

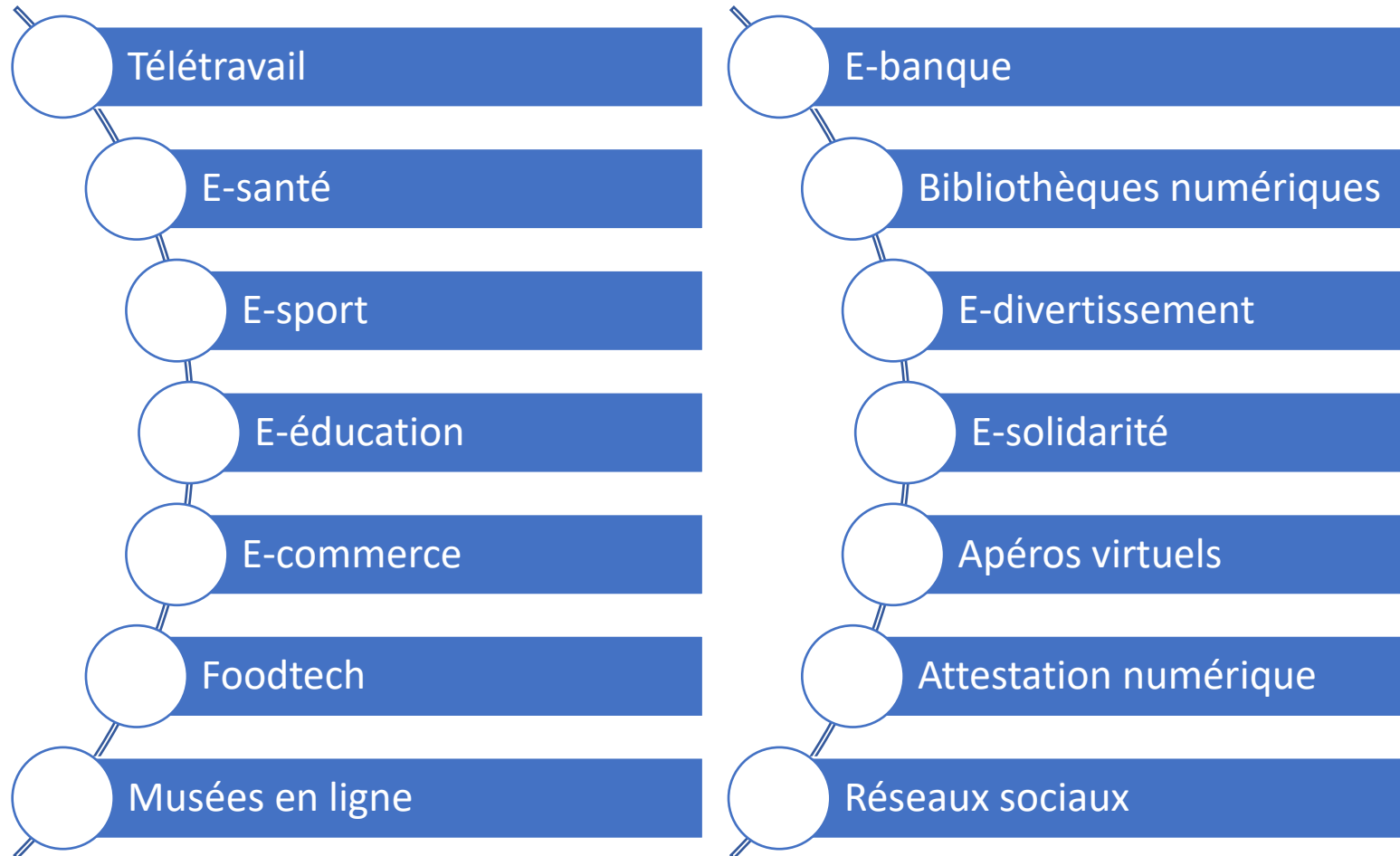


# Suprématie du digital

---

Accélération tendance post Covid

# Avec le confinement, accélération d'une tendance « digital » émergente avant le COVID



# Les outils digitaux et les technologies ne sont plus réservés à la génération Z

- La période de confinement a montré aux **seniors** qu'ils étaient **plus ouverts aux nouvelles technologies qu'ils ne le pensaient**, phénomène encore plus marqué chez les plus de 75 ans (Sondage de l'Institut français des seniors mai 2020)
  - **2/3** les a plus utilisées pendant le confinement
  - **1/2** a même découvert des applis qu'ils utilisent maintenant régulièrement



