

# Des outils gratuits pour les commerçants franciliens

La Chambre de commerce et d'industrie (CCI) Paris Ile-de-France et ses partenaires se mobilisent en faveur des 144 000 professionnels de la région.

EN PARTENARIAT AVEC



PAR C.P.

La révolution numérique mais aussi accueil de touristes ou sécurité de magasin... Les 144 000 restaurateurs, hôteliers et autres professionnels du commerce en Ile-de-France peuvent compter sur le soutien de la Chambre de commerce et d'industrie Paris Ile-de-France. Avec ses partenaires, privés et publics, elle mène « des actions concrètes pour l'ensemble des commerçants et particulièrement ceux qui ont le plus besoin de soutien, les indépendants », résume Gérard Barbier, président de la commission commerce de la CCI Paris IDF.

## ■ UNE BOUTIQUE CONNECTÉE PRÈS DE CHEZ VOUS

« Aller au plus près des commerçants pour les amener petit à petit vers le numérique. » C'est l'objectif, selon Gérard Barbier, de la boutique itinérante de 30m<sup>2</sup> qui sillonne la région, depuis mars dernier. Parti de Puteaux (Hauts-de-Seine), ce véhicule aménagé propose, gratuitement, un parcours guidé autour de quatre thématiques : attirer, vendre, fidéliser le consommateur et faciliter la gestion au quotidien. Le commerçant peut tester une trentaine d'outils numériques présentés par des sociétés spécialisées par exemple dans le paiement sans contact ou la fidélisation en ligne.

## ■ ACCUEILLIR LES TOURISTES, UN JEU D'ENFANTS

Au rayon tourisme, la CCI Paris IDF, en partenariat avec la région, multi-



Les commerçants peuvent tester une trentaine d'outils numériques dans la boutique itinérante.

plier les actions. Le site yesispeak-touriste.com, également disponible en application mobile, s'adresse aux touristes à Paris et recense les commerces maîtrisant les langues étrangères. « C'est, entre autres, un carnet d'adresses indispensable pour trouver un restaurant français où l'on parle chinois ou russe », précise l' élu. Destiné aux commerçants, un guide des bonnes pratiques est également consultable sur doyousspeaktouriste.fr et son appli éponyme. « On ne reçoit pas de la même manière un client asiatique et un américain, il faut aider les

commerçants à ne pas commettre d'erreurs lors de l'accueil », observe-t-il. L'hôtelier, restaurateur ou chauffeur de taxi peut apprendre via son smartphone les bases en italien, arabe ou japonais pour tenir une courte discussion.

## ■ LES BONS RÉFLEXES DE SÉCURITÉ

A Paris, 8 400 commerçants se sont abonnés, gratuitement et en ligne, au dispositif « cesplussur » de la préfecture de police. Le principe : un fleuriste repère un client qui utilise de faux billets, en informe les autorités, qui avertissent par SMS

les autres commerçants du quartier. Autre avantage : chaque adhérent bénéficie d'un diagnostic gratuit, réalisé par un policier. « Il vous indique, par exemple, si la caisse est trop visible ou si une caméra de surveillance est mal placée », illustre Gérard Barbier.

Ce dispositif complète l'offre de formations gratuites des CCI départementales pour les métiers exposés à des risques éventuels, comme les bijoutiers, qui peuvent être victimes de braquages, ou les hôteliers, confrontés parfois à des vols de matériel ou à des refus de paiement.



L'AVIS DE

## Gontran Thüring

DÉLÉGUÉ GÉNÉRAL DU CONSEIL NATIONAL DES CENTRES COMMERCIAUX (CNCC)

« De nombreux défis, comme la révolution numérique »

## QUE VOUS INSPIRE LA PLATEFORME REGROUPANT INSTITUTIONS ET ORGANISATIONS PROFESSIONNELLES ?

C'est une initiative intéressante de la CCI Paris IDF, une démarche plurielle, tous les commerces sont représentés. J'ai participé à deux ateliers sur des sujets d'actualité. La conclusion, c'est qu'il faut aider les commerçants, confrontés à de nombreux défis comme la révolution numérique. On a aussi des points de désaccord. Sur les soldes, je note quand même un consensus : les clients se perdent car il y a trop de promotions, dans les commerces et en ligne où elles sont permanentes. Quant à l'ouverture le dimanche, on constate une rupture sociétale entre la semaine et le week-end. Ce n'est plus comme il y a dix ans. On l'a vu dans les centres commerciaux : la fréquentation a augmenté en raison des manifestations des gilets jaunes le samedi.

## COMMENT CONVERTIR VOS PROPOSITIONS EN ACTIONS CONCRÈTES ?

Un livre blanc est sorti de toutes ces discussions. Maintenant, chacun va porter de son côté ces idées en faveur du commerce francilien auprès des pouvoirs publics.

## QUELLE MESURE VOUS TIEN PARTICULIÈREMENT À CŒUR ?

Aujourd'hui, il faut six mois pour monter un pop-up store qui sera ouvert trois mois. On marche sur la tête, il faut alléger la réglementation pour faciliter le développement des commerces éphémères. Il y a une demande des commerçants et consommateurs.



INCOTERMS®  
2020

Évolution des contrats import-export  
La CCI Paris Île-de-France vous forme  
aux nouvelles règles Incoterms® ICC 2020



CCI PARIS ÎLE-DE-FRANCE