

11:45

4G



Oh! My Côte d'Azur, un projet transfrontalier.


L'application Oh! My Côte d'Azur est développée
par la Chambre de Commerce et d'Industrie Nice
Côte d'Azur

et la Communauté d'Agglomération
Cannes Pays de Lérins, dans le cadre
du projet européen PAYS- AIMABLES
co-financé par l'Union Européenne au travers du
programme européen
INTERREG ALCOTRA PITER PAYS-SAGES.



Comment utiliser le scanner de réalité augmentée ?

Placez l'appareil devant les images de la brochure portant
un symbole spécifique.

Appuyez  pour faire apparaître les
contenus en réalité augmentée.

Compatibilités : iOS 10.0 et plus, certaines fonctionnalités
peuvent nécessiter le support d'ArKit.



Carte



Scanner

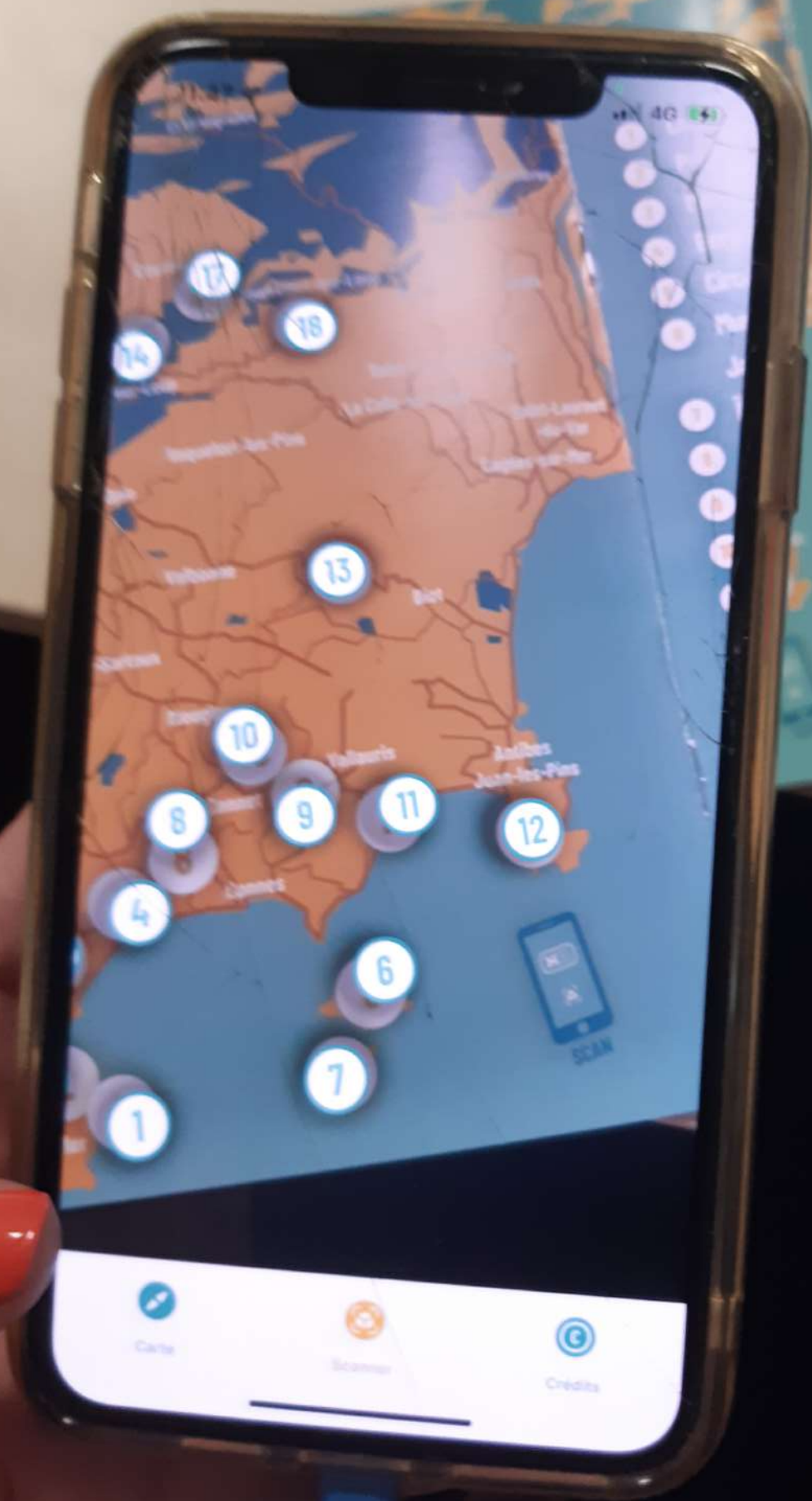


Crédits



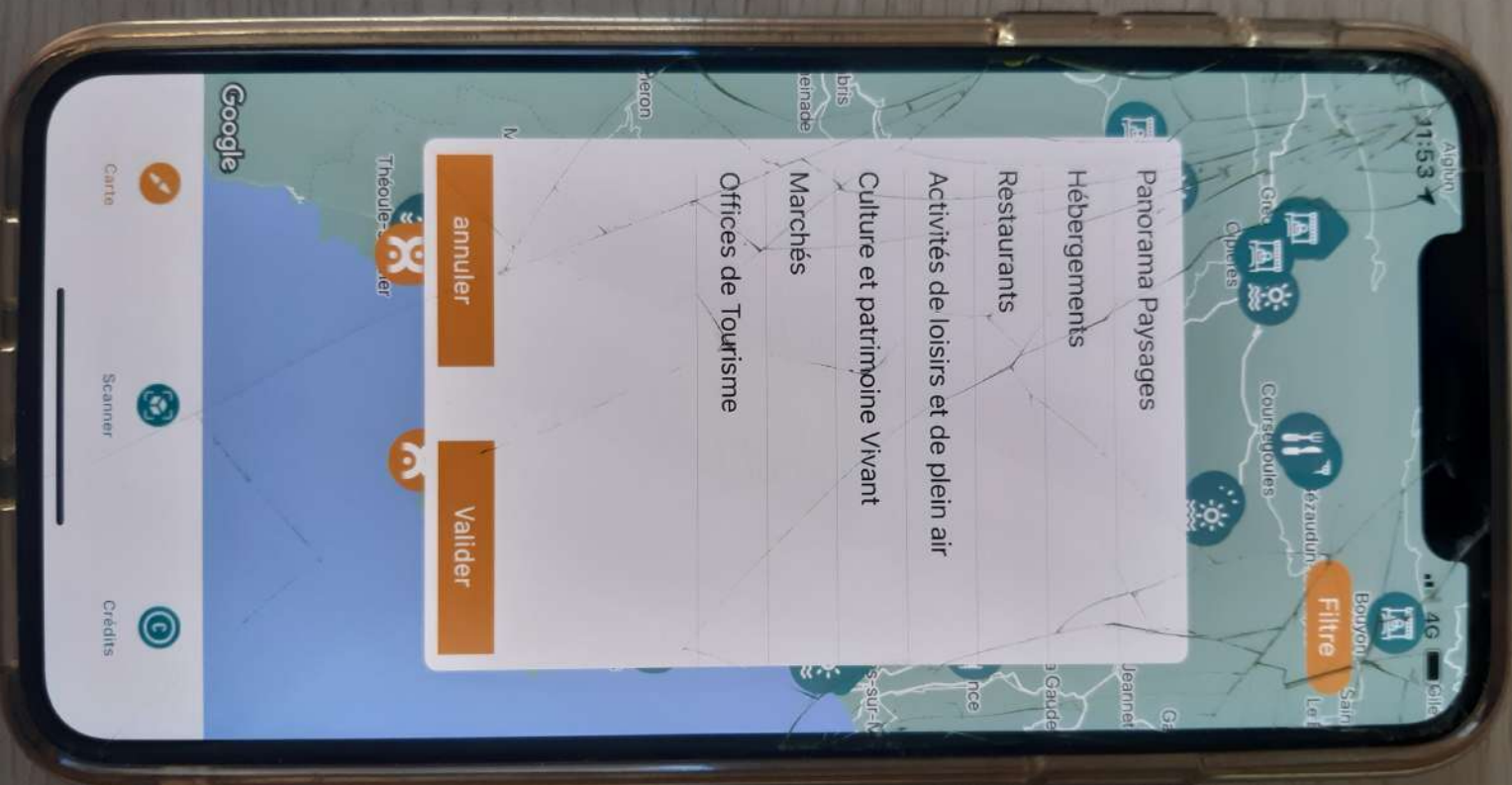
Explorez les paysages azuréens et leurs secrets !

Explore Esplora
the French Riviera landscapes i paesaggi della Costa Azzurra
and their secrets ! e i loro segreti!











Oh! My Côte d'Azur, un projet transfrontalier.

L'application Oh! My Côte d'Azur est développée par la Chambre de Commerce et d'Industrie Nice Côte d'Azur

et la Communauté d'Agglomération Cannes Pays de Lérins, dans le cadre du projet européen PAYS- AIMABLES

co-financé par l'Union Européenne au travers du programme européen INTERREG ALCOTRA PITER PAYS-SAGES.



Comment utiliser le scanner de réalité augmentée ?

Placez l'appareil devant les images de la brochure portant un symbole spécifique.

Appuyez sur l'icône pour faire apparaître les contenus en réalité augmentée.

Compatibilités : iOS 10.0 et plus, certains fonctionnalités peuvent nécessiter le support d'ARKit.