# E-commerce, paiements sans contact... les tendances se transposent au marché de l'Hospitalité



E-commerce  
alimentaire français  
(drive et livraison) **+50%**  
depuis mars 2020

- > 1ère commande en ligne pour 68% des baby-boomers
- > Carrefour s'est allié à Uber Eats, Casino à Deliveroo...



Commande en ligne et  
retrait sans contact  
adoptés aussi chez les  
petits commerçants,  
artisans, restaurateurs

- > Shops Facebook et Instagram qui proposent aux commerces de créer des boutiques en ligne



Paiement sans contact  
généralisé  
(y compris les seniors et le  
marché allemand adepte  
du cash)

- > Expedia propose désormais la réservation en cryptomonnaie (Bitcoin, Ethereum...)
- > AiFi va déployer 330 magasins autonomes d'ici 2021



# E-commerce, paiements sans contact... les tendances se transposent au marché de l'Hospitalité



## Omnicanal

> boutique en ligne,  
réseaux sociaux,  
marketplaces, points  
de vente physiques...



## Web-design

> travail  
d'amélioration de la  
navigation, du  
panier, de la  
recherche...  
> interfaces  
responsive



## Paiement sécurisé

> nouvelles normes  
techniques de  
l'Union Européenne  
pour la sécurité des  
paiements en ligne...





Les écrans  
sans contact,  
une  
révolution  
pour le  
commerce  
post Covid

# Réalités virtuelle et augmentée prennent leur envol

- Avec le confinement le public ne peut plus
  - visiter les musées, expositions...
  - participer aux festivals, salons, congrès...



Explosion des contenus mis à disposition

- > les musées déplacent les œuvres d'arts sur vos murs
- > filtres de réalité augmentée pour vulgariser des publications scientifiques



Transformation virtuelle des événements

- > plateforme virtuelle de festivals
- > apparition d'appli de réunions immersives, bureau virtuel en réalité augmentée...



