

CCI DE DEMAIN : C'EST ICI, C'EST AUJOURD'HUI...

3 *bonnes raisons de construire, dès maintenant, la CCI de Demain. Une CCI qui sera connectée, collaborative et réactive pour répondre aux nouvelles attentes de ses clients, s'adapter aux évolutions de son environnement, tant technologiques qu'institutionnelles, et faire face à la concurrence de nouveaux acteurs. La vocation de cette lettre d'information : donner de bonnes nouvelles, à partager sans modération, sur la transformation de notre réseau. Un regard sur l'avancement de la CCI de Demain, sa mise en œuvre actuelle dans les CCI et sur des réalisations dont nous pourrions nous inspirer. Notre avenir n'a jamais été aussi proche...*

QUOI DE NEUF ?

CCI DIGITALE

CCI STORE : LA FUTURE PLATEFORME DE SERVICES DES ENTREPRISES DE FRANCE

Acté à l'occasion de l'Assemblée Générale du 24 mai 2016, l'engagement du réseau des CCI vers le digital ne s'est pas fait attendre pour se traduire dans les faits. Les travaux pour la conception d'une offre de services entièrement dématérialisée ont été lancés et conduits en mode agile dès le 1^{er} juin. Avec deux objectifs majeurs : engager les CCI dans leur transformation digitale et proposer une solution collective d'e-services. Une solution qui prendra la forme d'une plateforme de solutions numériques pour les entreprises. Tout comme l'offre digitale des CCI complètera leur offre classique, la future plateforme CCI STORE, qui existera en version web et mobile, sera complémentaire des sites internet des CCI. L'atout premier du réseau - son ancrage territorial - sera préservé avec une personnalisation de la plateforme aux couleurs de chaque CCI et un routage des demandes des entreprises vers l'offre locale. Sur CCI STORE, les entrepreneurs trouveront tous les produits digitaux nationaux du réseau (comme CCI Business Builder, Transentreprises, les aides.fr) et l'offre référencée des éditeurs de e-services. De fait, la proximité du réseau avec ses 2,9 millions de ressortissants et toutes les données dont disposent les CCI intéressent fortement les producteurs d'e-services... « Notre double objectif c'est d'atteindre 80% des 2,9 millions d'entreprises et de les aider, ce faisant, à passer au numérique » conforte Vianney de Chalus, Président de la CCI Seine-Estuaire et du comité de pilotage de la CCI de Demain. Rendez-vous le 25 octobre prochain à l'AG des CCI pour découvrir le prototype du « CCI STORE, le « CCI LAB » (future startup du réseau en charge de l'animation et de la gestion de la plateforme) et tous les livrables pour le déploiement de l'outil.

Pour en savoir plus : [présentation du bilan étape des travaux de la cci digitale](#)

Verbatim de l'intervention de Vincent Ducrey cofondateur du Hub Institute lors du CCI Forum :

- ▶ « Le numérique n'est pas une révolution du jour au lendemain mais une transformation au quotidien et sur la durée »
- ▶ « L'enjeu est de réussir à informer ses clients en ligne et à traiter les retours terrain pour préparer la relation commerciale et gagner »
- ▶ « La Data, le nouveau pétrole »
- ▶ Citant Darwin : « Les espèces qui survivent ne sont pas les espèces les plus fortes, ni les plus intelligentes, mais celles qui s'adaptent le mieux aux changements »

ELLES L'ONT FAIT, POURQUOI PAS VOUS ?

① CCI TERRITOIRE DE BELFORT :

PASSER PAR LABOUTIC POUR PASSER AU NUMÉRIQUE

Du « Web to store » pour faire venir l'internaute en magasin à l'offre « Digital in store » d'outils et de solutions facilitant ses achats sur le lieu de vente, le commerce indépendant et de proximité doit imiter les réseaux de franchisés pour, à son tour, être connecté. Les élus de la CCI comme les commerçants du territoire de Belfort en sont convaincus même si ces derniers se sentent un peu perdus dans cet univers virtuel. D'où l'ouverture en cette rentrée

2016 de « Laboutic », une plateforme web de sensibilisation et de mise en relation pour accompagner les entreprises belfortaines de commerce et de services vers le digital. Sur les rayonnages de cette boutique en ligne : un quizz de 20 questions pour évaluer en moins de quatre minutes la maturité et l'équipement numérique de l'entreprise apportant des réponses sous forme de fiches produits (87 fiches sur les bornes interactives, les écrans à affichage numé-

rique ou les cabines d'essayage virtuelles par exemple), ainsi qu'une offre de formation et d'ateliers pour monter en compétences (sessions animées par des cabinets spécialisés). « Tout au long du processus, le chef d'entreprise garde la main : il se connecte quand il veut, gratuitement et sans engagement, et choisit les solutions et les opérateurs qui lui conviennent en fonction de ses objectifs et de son budget » explique Marie-Christine Girard, conseillère commerce et responsable de la démarche. Mais il est possible au commerçant de solliciter la CCI pour un accompagnement - payant cette fois -ci - qui peut prendre la forme d'un pré-diagnostic pour faire un état des lieux de ses pratiques et équipements numériques ou d'une aide à la

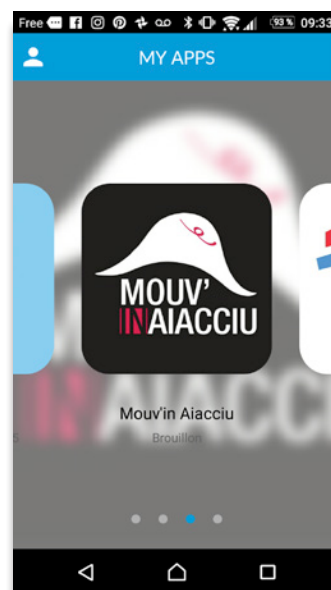
décision pour sélectionner les solutions les plus appropriées (outils, formations ou conseils d'experts). « Nous avons l'ambition d'être des facilitateurs du numérique » précise la conseillère. Une cinquantaine de diagnostics en ligne est espérée avant la fin de l'année et des pistes de développement de la plateforme sont d'ores et déjà envisagées : un showroom en centre-ville pour tester les technologies, et si la démarche a le succès escompté, le recrutement d'un expert du numérique pour accompagner au quotidien les entreprises du commerce, des services et, à venir, ceux de l'industrie.

