

## 14ème législature

<b>Question N° :</b> <b>72180</b>	De <b>M. Charles-Ange Ginesy</b> ( Union pour un Mouvement Populaire - Alpes-Maritimes )	<b>Question écrite</b>
<b>Ministère interrogé</b> > Numérique		<b>Ministère attributaire</b> > Numérique
<b>Rubrique</b> > politique économique	<b>Tête d'analyse</b> > innovation	<b>Analyse</b> > numérique. développement. rapport. propositions.
Question publiée au JO le : <b>30/12/2014</b> Réponse publiée au JO le : <b>13/10/2015</b> page : <b>7803</b>		

### Texte de la question

M. Charles-Ange Ginesy attire l'attention de Mme la secrétaire d'État, auprès du ministre de l'économie, de l'industrie et du numérique, chargée du numérique sur les nouveaux canaux de communication et de distribution. Dans le rapport du 7 novembre 2014 sur la « Transformation numérique de l'économie », Philippe Lemoine, président du Forum d'action modernités et président de la Fondation Internet nouvelle génération, recommande de promouvoir et soutenir l'accès mutualisé des petits commerçants aux nouvelles formes de commerce (*drive, clic and collect*, autres innovations, etc.). Par conséquent il lui demande de bien vouloir lui préciser les intentions du Gouvernement sur ce sujet.

### Texte de la réponse

L'accès des petits commerçants aux nouvelles formes de commerce est l'un des objectifs du programme Transition numérique. Lancé par le Gouvernement en novembre 2012, ce programme vise à accélérer la transformation numérique des TPE et PME en s'appuyant sur les conseillers au numérique présents dans les réseaux de proximité (chambres de commerce et d'industrie, chambres de métiers et de l'artisanat, offices de tourisme, cyberbases, centres de gestion agréés, etc.), et sur les partenaires privés qui proposent des solutions innovantes pour ces entreprises (association Transition numérique plus). L'accès des petits commerçants aux nouvelles formes de commerce est également un enjeu industriel pour les entreprises, start-ups ou grands groupes, qui développent les solutions innovantes adaptées au commerce. Les services sans contact, identifiés dans le cadre de la nouvelle France industrielle comme l'une des 34 priorités industrielles pour la France d'ici 2020, permettent d'enrichir l'expérience client sur le point de vente physique en proposant des services additionnels (fidélité, information produit, etc.) en complément d'une solution innovante de paiement. M. Olivier Piou, directeur général de Gemalto, chef de file du plan industriel, a présenté le 9 juillet 2014 la feuille de route du plan industriel « Services sans contact ». Cette feuille de route met en avant le développement et le déploiement des services sans contact mobiles pour le commerce à travers deux expérimentations à grande échelle. Pour conduire les travaux d'élaboration de cette feuille de route, M. Olivier Piou s'est appuyé sur différentes start-ups qui proposent des services innovants, susceptibles d'être également utilisés par des petits commerçants : HighCO, Think and go, SNAPP, FidMe, etc. Réunis au sein de l'association Transition numérique plus, les partenaires privés du programme Transition numérique proposent régulièrement des conférences web (webinars) à l'attention du réseau d'un millier de conseillers au numérique afin de leur présenter les nouveaux outils aujourd'hui disponibles pour les TPE et PME. Dans le domaine du commerce, des présentations ont ainsi été effectuées en 2014 sur des thèmes tels que : - « Optimiser votre présence web e-commerce avec des outils en ligne » ; - « Le social shopping - un espace social personnel d'échanges d'informations pour découvrir, comparer, partager et acheter des produits et services » ; - «



Mettre en place une solution complète de Gestion Web et Retail pour moins de 3 000 € (e-commerce, M-commerce, logiciels de caisse, etc. pour augmenter les ventes en ligne des TPE/PME) ». Rapprocher les éditeurs de solutions et les TPE/PME (à travers notamment les conseillers au numérique et l'association Transition numérique plus) doit permettre d'accélérer l'accès des petits commerçants aux solutions innovantes qui leur permettront de gagner en efficacité. Au regard du nombre de commerçants concernés, le travail de terrain, assuré par les conseillers au numérique dans les différents réseaux partenaires, est essentiel.