Ouverture à un nouveau public



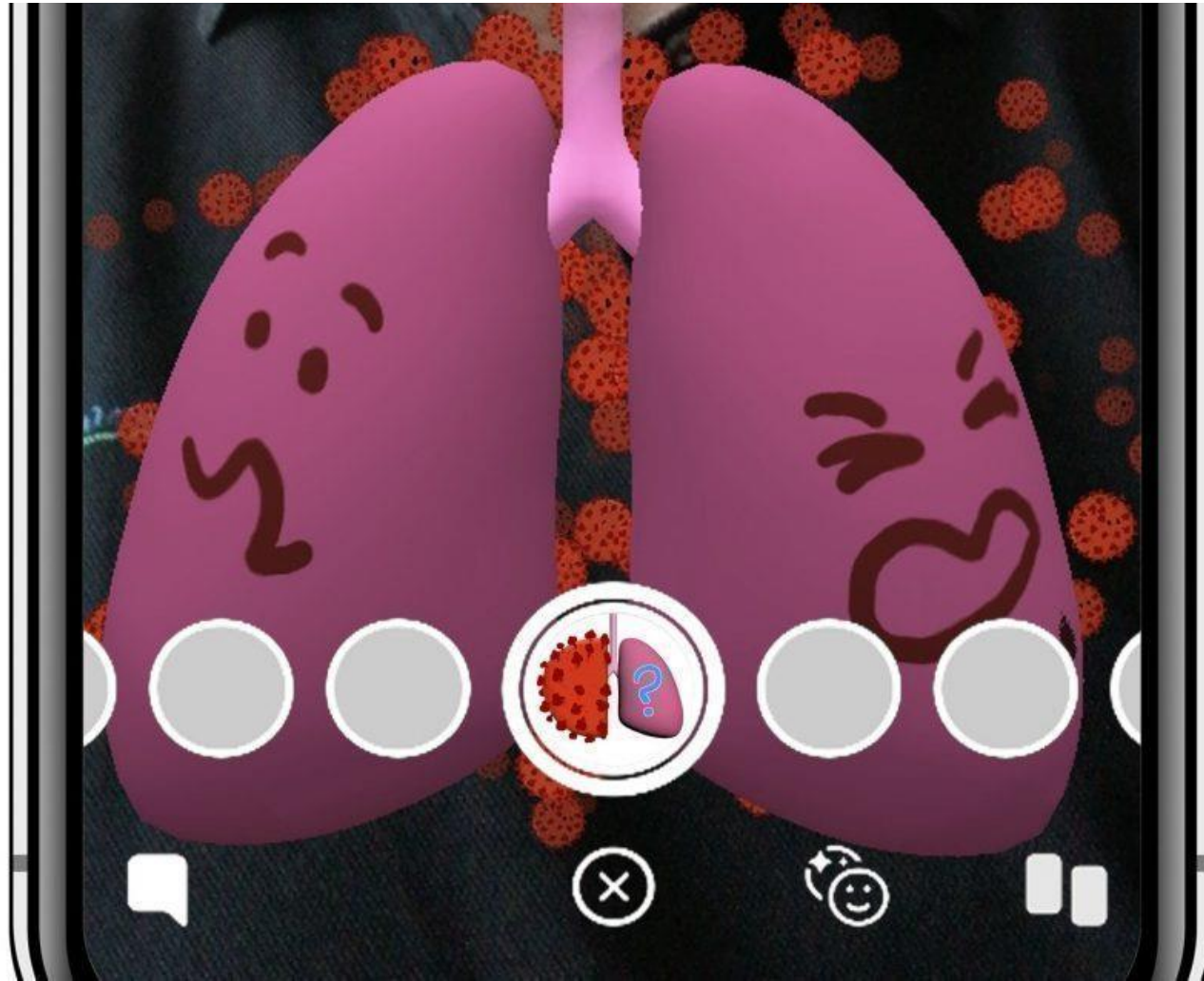
# Réalités virtuelle et augmentée prennent leur envol

- Expériences interactives et immersives en complément voire remplacement des expositions, loisirs...
- Tendance à court et moyen terme vers l'événement hybride, un mélange de présentiel et de virtuel
- L'utilisation des technologies de réalités virtuelle et augmentée vont modifier notre façon de voyager (explorer de nouvelles destinations sans quitter son domicile...)





En utilisant la fonctionnalité « selfie » de son téléphone, l'internaute découvre en plusieurs temps comment le virus passe de ses mains à sa bouche, aux poumons...