Pour en savoir plus : www.laboutic.fr

② UNE VITRINE NUMÉRIQUE POUR LE COMMERCE DE CENTRE-VILLE

La CCI d'Ajaccio et de Corse-du-Sud est partie à la reconquête de la clientèle locale et touristique d'Ajaccio. Coiffée d'un bonnet napoléonien, l'application « Mouv'in AIACCIU » doit permettre, face à la concurrence des zones commerciales périphériques, de « donner une image dynamique du commerce de centre-ville » encourage Pierre Acquaviva, directeur de l'action économique et entreprise de la CCI et chef de file de l'opération. Suite à une phase de sensibilisation des commerçants aux nouveaux outils digitaux menée en 2014 et après quinze mois d'échanges avec l'union commerciale et de développement informatique, la nouvelle application a été lancée le 18 juillet 2016. Objectif : valoriser et faciliter le shopping de proximité en référençant et géolocalisant les commerces de centre-ville (400 des 600 installés au cœur d'Ajaccio figurent à ce jour dans la base de données). Les cibles visées : la clientèle locale, les touristes résidents et la manne des croisiéristes. Sur « Mouv'in AIACCIU », ils trouvent de nombreux services classés en six catégories : la liste des boutiques, des hôtels et services (administratifs, poste, banque...), des lieux touristiques incontournables, des parkings, des endroits où sortir et les bons plans proposés par les commerçants. Avec cette cartographie interactive, les utilisateurs de l'appli peuvent repérer, par type d'activité et par marque de produit, les commerces qui les intéressent (fiche détaillée à la clé), savoir comment s'y rendre et où garer leur voiture (indication du nombre de places disponibles dans les parkings). Et pour convaincre les clients d'entrer dans les magasins, vingt commerçants ont accepté d'investir dans une borne interactive qui envoie des SMS en push aux passants ayant téléchargé l'appli. Si le référencement sur l'application est gratuit, cet outil de « geofencing » est facturé une centaine d'euros par an. Depuis son lancement, l'appli, qui a été financée à parts égales par la CCI et l'agence de développement éco de l'île, a été téléchargée 5 500 fois (130 000 pages vues).

[A lire le dossier de presse](#)



D'AUTRES L'ONT FAIT, POURQUOI PAS NOUS ?

③ RATP : LA TRANSFORMATION DIGITALE SUR LES RAILS

On parle souvent des trains qui arrivent en retard. Et si l'on parlait de ceux qui passent à l'heure... du numérique ? Pour devenir un acteur de la mobilité urbaine et connectée, la RATP s'est dotée en novembre 2015 d'une direction « Stratégie, innovation et développement » confiée à Nathalie Leboucher (ex pilote du programme « Smart City » d'Orange). Objectif : réussir la transformation digitale du groupe. Une nécessité pour faire face à l'ouverture programmée à la concurrence du secteur des transports, à l'arrivée de nouveaux acteurs de la mobilité (vélib, autolib, covoiturage...) et « répondre aux attentes de notre clientèle qui », le constate Nathalie Leboucher, « n'accepte pas de ne pas être connectée dans les transports d'où la couverture de toutes nos lignes en 3 et 4 G ». Pour y parvenir, un plan digital est en cours d'élaboration avec un budget de 30 millions d'euros à la clé. Un plan qui va s'articuler autour de quatre axes. Premier pilier : poursuivre le développement de services aux voyageurs (des applis sur l'état du trafic mais aussi des solutions pour faciliter la vie quotidienne des clients comme par exemple une offre de pressing via les magasins Relay H des stations). Deuxième action : sensibiliser les salariés au numérique à l'aide du passeport digital proposé sur la base du volontariat aux 45 000 collaborateurs de la RATP (de courtes vidéos de deux minutes que les salariés pourront regarder

pendant leur temps de travail avec, à la suite, un petit quizz). « Nous voulons embarquer tout le monde, les geeks et ceux qui le sont moins, dans cette conduite du changement et bâtir, pour ce faire, un socle commun de connaissances en numérique » encourage Nathalie Leboucher. Troisième levier : améliorer les processus opérationnel du trafic et de la maintenance grâce au « big data ». Le personnel et les équipements étant déjà largement connectés, un centre de gestion des données va être créé pour stocker toutes ces informations, améliorer leur qualité et les traiter. Et pour, au final, faire émerger, en faisant travailler ensemble des collaborateurs métiers et des informaticiens du groupe, de nouveaux services répondant à un besoin précis (ex connaître la charge des trains). Dernier axe : recourir au digital pour faciliter la mobilité dans une « ville durable » (moins polluante, plus accessible aux personnes à mobilité réduite...). Le train de l'innovation à la RATP passera par le concours de startups (suivies, voire le cas échéant, rachetées par le groupe) mais aussi par les « bougeurs » (système intraprenarial incitant les collaborateurs à développer des projets en étant coachés au sein de l'incubateur NUMA). « Ce rapprochement des deux cultures est fondamental pour la réussite de notre démarche » conclut la directrice de l'innovation.

Vous aussi, vous avez une bonne nouvelle à partager ? Votre contact : f.bellaiche@ccifrance.fr