**COLLOQUE**

**Le commerce innovant au service du renouveau rural**

**Clermont-Ferrand – 13 mars 2025**

**11h30 – PLENIÈRE 2**

**L’accès à une offre commerciale diversifiée**

Objectifs :

Table ronde visant à relever les conditions d’implantation de formes de commerce alternatives au magasin (commerce itinérant, magasins automatiques…) en milieu rural

**La Poste comme relais**

S’adressant à **Mylène Franceschi**, déléguée régionale du groupe La Poste, Pascal Madry interroge : comment La Poste pense-t-elle sa présence dans les territoires ruraux avec un modèle économique très contraint ?

« L’État a fixé un objectif de 17 000 points de contact, répond-t-elle, ce qui se traduit par un contrat de présence territoriale entre l’État, l’association des maires de France (AMF) et La Poste. 90 % de la population d’un département doit se trouver à moins de 5 kilomètres d’un de ces points de contact. Nous avons des comptes à rendre sur notre maillage. Pour y parvenir nous défendons le principe de la mutualisation des services. Nous sommes une entreprise publique, avec des contraintes budgétaires, il faut être utile. Après 2020, la question s’est posée de localiser nos services dans des commerces, des Ehpad, etc., moyennant une rémunération de l’ordre de 1 200 € pour l’ESS, et de l’ordre de 374 € pour les commerçants. Ces derniers peuvent bénéficier d’une aide à l’équipement : petit matériel, banque d’accueil, etc. »

Pour Mylène Franceschila mutualisation c’est l’avenir ! Elle souligne qu’Amazon est à la fois leur principal concurrent et principal client et que les Chinois sont de plus en plus présents…

Dans certains départements, les facteurs sont équipés de Smartéo, ce qui leur permet presque de devenir des extensions de France Service. Ils peuvent ainsi assurer le relais avec des personnes en fragilité.

Pour la livraison et le dépôt de colis, l’entreprise a développé des points relais La Poste, le service Pickup, en partenariat avec des commerçants de proximité, mais aussi dans des consignes automatiques. « Mais comment rester présents ? interroge-t-elle. Comment offrir un vrai service ? Nous ne pouvons être absents des nouveaux modèles de distribution. C’est le consommateur qui décide de tout. »

**Les supers supérettes numériques API**

« Avant d’être des supérettes numériques, nous sommes des ruraux, affirme **Julien Nau**,co-fondateur des supérettes numériques API.Ce modèle s’inspire d’un concept du nord de la Suède : dans un endroit très isolé où il n’y avait plus de commerce, des containers ont été installés pour assurer une distribution de produits alimentaires. Reprenant ce principe, API propose des *mobil home* de 40 m2 aménagés, ouverts 24h/7j. Les abonnés y accèdent au moyen de leur téléphone portable et font leurs courses en autonomie. Un employé en CDI assure le réapprovisionnement et la gestion de trois « magasins ». 700 produits du quotidien sont référencés, vendus à prix supermarché, dont 8 % de produits « super locaux ». Et il n’y pas plus d’une référence par produit. L’intérêt d’Api est de proposer un service dans des secteurs où il n’y a pas de commerce. Les gens se rencontrent chez nous, donc nous participons à une revitalisation du territoire. Nous avons une convention d’occupation et sommes classés ERP catégorie 5. »

**Mon P’tit camion, des guinguettes itinérantes**

L’association Mon p’tit camion, basée en Bretagne, propose quant à lui du conseil en ingénierie mobile et événementielle. « L’itinérance touche à tous les besoins du quotidien, nous dit **Alexandre Vallès**, directeur de l’association. On a besoin de manger, de se soigner, de se coiffer, d’entretenir son vélo, de consulter des services administratifs. En Bretagne, nous avons créé un festival Festitruck qui propose tout un panel d’activités hors saison estivale, des occasions de se retrouver, des guinguettes. Nous travaillons toujours avec un acteur local. »