Carte



Scanner

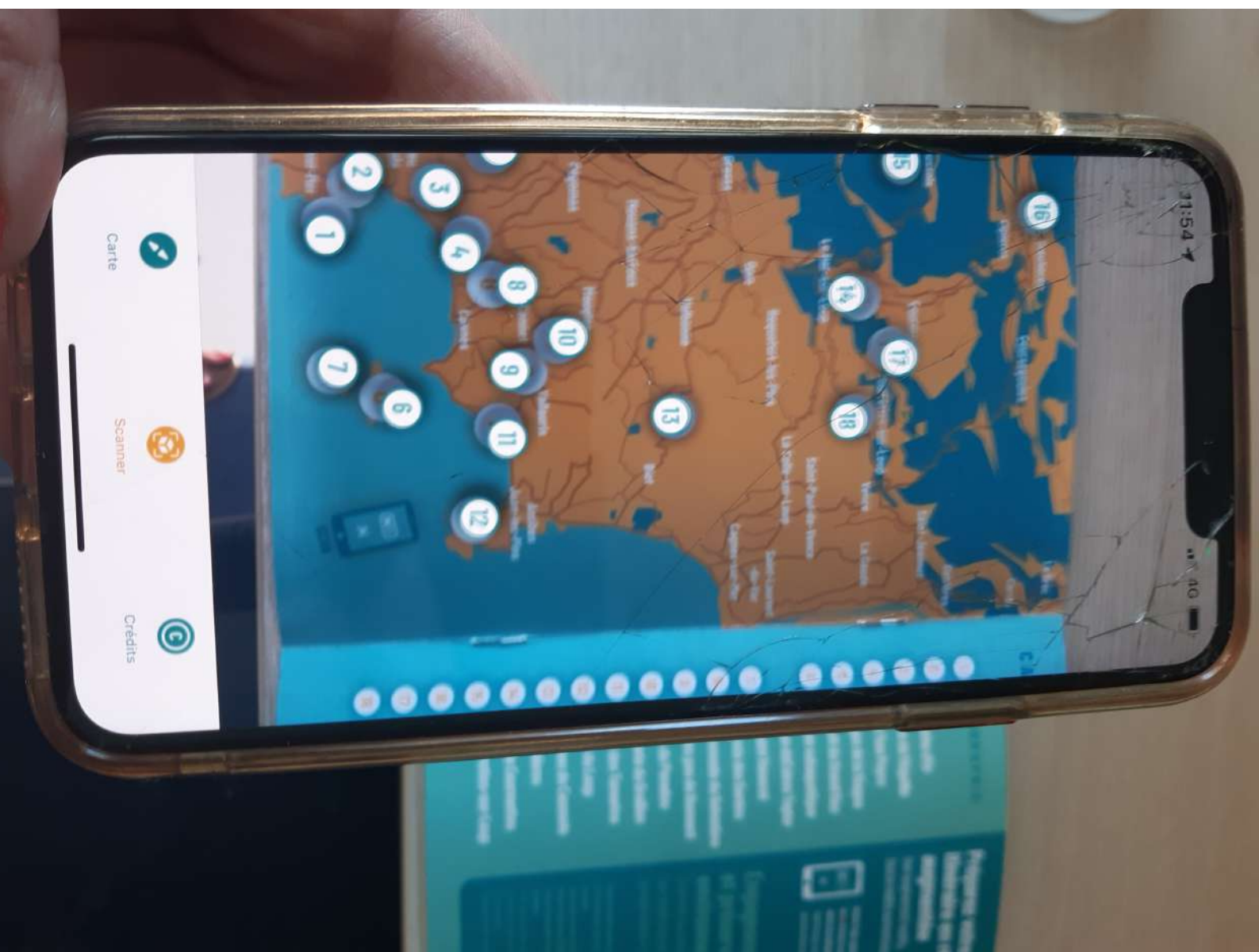


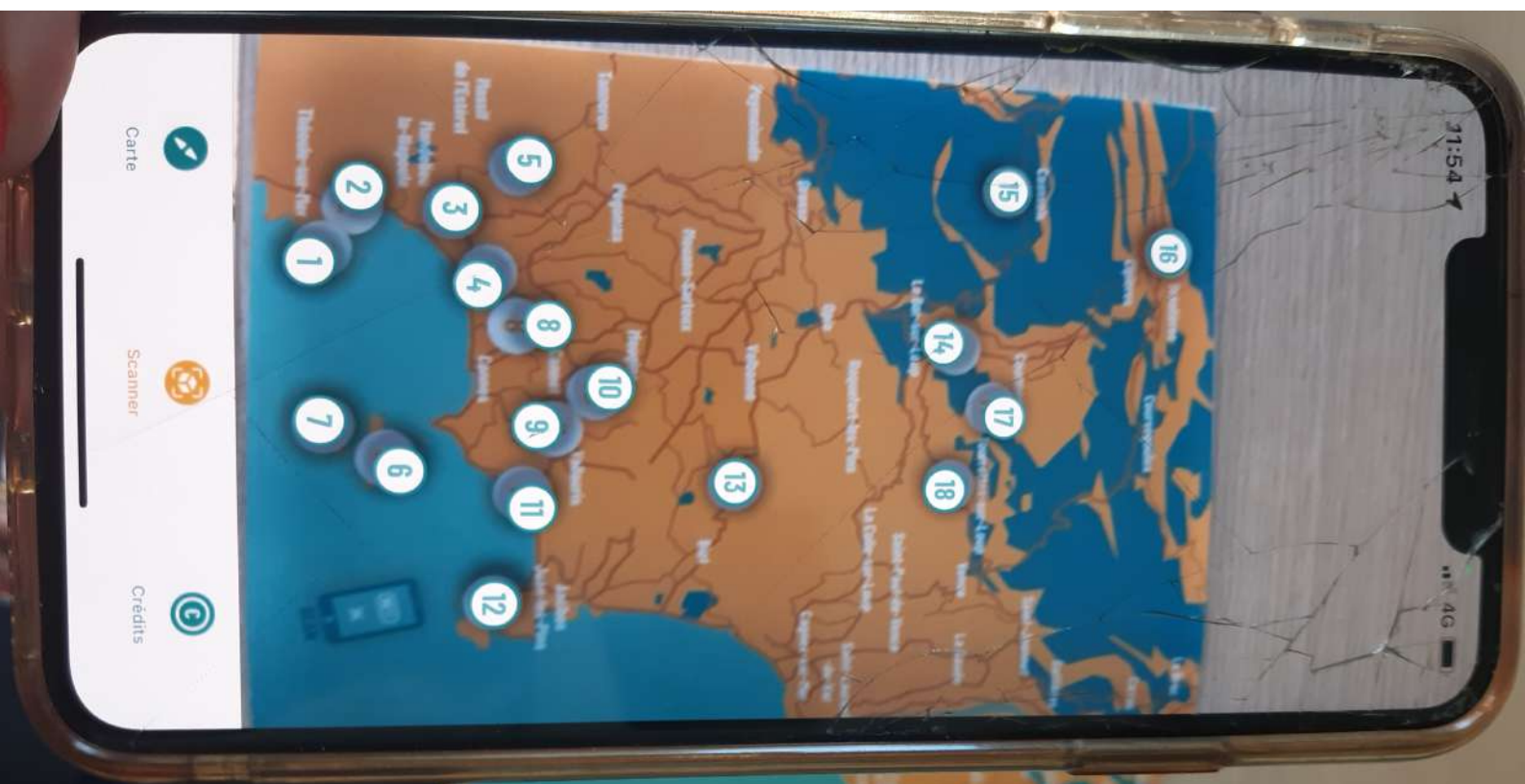
Crédits

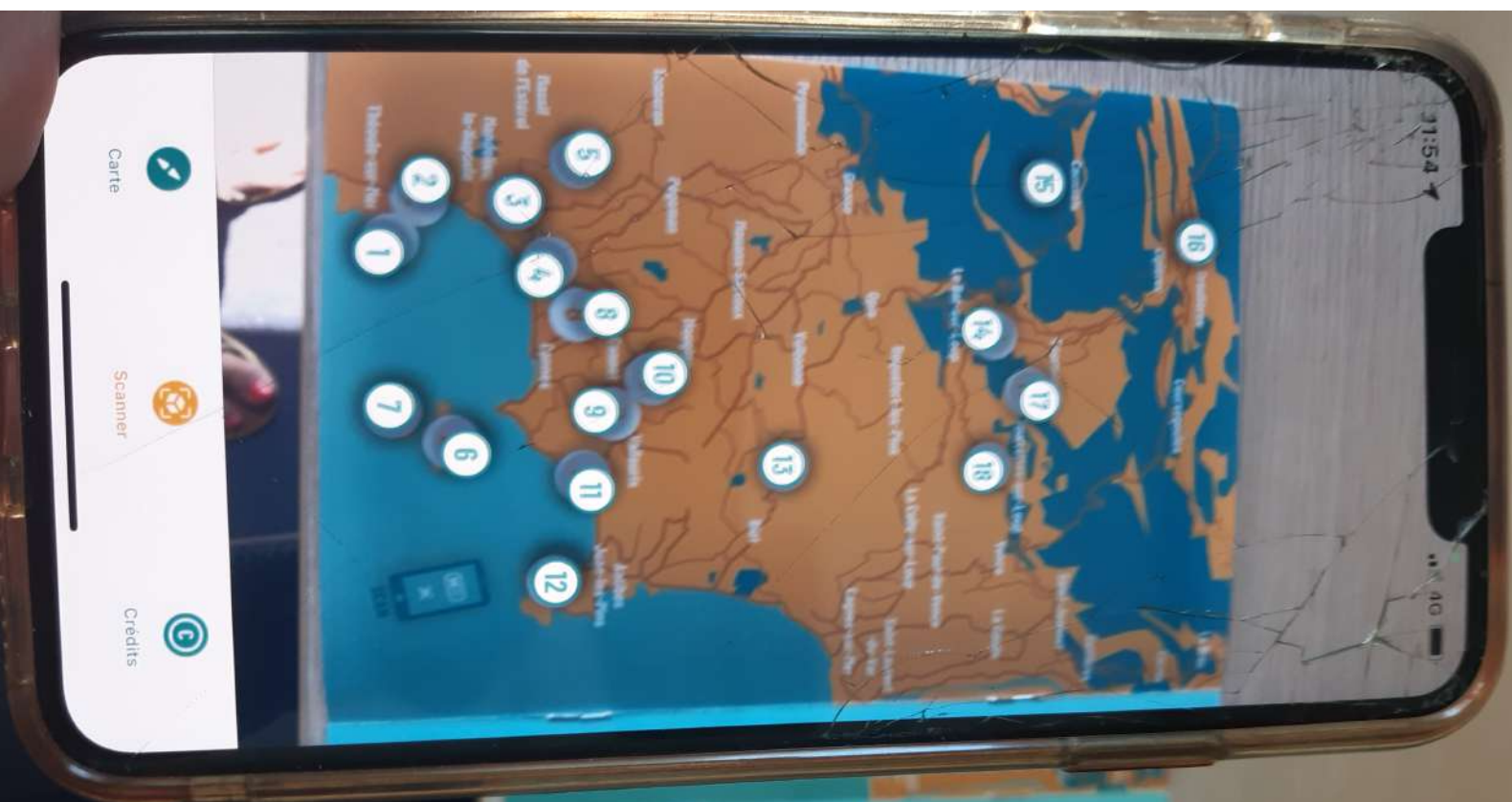


Explorez les paysages azuréens et leurs secrets !

Explore Explora
the French Riviera landscapes i paesaggi della Costa Azzurra
and their secrets : e i loro segreti!









SYNTHÈSE GLOBALE OH! MY CÔTE D'AZUR

Dans le cadre du projet européen transfrontalier PAYS AIMABLES, la Chambre de Commerce et d'Industrie Nice Côte d'Azur (CCINCA) et la Communauté d'Agglomération Cannes Pays de Lérins (CAPL) ont souhaité mettre en place un nouveau produit touristique sur les territoires CAPL et Communauté d'Agglomération de Sophia Antipolis (CASA).

Pour y parvenir, le groupement d'entreprises menés par The Virtual Propaganders, accompagné de Welove et Bonnie & Cloud, a été sélectionné pour mener à bien ce projet, en date du 13 décembre 2021.

Un premier travail de benchmark a été réalisé par le prestataire, portant sur les éléments suivants :

