

Intitulé du projet : **COMMUNICATION ACTIVE INSTANTANEE**

Organisme porteur du projet : **Les Vitrines de Caen**

adresse : **2, Parvis Notre Dame de la Gloriette – 14000 CAEN**

Nom et prénom du représentant du porteur du projet : **Paolo Salvatori - Président**

Email : **facc@wanadoo.fr**

téléphone : **02 31 50 21 21**

télécopie : **02 31 50 22 00**

Descriptif synthétique du projet :

Les Vitrines de Caen, association de commerçants ont créé leur site internet courant 2008. Ce site présente 450 commerces caennais partenaires, leurs offres ou promotions, mais aussi toutes manifestations commerciales, festives, culturelles susceptibles d'intéresser la clientèle régionale. Il reçoit à ce jour en moyenne 1100 visites par mois pour 244 000 pages vues (données 2009). 40% des consommateurs consultent Internet avant de faire leurs achats.

Fort de cette expérience, notre association veut aller au plus près des clients et les informer en temps réels des offres commerciales proposées dans les commerces sur le site et simultanément sur des écrans en ville.

Pour ce faire, l'association souhaite adapter son site www.vitrines-caen.fr et installer 3 écrans reliés à internet en des lieux de grand passage en ville, ou chez un ou des partenaires sur lesquels seront diffusées les offres et promotions des commerces.

Le caractère innovant de la bonne pratique :

L'innovation consiste dans le fait que le commerçant a accès directement au serveur depuis son propre PC. Il peut créer une offre commerciale pour un temps donné (heures, jours, semaines), la modifier, la supprimer, l'améliorer sans quitter son PC. Son offre se trouvera mise en ligne immédiatement et directement sur les écrans et tournera par ordre d'arrivée pour le temps qu'il aura choisi. Le commerçant demeure responsable de son offre sous la surveillance d'un modérateur.

L'utilité consiste dans la réactivité du commerce qui veut doper son chiffre d'affaires sur une tranche de temps ou sur un produit ou sur un service et dans l'immédiateté de sa mise en œuvre.

Le caractère reproductible de la bonne pratique et son intérêt pour le commerce de proximité :

Une fois développés le logiciel et la méthode d'exploitation, il est simple de la transmettre à d'autres structures intéressées par ce projet et ce sans renouveler de la recherche et du développement. Il va dans le sens de la solidarité et d'échanges d'informations telles que nous le connaissons entre associations dynamiques et professionnalisées de commerçants réunies au sein de la FNCV.

L'inscription de la bonne pratique dans un projet global de développement du commerce de proximité :

Elle consiste à mettre à disposition des commerçants un Extranet, sécurisé par un identifiant et un mot de passe, leur permettant d'accéder à un formulaire de saisie de textes. Une fois le texte saisi le contenu sera publié sur le site.

Elle donne au consommateur la possibilité de rester informé et de s'inscrire à une mailing liste globale ou spécifique qui lui permettra de recevoir l'info en temps réel (la structure possède déjà un fichier déclaré à la CNIL de plus de 4000 adresses mail en portefeuille). Les téléphones portables étant de plus en plus équipés de la technologie 3G, le mail pourra être vu d'un portable.

Le calendrier de réalisation et les principales étapes de la bonne pratique :

Dès accord reçu et validation par le Conseil d'Administration, la signature d'une Convention avec le prestataire s'impose pour le développement des logiciels (2 mois) les tests et mise en œuvre (1 mois) et maintenance. Le développement commercial s'opère dans ce laps de temps avec les personnels permanents de la structure auprès des commerçants adhérents ou non. Le souhait est d'ajouter des adhérents nouveaux.

Les perspectives de développement :

Les Vitrines de Caen sont déjà outillées via leur site internet pour connaître heure par heure, jour à jour, semaine à semaine les quantités de visites d'internautes, leur origine géographique, leur temps de visite, les requêtes et les pages lues.

Restera à obtenir auprès des commerçants la réalité des résultats, mais le turn-over des offres des commerçants sera à lui seul une indication de performance.

L'appréciation des commerçants sera également un facteur de développement du projet qui par la communication qu'ils entretiennent entre eux feront connaître son utilité. Un succès doit conduire à une augmentation du nombre d'écrans en ville.