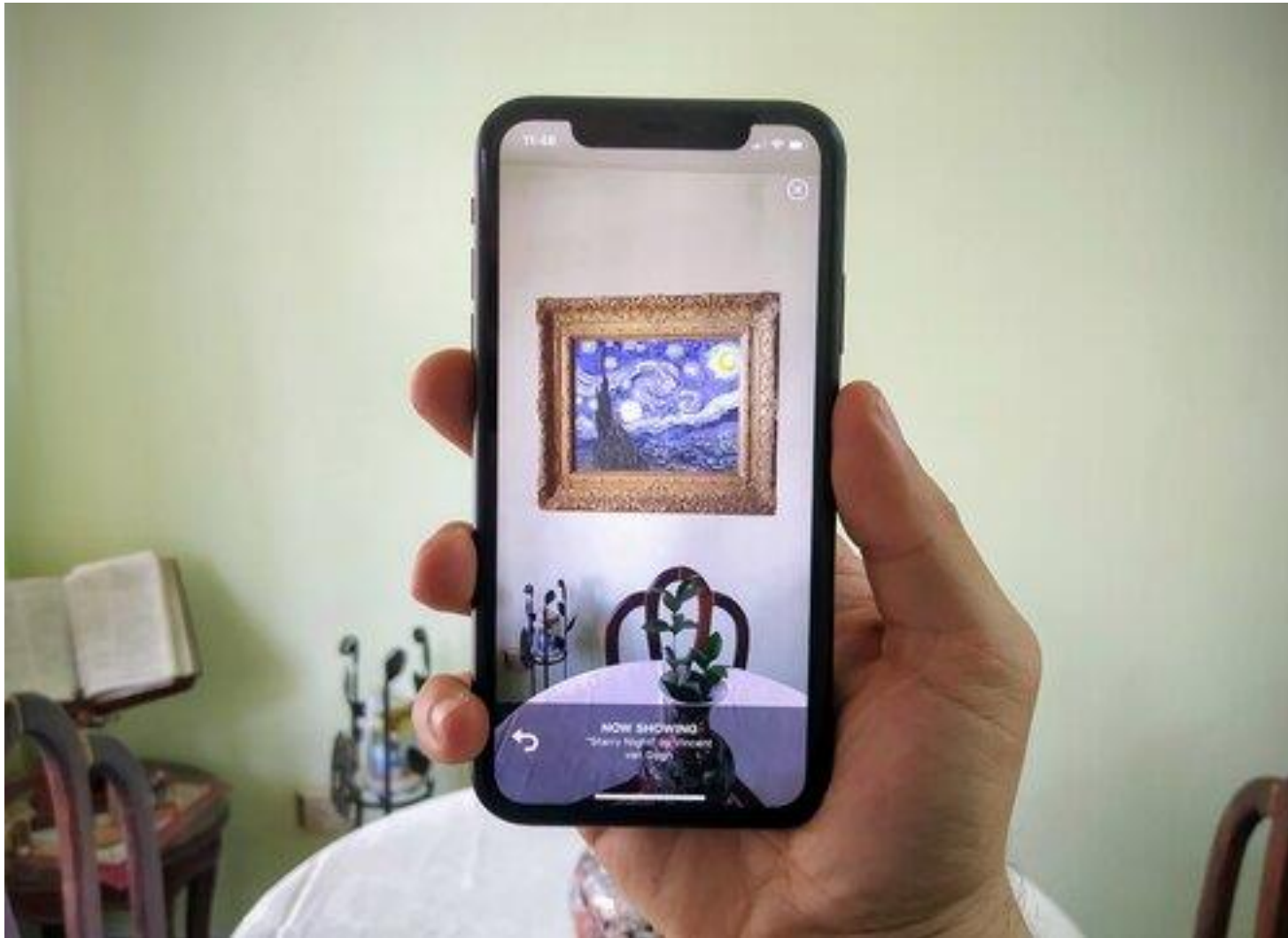
Le filtre  
Snapchat  
"Corona mes  
poumons"  
montre aux  
utilisateurs  
les effets du  
virus sur le  
système  
respiratoire

Plateforme virtuelle gratuite donnant accès à une quinzaine de films VR.  
Le bilan : 50.000 visiteurs sur ce programme,  
ouvrant le festival à un public bien plus varié



Le Festival de  
Tribeca en  
partenariat  
avec Oculus

Les utilisateurs placent virtuellement des peintures et autres objets sur leurs murs



«Museum From Home» permet aux utilisateurs de découvrir les œuvres d'art dans le confort de leur maison



Grâce à « Mona Lisa Beyond the Glass », le visiteur vit l'expérience unique d'un tête-à-tête avec la Joconde via un casque de réalité virtuelle



La culture a  
su également  
s'approprier  
la  
technologie  
pour rendre  
les visites  
plus  
interactives

Museum national d'Histoire Naturelle de Paris



La réalité  
virtuelle  
comme outil  
pédagogique  
de  
connaissance  
scientifique

## Jeu de simulation DREAMSCAPE IMMERSIF



La réalité  
virtuelle  
comme  
attraction...  
voyage

# Digitalisation de la relation client

- Les clients attendent un parcours cohérent, efficace, fluide...et qui garantit la sécurité sanitaire (expérience sans contact) !