- Routes et itinéraires touristiques existants sur les territoires concernés,
- Outils et parcours innovants,
- Les nouvelles tendances du tourisme

Suite à ce travail d'analyse et de recherche, il a été décidé de concevoir une nouvelle offre touristique basée sur la création d'une application mobile en réalité augmentée.

En complément, l'absence constatée de signalétique sur les points d'intérêts (POI) potentiels a conduit à décider la conception d'un support de communication ayant pour objectif d'expliquer le dispositif et de donner envie de vivre l'expérience de découverte.

Le projet consiste donc en un **double dispositif** :

- Un support de communication (brochure),
- Une application mobile en réalité augmentée
- Le tout en 3 langues : français, italien et anglais

Après avoir rencontré et présenté le projet aux parties prenantes opérationnelles (Offices de Tourisme, Comité Régional du Tourisme...), un nouveau parcours touristique est défini, composé de 18 POI premium :

- La Corniche d'Or,
- La Pointe de l'Aiguille,
- Le Mont San Peyre,
- Les Berges de la Siagne,
- Le Circuit du Grand Duc,
- Le Musée Subaquatique Jason Decaires Taylor,

- L'île St Honorat,
- La Croix des Gardes,
- La Promenade du Belvédère,
- Sur les pas de Bonnard,
- Le Parc du Paradou,
- La Batterie du Graillon,
- Le Pont des Tamarins,
- Le Plateau de Caussols,
- Gréolières,
- Le Pont du Loup,
- Le Pic de Courmettes,
- Tourrettes-sur-Loup.

Les territoires de la CAPL et de la CASA sont ainsi couverts de part en part, faisant le lien entre le littoral et le moyen pays. Ce nouvel itinéraire mélange les lieux incontournables de la Côte d'Azur et des lieux plus confidentiels à fort potentiel d'attractivité.

Un repérage de ces sites a toutefois permis d'identifier une carence : l'absence d'audioguide pour expliquer et raconter les lieux.

Ainsi, il est décidé de créer des contenus audios à destination des utilisateurs pour apporter la dimension de médiation dans leur découverte du parcours. Ces descriptions audios sont accessibles au travers l'application mobile et la technologie de réalité augmentée.

