

Source: L'essentiel du Commerce

Date de publication: 2019

Maxime Bedon et Jonathan Chelet,
fondateurs de la plate-forme Petitscommerces

**« DONNER DE LA VISIBILITÉ
AUX PETITS COMMERÇANTS »**

Deux entrepreneurs, fils et petits-fils de commerçants, proposent aux commerces de proximité des solutions pour augmenter leur visibilité sur le web. Interview.

Quel est votre parcours et comment est né Petitscommerces ?

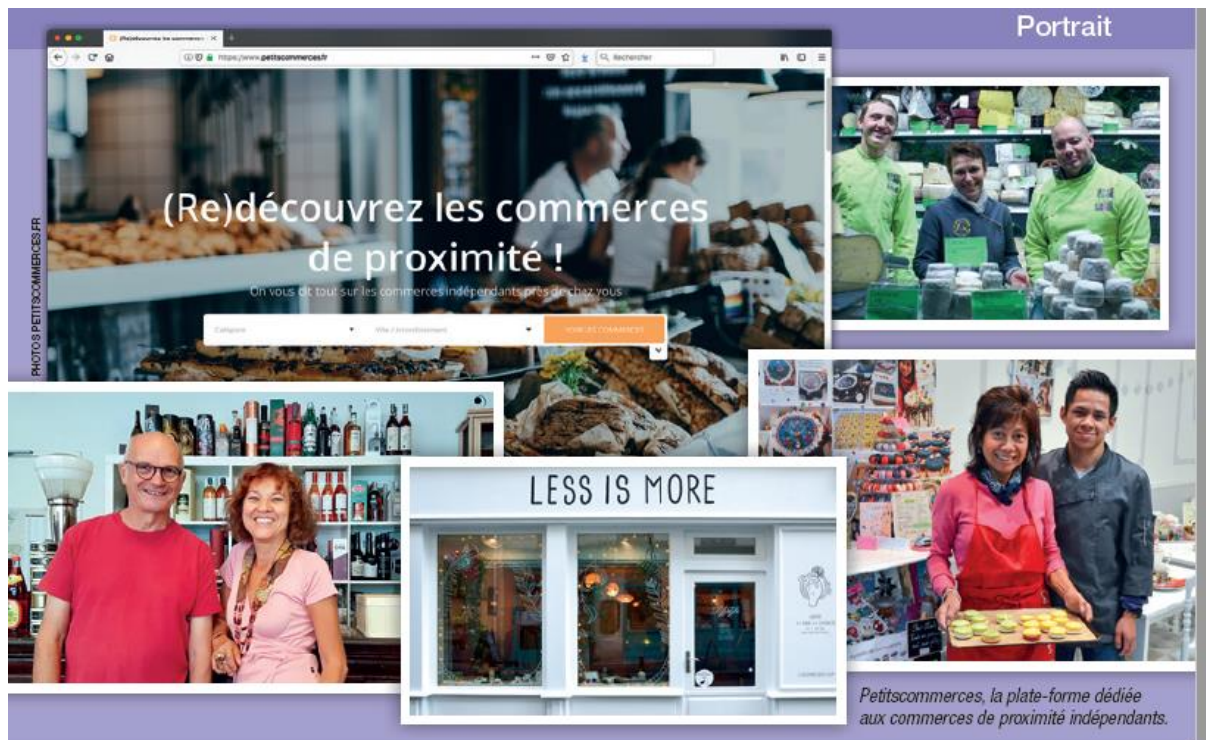


Jonathan Chelet : nous sommes tous les deux issus d'une famille de commerçants. J'ai grandi au-dessus de la boutique de mes parents, traiteurs à Saint-Nazaire. Maxime a une maman

pharmacienne et un grand-père boucher en Gironde. Nous nous sommes rencontrés à Bordeaux, en 2007, lors de nos études en école de commerce. Nous avons ensuite pris des chemins différents, Maxime a travaillé dans le domaine bancaire, quant à moi, je suis devenu journaliste. Maxime Bedon : mais, très vite, nous avons eu l'envie de créer une entreprise porteuse de sens. Et très naturellement, étant donné notre attachement fort aux commerces de proximité, aux petites boutiques tenues par des passionnés, nous avons décidé d'entreprendre dans ce secteur. Nous sentions qu'il y avait vraiment quelque chose à faire parce que ces commerçants, comme nos parents, sont en difficulté depuis plusieurs années. Ils sont concurrencés par la grande distribution, les magasins spécialisés et Internet. Et ils n'utilisent que très peu le numérique. Environ la moitié des commerçants indépendants, encore aujourd'hui, ne sont pas présents sur Internet et ne sont même pas référencés sur les moteurs de recherche. C'est pour répondre à ces besoins de digitalisation que nous avons créé la plateforme Petitscommerces en 2017.

Quelle offre proposez-vous ?