## Interaction omnicanale

Messagerie  
instantanée  
Interface vocale et  
assistant  
conversationnel  
Visio



## Instantanéité

Disponibilité  
immédiate de  
l'information  
Possibilité immédiate  
de réserver /  
modifier / annuler



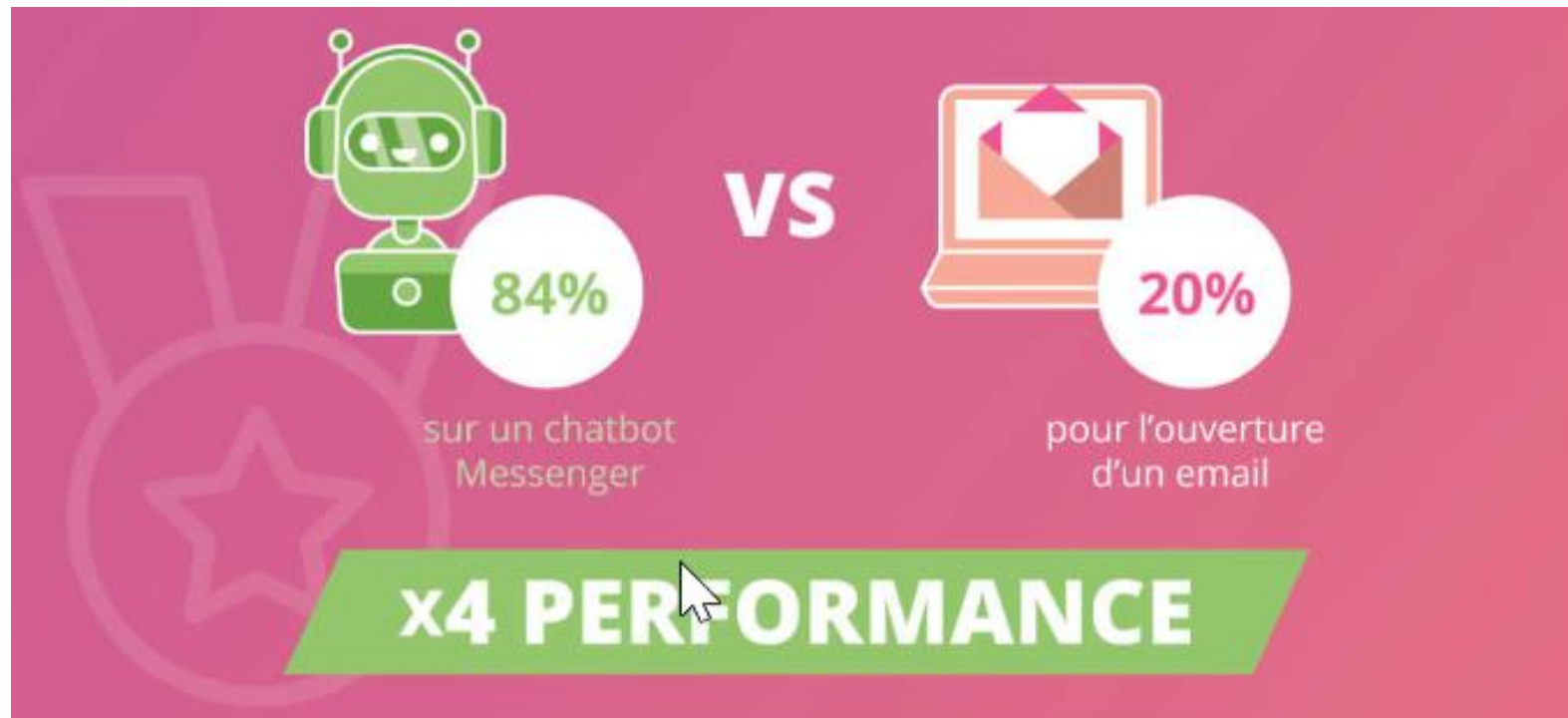
## Fluidité, simplicité

Dématérialisation du  
parcours client  
(check-in numérique,  
clé virtuelle...)  
Objets connectés,  
domotique