Les nombreux échanges entre les prestataires et le maître d'ouvrage permettent ainsi de calibrer ce que doit être le dispositif :

- **La brochure comporte :**
 - Une présentation du projet et du dispositif,
 - Une explication de la marche à suivre (*vademecum* d'utilisation de l'application)
 - Une cartographie des POI premium, en réalité augmentée :
 - Diaporama photos & vidéos
 - Une présentation succincte de chaque POI premium
 - Un lien entre ce dispositif et les autres outils et parcours touristiques créés dans le cadre du projet PAYS AIMABLES sur les autres territoires
- **L'application mobile comporte :**
 - Une cartographie reprenant les 18 POI premium ainsi qu'une centaine de POI économiques. Ces POI économiques sont des

acteurs socio-professionnels qui sont entrés dans une démarche de tourisme durable et qui bénéficient à ce titre d'une mise en avant sur ce nouvel itinéraire touristique. Ils sont regroupés en 6 catégories :

- Hébergements,
- Restaurants,
- Activités de loisirs et de plein air,
- Culture et patrimoine vivant,
- Marchés,
- Offices de tourisme

Chaque POI (premium ou économique) dispose d'une fiche de présentation où sont regroupées les d'informations utiles à leurs découvertes (coordonnées GPS, accessibilité, parking, extraits audios pour les POI premium, label, téléphone, email et site internet). Les 3 derniers éléments sont directement cliquables et interactifs depuis l'application mobile.

- Un scanner de réalité augmentée permettant de déclencher les expériences interactives depuis la brochure.
- Les contenus audios sur chaque POI Premium
- Les crédits et remerciements

Outre la conception de la brochure et de l'application mobile, le prestataire a également eu pour mission le naming et la création de l'identité visuelle du projet. C'est finalement « Oh! My Côte d'Azur » qui sera choisi pour ses qualités :

- qui expriment la surprise et la découverte,
- qui valorisent le territoire de la Côte d'Azur,
- qui expriment la dimension internationale (pas besoin de traduire le nom dans les différentes langues)
- d'appropriation grâce à l'utilisation du pronom personnel « My »

Ce nom et son identité visuelle sont déclinés sur l'ensemble des supports du dispositif, notamment sur un modèle de kakémono et des visuels pour les réseaux sociaux.

Pour aider au téléchargement de l'application mobile, un QR code est généré. Il est apposé sur la brochure et diffusé sur les supports de communication du projet (site internet, réseaux sociaux, communiqués de presse...).

La brochure est éditée à 50 000 exemplaires pour être distribuée à toutes les parties prenantes sur le territoire (offices de tourisme, bureaux d'information

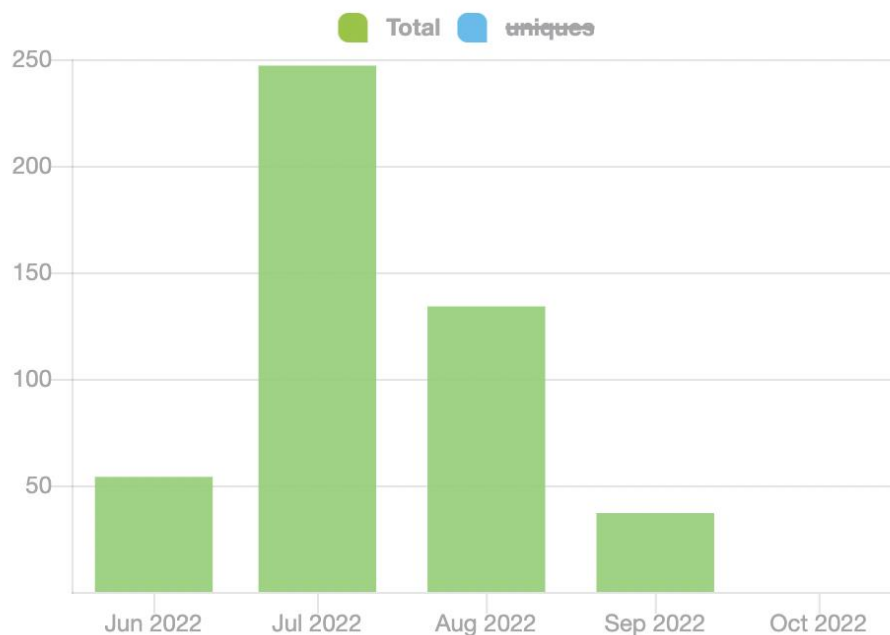
touristique...). Elle doit se trouver sur les points de contact avec les touristes qui souhaitent découvrir notre territoire d'une manière différente et innovante.

Pour lancer le projet, la CCINCA organise la campagne de communication suivante.