J. C. : via notre plate-forme, nous accompagnons les commerçants sur l'ensemble de leurs besoins digitaux, du simple référencement de leur magasin à la vente en ligne. Nous augmentons la visibilité du commerçant, car nous créons sa page web de A à Z et la référençons sur notre plate-forme. Il n'a rien à faire, nous nous occupons de tout. Nous allons dans sa boutique, prenons des photos et rédigeons le contenu de sa page pour qu'elle soit très bien référencée sur Google. Ensuite, le commerçant adhérent à notre plate-forme peut accéder à une



FICHE D'IDENTITÉ

DÉNOMINATION

Petitscommerces.fr

ACTIVITÉ

Solutions de digitalisation
pour les petits
commerces de proximité

CHIFFRE D'AFFAIRES

PRÉVISIONNEL

300 000 € en 2019

CRÉATION

2017

offre de formations sur la communication numérique, avec des tutoriels adaptés à son métier, à son activité. Enfin, notre plate-forme est une marketplace, elle permet au commerçant de vendre ses produits en ligne.

Quel est le profil des commerçants que vous accompagnez ?

M. B. : nous proposons nos services uniquement aux commerçants indépendants. Nos clients sont donc de toutes petites structures de l'artisanat commercial, du commerce de proximité. Elles ont pour principale caractéristique d'être uniques, comme l'indique notre slogan sur les stickers collés aux vitrines de nos clients : « petit et unique ». C'est cette

caractéristique que nous essayons de mettre en avant et c'est ce qui plaît aux consommateurs.

J. C. : nous travaillons avec des commerces de bouche comme des boulangeries, poissonneries ou des épiceries fines... Nous référençons également des boutiques multimarques de vêtements et des points de vente plus originaux, comme des galeries d'art, des concepts stores...Le commerce de proximité est vivant, innovant, en perpétuel renouvellement.

Comment vous rémunérez-vous ?

J. C. : nous facturons environ 300 € la création de la page web sur notre plateforme ainsi que son référencement, auxquels s'ajoute un abonnement mensuel qui varie de 9 à 49 € selon la formule choisie entre référencement, accès aux formations en ligne et e-commerce. Nous anticipons un chiffre d'affaires de 300 000 € cette année pour un réseau de 1 000 commerçants clients.

Quels sont vos projets de développement ?

M. B. : un de nos axes de développement

majeurs consiste à conclure des partenariats avec les collectivités locales. Nous avons, par exemple, signé un partenariat avec la Semaest, société d'économie mixte de la ville de Paris spécialisée dans la revitalisation du commerce et de l'artisanat de proximité. Nous aidons ainsi les commerçants accompagnés par la Semaest dans leur transformation digitale. Nous souhaitons développer des partenariats avec d'autres collectivités, partout en France. Il y a des villes très impliquées sur le sujet du commerce comme Toulouse, Cherbourg-en-Cotentin, Nantes...



« NOUS ACCOMPAGNONS LES COMMERÇANTS SUR L'ENSEMBLE DE LEURS BESOINS DIGITAUX, DU SIMPLE RÉFÉRENCIEMENT DE LEUR MAGASIN À LA VENTE EN LIGNE. »

J. C. : nous développons également notre référencement auprès de prescripteurs pour qu'ils proposent notre offre. Il s'agit d'acteurs privés qui travaillent au quotidien avec des commerçants comme des groupes bancaires, des cabinets d'expertise comptable, des assureurs... et qui sont présents sur tout le territoire. Mais il s'agit aussi d'acteurs publics comme les chambres de métiers, les chambres de commerce. Nous souhaitons être présents sur tout le territoire via des partenariats avec des acteurs impliqués dans la revitalisation des commerces indépendants de centre ville. Nous travaillons, par exemple, en ce moment, avec la chambre de commerce du Val-d'Oise sur un projet.

Pouvez-vous nous en dire plus sur ce projet ?

J. C. : la « Boutique Connectée » est un projet mené par la CCI du Val-d'Oise. C'est un camion-boutique qui va se déplacer, d'abord en Île-de-France, puis partout en France, pour faire la démonstration de solutions numériques dédiées aux commerçants. Et notre plate-forme Petitscommerces a été sélectionnée et est référencée dans ce bouquet de solutions, aux côtés de grands acteurs comme Google et La Poste. Ce référencement nous rend fiers. Il prouve que notre solution a toute sa place sur le marché.

Quels sont vos projets pour l'avenir ?

M. B. : le commerce de proximité nous intéresse au-delà de notre activité, car c'est un secteur porteur de valeur, de sens... Nous souhaitons développer une entreprise qui a du sens, la faire grandir en accompagnant le plus possible de commerces indépendants, partout en France.

J. C. : la revitalisation commerciale des centres-villes est un sujet d'actualité. La prise de conscience est réelle, aussi bien au niveau local que national avec la mise en oeuvre du Plan « Action Coeur de Ville » doté de 5 Mds€ dont 20 % environ qui sont dédiés à la digitalisation des commerces. Cela nous ouvre des perspectives importantes. Sur le terrain, les besoins d'accompagnement sont conséquents. Nous connaissons bien les commerçants, leurs besoins, et notre modèle tient la route. Il y a 600 000 commerces indépendants en France, nos marges de développement sont donc énormes !