

Consommer local avec kariyon.ch et l'aide de l'Etat

Cette nouvelle plateforme permet d'acquiescer des bons d'achat auprès des enseignes fribourgeoises. Le canton, lui, offre un rabais de 20%.

JEAN GODEL

COVID-19. Surtout ne pas recommencer comme avant la crise sanitaire! Mais pérenniser les élans positifs vus durant le semi-confinement, comme la solidarité des consommateurs envers leurs commerces de proximité: voilà ce qui a conduit le Conseil d'Etat à participer à une plateforme de soutien aux enseignes et services locaux.

Annoncée le 5 juin, cette action permet à la population d'acquiescer depuis hier, sur www.kariyon.ch, des bons d'achat auprès des commerces, restaurants et prestataires de services fribourgeois inscrits. Le canton prend en charge 20% des montants jusqu'à concurrence de 4 millions.

L'achat de bons court jusqu'au 31 décembre 2020, dans la limite des 4 millions de participation cantonale. Les bons, eux, seront valables jusqu'au 30 juin 2021. Leur montant sera limité à 100 francs. Chaque client pourra en acheter à hauteur de mille francs.

«C'était la dernière mesure d'urgence annoncée par le Conseil d'Etat, mais cela aurait tout aussi bien pu être la première de notre plan de relance», a exprimé, hier en conférence de presse à Matran, le conseiller d'Etat Didier Castella, directeur des Institutions, de l'agriculture et des forêts. L'effet levier de la mesure permettra en effet d'injecter rapidement 20 millions de francs dans l'économie fribourgeoise, encore fragile.

Pour ce faire, la plateforme www.soutien-aux-commerçants-fribourgeois.ch, créée dès le début du confinement par la



La plateforme offre une interface performante aux commerçants et artisans fribourgeois. JEAN-BAPTISTE MOREL

Jeune chambre internationale de Fribourg (JCI), a donc cédé la place à www.kariyon.ch. Le succès de la première a convaincu le Conseil d'Etat de confier à ses concepteurs le développement et la pérennisation de la seconde. Tous trenaïres, les six associés viennent de fonder la start-up fribourgeoise Local Impact.

Kariyon? «C'est le mot patois pour le carillon, cette clochette qui sonne aux portes d'entrée des petits commerçants», explique l'un des associés, Oliver Price. Sont éligibles les commerces, restaurants et services ayant pignon sur rue dans le canton et qui ont dû fermer durant la pandémie.

S'y ajoutent les membres de Terroir Fribourg. «La crise

a montré nos faiblesses, parmi lesquelles la nécessité de soutenir davantage une économie locale et responsable, dans un esprit de durabilité», justifie Olivier Curty, directeur de l'Economie et de l'emploi. Cela dit, les franchises fribourgeoises des grands groupes internationaux peuvent elles aussi participer au programme.

Tisser des liens

L'idée est également de tisser des liens entre consommateurs et commerçants. Patronne d'un salon de coiffure, Fabienne Décotterd témoigne: «Cela m'a aidée à payer les factures pendant le confinement. Et, depuis la réouverture, mon chiffre d'affaires s'est accru,

car, en plus des clients, qui reviennent, d'autres m'offrent les bons achetés ou les reportent à plus tard.» Pour Daniel Blanc, président de Terroir Fribourg, un tel soutien «fait chaud au cœur».

Dernier avantage, cet outil efficace aidera les entreprises affiliées à passer le cap de la numérisation. Tous spécialistes dans leur branche, les associés de Local Impact ont concocté un site sobre, avec une page spécifique à chaque commerçant et facile à utiliser par eux. Sur les mille adresses de la plateforme de la JCI, déjà 300 ont activé leur compte sur www.kariyon.ch. Le site sera gratuit jusqu'à la fin de l'année, puis un système d'abonnement assurera sa pérennité.

Touristes aussi

A noter que les touristes qui résident au moins une nuit dans le canton bénéficient aussi de l'offre, quoique adaptée: ils recevront un bon de 20 francs à faire valoir auprès des mêmes adresses. Une synergie que salue Pierre-Alain Morard, directeur de l'Union fribourgeoise du tourisme, pour qui la branche n'est de loin pas tirée d'affaire.

Enfin, ce coup de pouce de l'Etat est bienvenu pour les consommateurs. Mais, pour Didier Castella, l'enjeu n'est pas que commercial. Car, par leur comportement, les Fribourgeois n'ont rien de moins qu'un choix de société à faire: «Il en va en effet de notre qualité de vie.» ■