Après deux mois et demi d'exploitation (juillet / mi-septembre 2022), voici les résultats que nous obtenons :

- l'application a été téléchargée 832 fois
- iOS (38%) et Android (62%)
- Taux de conversion sur Android : 33% (nombre de téléchargements / nombre de consultations)
- Nombre d'affichages de l'app sur l'Appstore : 5 446
- le top des pays (basé sur la langue du téléphone) :
 - 1. France
 - 2. Allemagne
 - 3. Italie (iOS) Corée du Sud (Android)
- Note de l'app : 5 étoiles sur Appstore | 3,8/5 sur Google Playstore
- le QR code a été flashé 472 fois (graphe ci-dessous) :
 - 54 en juin,
 - 247 en juillet,
 - 134 en août,
 - 37 en septembre







ÉVOLUTION DES SCANS



SCANS PAR PAYS PRINCIPAUX

#	Pays	scans	%
1	France	340	72.03%
2	Germany	48	10.17%
3	Italy	32	6.78%
4	Netherlands	10	2.12%
5	Finland	8	1.69%
6	Canada	7	1.48%

SCANS PAR SYSTÈME D'EXPLOITATION

SE	scans	%
AndroidOS		38.35%
iOS		32.2%
Windows		14.19%
OS X		2.54%
Linux		1.06%
Ubuntu		0.21%

- l'expérience de réalité augmentée sur la brochure a été déclenchée 829 fois. Étant donné qu'il n'y a qu'un seul déclencheur pour ne pas alourdir l'application mobile et sa base de données, et que l'expérience de réalité augmentée se déroule dans un mode « scénario », nous ne disposons de statistiques individuelles pour chaque POI Premium.

Le retour d'expérience que nous pouvons faire à ce stade permet d'identifier les points d'amélioration suivants :

- pour accroître la visibilité du dispositif et faire le lien entre les itinéraires, une ou **plusieurs extensions à d'autres territoires** seront nécessaires,
- pour favoriser l'accès aux différentes démarches de tourisme durable, nous pensons que la **mise en place de « trackers »** sur les éléments téléphone, mailto et lien url des socio-professionnels est indispensable. En

effet, cela nous permettra de justifier avec des chiffres ce qu'apporte ce dispositif en matière de flux de contact, et donc l'intérêt d'y accéder.

- Enfin, pour pouvoir être autonome dans la mise à jour des contenus de l'application mobile (notamment les informations sur les socio-professionnels), nous pensons que la création d'un **module de back-office de gestion** est nécessaire.

SINTESI GLOBALE OH! MY CÔTE D'AZUR

Nell'ambito del progetto europeo transfrontaliero PAYS AIMABLES, la Camera di Commercio e dell'Industria di Nizza-Costa Azzurra (CCINCA) e la « Communauté d'Agglomération Cannes Pays de Lérins (CAPL) » hanno voluto creare un nuovo prodotto turistico sul territorio della CAPL e della « Communauté d'Agglomération de Sophia Antipolis (CASA) ».

A tal fine, il gruppo di aziende guidato da The Virtual Propaganders, insieme a Welove e Bonnie & Cloud, è stato selezionato per realizzare questo progetto, a partire dal 13 dicembre 2021.

Il fornitore di servizi ha effettuato un primo benchmark che ha riguardato i seguenti elementi

- Percorsi e itinerari turistici esistenti nei territori interessati,
- Strumenti e percorsi innovativi,
- Nuove tendenze del turismo

In seguito a questo lavoro di analisi e ricerca, si è deciso di progettare una nuova offerta turistica basata sulla creazione di un'applicazione mobile in realtà aumentata.

Inoltre, la mancanza di segnaletica sui potenziali punti di interesse (POI) ha portato alla decisione di progettare un mezzo di comunicazione con l'obiettivo di spiegare il sistema e incoraggiare il desiderio di sperimentare la scoperta.

Il progetto sarà quindi un doppio dispositivo:

- Un mezzo di comunicazione di tipo brochure,
- Un'applicazione mobile in realtà aumentata
- Il tutto in 3 lingue: francese, italiano e inglese

Dopo aver incontrato e presentato il progetto agli stakeholder operativi (Uffici del Turismo, Comitato Turistico Regionale, ecc.), è stato definito un nuovo itinerario turistico, composto da 18 PDI premium:

- La Corniche d'Or,
- La Pointe de l'Aiguille,
- Mont San Peyre,
- Le rive della Siagne,
- Il circuito Grand Duc,
- Il Museo subacqueo Jason Decaires Taylor,
- L'isola di St Honorat,

- La Croix des Gardes,
- La passeggiata del Belvedere,
- Sulle orme di Bonnard,
- Il Parc du Paradou,
- La batteria di Graillon,
- Il Ponte dei Tamarini,
- Il Plateau de Caussols,
- Gréolières,
- Le Pont du Loup,
- Le Pic de Courmettes,
- Tourrettes-sur-Loup.

I territori della CAPL e della CASA sono così coperti da una parte all'altra, realizzando il collegamento tra la costa e il paese di mezzo. Questo nuovo itinerario mescola i luoghi imperdibili della Costa Azzurra con luoghi più riservati e con un forte potenziale di attrazione.

Tuttavia, un'indagine su questi siti ha individuato una lacuna: l'assenza di un'audioguida che spieghi e descriva i siti.

