



Crédit photo: mydrone.fr & ville de Toulon



Audrey Archambault, responsable commercial chez Com Network, revient aujourd'hui sur l'un des principaux **besoin client** à travers l'exemple de la **Chambre de Commerce et d'Industrie du Var**. Créée par Ordonnance du Roi Louis Philippe le 18 juin 1833, cette dernière est la **8ème CCI de France** sur 152 et représente aujourd'hui **48 000 entreprises**.

Vraie structure d'accompagnement des projets professionnels, des entreprises et des particuliers, elle contribue gratuitement et au quotidien aux **stratégies de territoires** pour accroître le **dynamisme de la région**.

En tant qu'Agence de Développement Economique, la CCIV possède également de nombreux lieux physiques comme le port de Toulon, le palais du commerce ou le parlement varois des entreprises. Et avec une **stratégie évolutive axée sur l'humain** au cœur des projets numériques, cet organisme est en constante recherche de leviers pour mieux **accompagner les populations** dans les **évolutions sociétales** à venir.

## Quel(s) besoin(s) ?

Comme Madame Archambault a pu l'indiquer : « la Chambre de Commerce et d'Industrie Varoise est un excellent exemple de projet que l'on peut rencontrer au quotidien au sein des entreprises. Ces dernières ont la volonté d'aller vers **davantage de Digital** mais ont un réel **besoin d'accompagnement et d'évolutivité**. »

Avec l'ensemble des particularités de son activité, la Chambre de Commerce et d'Industrie doit **mener de front plusieurs** transformations digitales dans

des secteurs très différents tout en se référant constamment aux **réels besoins des utilisateurs**.

« En souhaitant **sécuriser et contrôler** facilement les connexions aux réseaux internet qu'elle possède, la CCI Varoise était par conséquent en attente d'un réel accompagnement. »

En effet, tout lieu public proposant une connexion internet se voit dans l'obligation de respecter la **Loi Anti-terroriste de 2006** ainsi que le futur **Règlement Européen sur la Protection des Données (RGPD)** qui entrera en vigueur en mai 2018.

Com Network, acteur majeur de l'intégration systèmes et réseau dans le sud de la France a ainsi été choisi pour accompagner la CCI dans l'**évolution** et la **qualité** de son réseau.

« Au vu des demandes de notre client, les solutions UCOPIA répondaient parfaitement aux problématiques ainsi qu'à ses besoins. Par ailleurs, l'**ouverture aux nouveaux usages** permettaient à notre client de se projeter sur les ouvertures possibles auprès de ses propres usagers. En l'occurrence la solution étant installée sur des ports ayant pour vocation d'accueillir des croisiéristes et touristes notamment étrangers, les **possibilités d'évolution** ont été particulièrement appréciées du client. »

## Le tourisme : un enjeu clé...

Le **secteur du tourisme** étant un élément essentiel pour la **Côte d'Azur** et l'**image de la France**, la Chambre de Commerce et d'Industrie souhaite développer cet axe en améliorant l'**expérience des voyageurs** dans cette partie de l'hexagone.

(1) - Etude HotelNewsNow 2016 via la Conférence Adobe : <https://blogs.adobe.com/digitaleurope/fr/digital-marketing-fr/tourisme-digital-repenser-l'experience-client-dans-sa-globalite/>



Plus qu'une simple **tendance**, comme le met en avant l'étude HotelNewsNow 2016<sup>(1)</sup>, le voyage est un élément clé dans l'**épanouissement personnel**. Et si l'étude Amadeus 2016<sup>(2)</sup> souligne bien l'importance de l'implication des entreprises au cours de la **phase avant-voyage** au moment de la planification, elles sont en revanche **peu impliquées durant le voyage ou dans la phase d'après-voyage**.

Il y a ainsi encore beaucoup de travail et de marge de manœuvre pour faire évoluer l'**expérience voyageur** ainsi que le **processus de fidélisation**.

En souhaitant **valoriser l'écosystème local** Varois grâce aux solutions de **Proximity Marketing** d'UCOPIA, la Chambre de Commerce et d'Industrie se donne les moyens de se placer dans un **cycle vertueux centré sur ses usagers**.

En leur proposant un service de connectivité, les différents lieux apprendront à mieux connaître leurs utilisateurs pour tendre petit à petit vers davantage de **pertinence dans leur offre de service**.

Cette relation permettra au final d'offrir une **expérience touristique et/ou citoyenne sur mesure**.

### Un exemple de parcours enrichi :

Le port de Toulon, équipé et créé pour devenir un HUB de transport à l'écoute des passagers en transit est capable de discerner si les voyageurs sont en provenance ou en partance de la rade.

Ce simple détail, couplé à la nationalité du visiteur permettra dans un premier temps de lui proposer les informations qui pourraient réellement l'intéresser vis-à-vis de la suite de son séjour. Une visite pré-organisée des îles du levant, un parcours dans l'arrière-pays varois pour découvrir les richesses culturelles ou bien les meilleures adresses pour se baigner et se restaurer. Les applications sont multiples et complètement adaptatives pour faire découvrir à l'utilisateur l'écosystème local.

Le fait que ces informations soient transmises et disponibles en toute transparence permet également de fournir un service fiable et de qualité, loin des faux avis auxquels les internautes peuvent parfois se confronter.

Cette démarche non-intrusive, basée sur la volonté d'accéder au Wi-Fi, permet au final de proposer une réelle expérience de tourisme.

(2) - Etude Amadeus, source en anglais : <http://www.amadeus.com/documents/reports/accessible-travel-report-voyage-of-discovery.pdf>