de conscientiser les commerçants et les élus aux nouvelles solutions à développer pour leurs points de vente et leurs centres-villes.

Anabelle Kinet, experte en e-marketing

Experte durant 11 ans au service de grands groupes souhaitant se lancer dans l'e-commerce, Anabelle Kinet décide d'adapter ces compétences au public des PME et des commerces, afin de les aider à saisir toutes les opportunités du numérique, que ce soit par du conseil, de la formation ou de la gestion de projets. Les univers de la vente, du marketing et du digital, bien mixés, peuvent donner des cocktails détonants et c'est ceux-ci qui seront préparés avec tous les commerces qui souhaitent embarquer dans le TGV du «Commerce connecté».

Marie-Laurence Lefébure, indépendante et e-commerçante

Marie-Laurence Lefébure a travaillé dans le secteur commercial de grandes sociétés avant, en 2010, de réorienter sa carrière professionnelle et de créer «9bulles». Une page Facebook est ouverte, suivie d'un site de vente en ligne de vêtements de grossesse. Le travail et la stratégie de Marie-Laurence ont payé puisque neuf mois après sa création, le site comptait 40.000 visiteurs uniques. Aujourd'hui, cette e-commerçante a également ouvert un magasin «physique» à Chênée (Liège) et a inauguré la franchise de «9bulles» par l'ouverture d'un magasin au Grand-Duché de Luxembourg.