Si è quindi deciso di creare dei contenuti audio per gli utenti, per dare una dimensione di mediazione alla scoperta del percorso. Queste descrizioni audio sono accessibili attraverso l'applicazione mobile e la tecnologia della realtà aumentata.

Numerosi scambi tra i fornitori di servizi e il proprietario del progetto hanno permesso di calibrare il sistema:

- L'opuscolo comprende :
 - o Una presentazione del progetto e del dispositivo,
 - o Una spiegazione della procedura da seguire (vademecum per l'utilizzo dell'applicazione)
 - o Una mappa dei PDI premium, in realtà aumentata:
 - Presentazione di foto e video
 - o Una breve presentazione di ciascun PDI premium
 - o Un collegamento tra questo dispositivo e gli altri strumenti e percorsi turistici creati nell'ambito del progetto PAYS AIMABLES in altri territori.
- L'applicazione mobile include :
 - o Una mappa che mostra i 18 PDI premium e un centinaio di PDI economici. Questi POI economici sono attori socio-professionali che hanno intrapreso un approccio di turismo sostenibile e che quindi

traggono vantaggio dall'essere messi in evidenza su questo nuovo itinerario turistico. Sono raggruppati in 6 categorie:

- Alloggio,
- Ristoranti,
- Tempo libero e attività all'aperto,
- Cultura e patrimonio vivente,
- Mercati,
- Uffici del turismo

Ogni POI (premium o economico) ha una scheda di presentazione in cui sono raggruppate tutte le informazioni utili per la sua scoperta (coordinate GPS, accessibilità, parcheggio, estratti audio per i POI premium, etichetta, telefono, e-mail e sito web). Gli ultimi 3 elementi sono direttamente cliccabili e interattivi dall'applicazione mobile.

o Uno scanner per la realtà aumentata per attivare esperienze interattive dalla brochure

o Contenuto audio di ogni POI Premium

o Crediti e riconoscimenti

Oltre a progettare la brochure e l'applicazione mobile, il fornitore di servizi è stato incaricato di creare l'identità visiva del progetto. Alla fine, "Oh! My Côte d'Azur" è stato scelto per le sue qualità:

- Esprime sorpresa e scoperta,
- che valorizzano il territorio della Costa Azzurra,
- che esprimono la dimensione internazionale (non è necessario tradurre il nome in diverse lingue)
- di appropriazione grazie all'uso del pronome personale "MY".

Questo nome e la sua identità visiva sono utilizzati su tutti i supporti del dispositivo, in particolare su un modello kakemono e sulle immagini per i social network.

Viene generato un codice QR che aiuta a scaricare l'applicazione mobile. Viene apposta sulla brochure e distribuita sui mezzi di comunicazione del progetto (sito web, social network, comunicati stampa, ecc.).

L'opuscolo è stato pubblicato in 50.000 copie da distribuire a tutti gli stakeholder dell'area (uffici turistici, uffici di informazione turistica, ecc.). Deve essere presente nei punti di contatto con i turisti che desiderano scoprire il nostro territorio in modo diverso e innovativo.

Per lanciare il progetto, la CCINCA sta organizzando la seguente campagna di comunicazione.

Dopo due mesi e mezzo di funzionamento (luglio/metà settembre 2022), ecco i risultati ottenuti

- l'applicazione è stata scaricata 832 volte
- iOS (38%) e Android (62%)
- Tasso di conversione su Android: 33% (numero di download / numero di visualizzazioni)
- Numero di visualizzazioni dell'applicazione su Appstore: 5.446
- Paesi principali (in base alla lingua del telefono):
 - o 1. Francia
 - o 2. Germania
 - o 3. Italia (iOS) Corea del Sud (Android)
- Valutazione app: 5 stelle su Appstore | 3.8/5 su Google Playstore
- il codice QR è stato lampeggiato 472 volte (grafico seguente):
 - o 54 a giugno,
 - o 247 a luglio,
 - o 134 in agosto,
 - o 37 a settembre

- l'esperienza di realtà aumentata sulla brochure è stata attivata 829 volte. Poiché c'è un solo trigger per non appesantire l'applicazione mobile e il suo database, e poiché l'esperienza di realtà aumentata si svolge in modalità "scenario", non abbiamo statistiche individuali per ogni Premium POI.

Il feedback che possiamo fornire in questa fase ci permette di individuare i seguenti punti da migliorare

per aumentare la visibilità del sistema e collegare i percorsi, saranno necessarie una o più estensioni ad altri territori,

- Per promuovere l'accesso ai vari approcci del turismo sostenibile, riteniamo che sia essenziale creare dei tracker per il numero di telefono, l'indirizzo e-mail e il link URL dei professionisti del settore. Questo ci permetterà di giustificare con le cifre ciò che questo sistema porta in termini di flussi di contatto e quindi l'interesse ad accedervi.

- Infine, per poter essere autonomi nell'aggiornamento dei contenuti dell'applicazione mobile (in particolare delle informazioni sulle figure socio-professionali), riteniamo necessaria la creazione di un modulo di back-office

gestionale.