

Les commerçants sursollicités pour être présents en ligne

Marion DUBOIS.

« Nous sommes très sollicités par des plateformes ou des sociétés pour créer un nouveau site internet. Entre les mails et les appels, c'est polluant », reconnaît Sylvain Froc, fleuriste à Rennes.

Déjà équipé d'un site marchand depuis deux ans et d'un compte sur le réseau social Instagram, le commerçant estime que c'est assez. « Nous sommes des artisans, il ne faut pas l'oublier. Avec notre activité, on ne peut pas miser que sur le numérique », juge-t-il.

Plus loin dans la rue, la librairie de BD Ty Bulle Tome 2 a déjà un site vitrine. « On a pensé à un site de click and collect (cliquer et collecter), mais avec notre logiciel, ce n'est pas possible », explique la librairie. Alors tous les acteurs qui essaient de proposer leurs solutions, « on les renvoie bouler », lâche la commerçante.

Le confinement a accéléré l'essor du numérique. Les commerces font face à un flux d'appels, de mails, voire de démarchage physique de sociétés du e-commerce. Ils souhaitent leur vendre des sites ou les convaincre de rejoindre une plateforme de commerce en ligne.

Les TPE ciblées

« On a toujours été sollicité, mais cela s'est accentué. Parfois, c'est vraiment dérangeant », observe Vianney du magasin Le Temple du jeu.

« Cela crée un appel d'air incroyable avec l'arrivée de plein de start-up, concède Sandrine Wehrli, directrice générale déléguée de CCI France. Nous essayons de conseiller, d'orienter les commerçants vers les bonnes plateformes. »

À l'Association de l'économie du numérique (Acsel), on reconnaît qu'il y a « une myriade d'acteurs dans le numérique », mais « ce n'est pas nouveau ». En revanche, avant la crise, les prestataires du e-commerce ciblaient davantage les grandes entreprises que les TPE ou les commerçants. « La pression commerciale se répercute sur les petits marchands, car les plus grands sont déjà bien équipés. »

C'est une « pression » que le ministère de l'Économie a dans le viseur. « Si les commerçants sont sollicités, ils peuvent se référer au site clique-mon-commerce. gouv. fr pour vérifier si la société est bien labellisée », conseille-t-on au cabinet du ministre Alain Griset, chargé des Petites et moyennes

entreprises.

Cet annuaire a le mérite d'avoir fait le ménage. Plus de 1 000 candidatures d'acteurs du e-commerce avaient été déposées. Seules 103 y sont référencées.



Sylvain Froc, fleuriste à Jardins de campagne, à Rennes.