



Communiqué de presse

Paris, le 04 novembre 2020,

Les CCI sensibilisent et accompagnent les commerçants au « numérique de proximité »

Les mesures sanitaires prises dans le cadre de la lutte contre la COVID-19 conduisent à réduire fortement l'activité de certains commerces « physiques ». Pour permettre aux consommateurs de soutenir leurs commerces de proximité et aux commerces de proximité de poursuivre une activité en ligne, le réseau des CCI met en place un dispositif exceptionnel pour promouvoir le « numérique de proximité ».

« Notre objectif est de faire connaître aux commerçants les solutions numériques à leur disposition pour continuer à garder le lien avec leurs clients pendant cette période difficile dont toutes les plates-formes numériques produites par les CCI. Et de leur démontrer que cette digitalisation n'est pas si compliquée » indique Pierre Goguet, président de CCI France.

Pour assurer cette sensibilisation auprès des commerçants, les CCI ont mis en place un « kit numérique » qui, dès aujourd'hui, est envoyé aux commerçants dans tout le territoire. Celui-ci se compose de documents produits par des experts numériques des CCI :

- Comment vendre et communiquer sur le numérique,
- Le click-and-collect, décryptage et conseils pour le mettre en œuvre,
- Les applis pour les commerçants présentes sur CCI Store, la Marketplace d'e-services des CCI.

Pour accélérer sa prise en main, les CCI s'engagent à contacter dès maintenant 30 000 commerçants des secteurs d'activité prioritaires suivants : l'habillement, la chaussure, le jouet, le livre, les bijoux et la restauration pour leur faire connaître ce « kit numérique ». Une prise de contact direct avec les commerçants qui permet de les accompagner dans la mise en œuvre d'actions numériques de proximité pour continuer à vendre leurs produits.

« Il y a urgence à agir, c'est pour cela que les CCI développent « le numérique de proximité » : celui qui relie l'ordinateur du consommateur à son commerçant de quartier ; le numérique facile, qui créer du lien, qui a du sens et qui permet à tous nos commerces de proximités de conserver le lien avec leurs consommateurs » conclut Pierre Goguet.