## Un nouveau canal de marketing digital



Le chatbot renforce la proximité avec prospects et clients

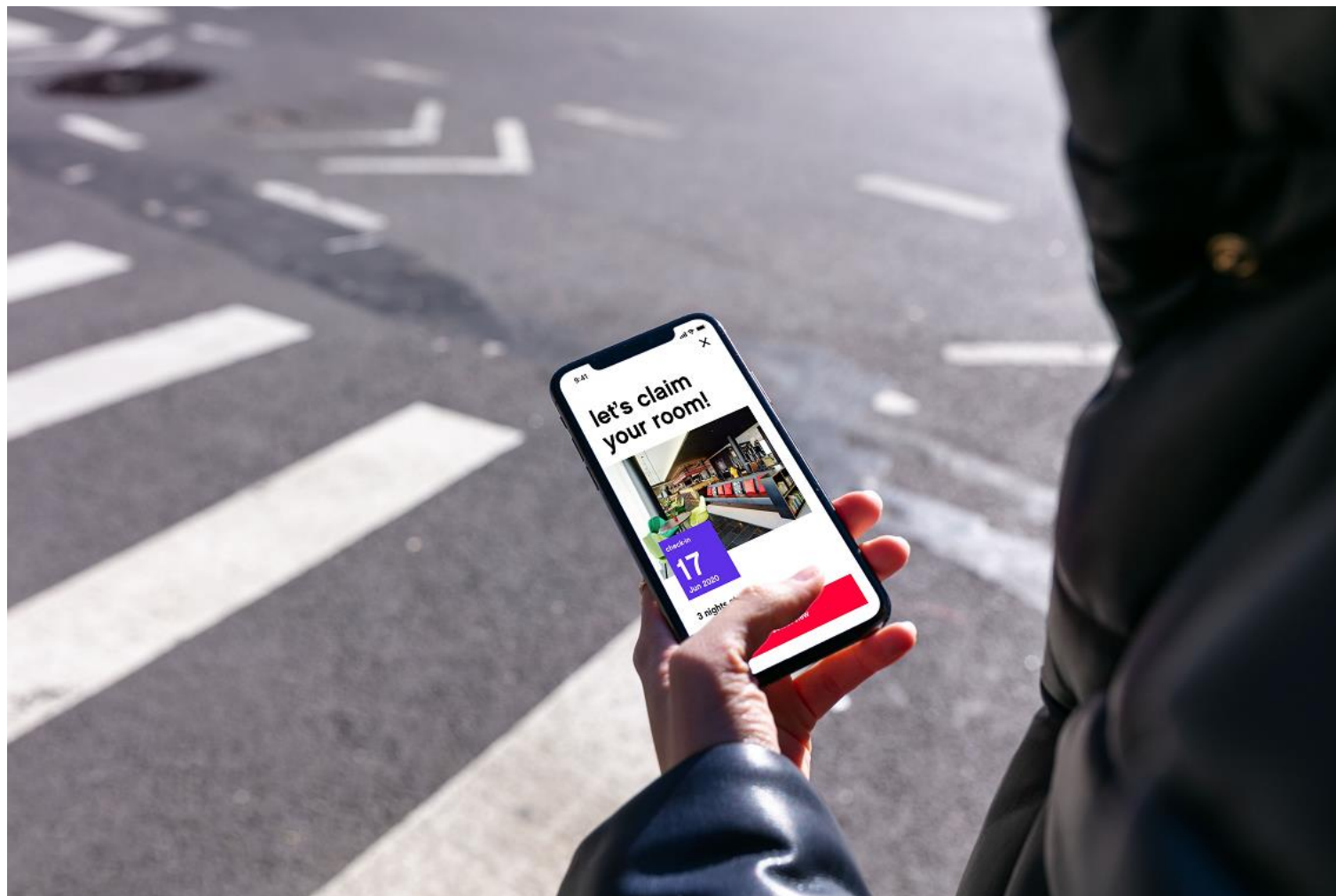


## Le serveur vocal interactif devient un hub conversationnel



Voice  
experience

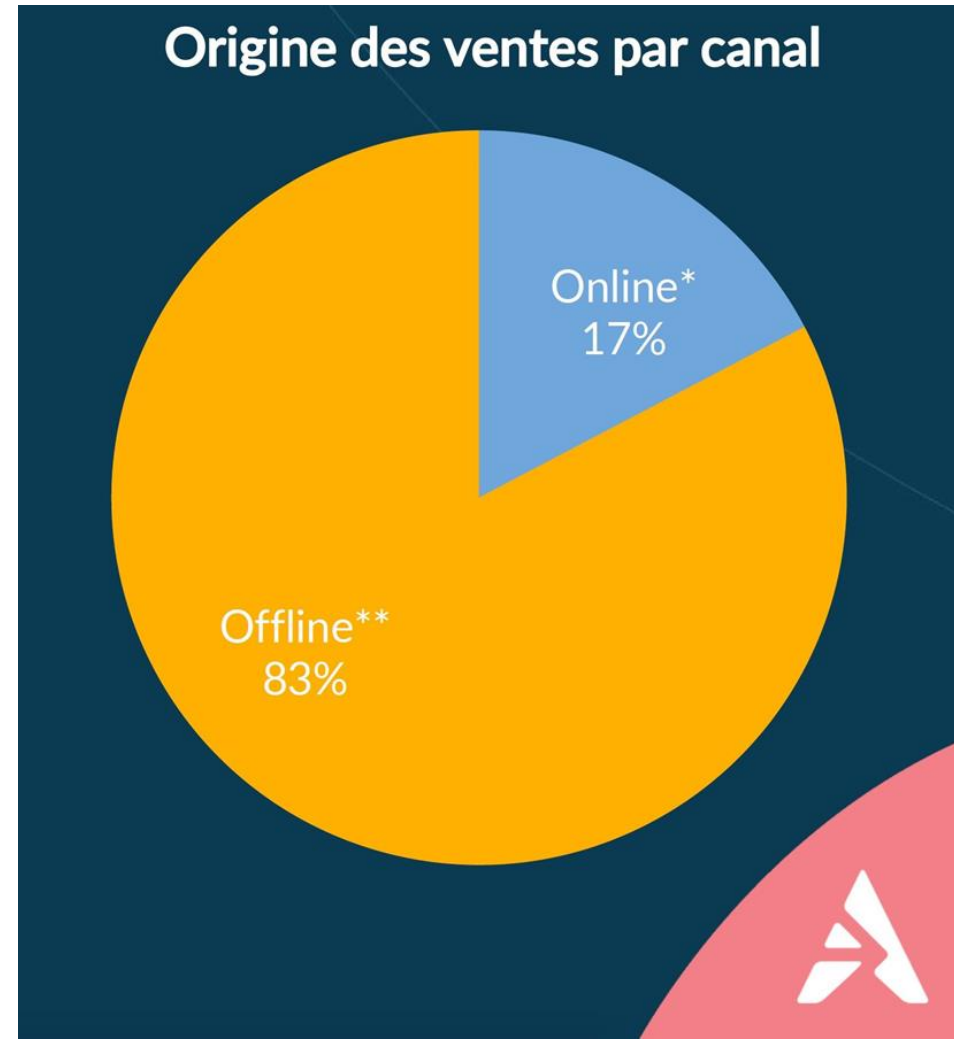
CitizenM lance une nouvelle application mobile qui permettra à ses clients de profiter d'un parcours sans contact et d'accéder à des bons plans aux alentours



Expérience  
sans contact

# Pour être visible, accélérer et finaliser la transformation digitale des hébergements et des opérateurs de loisirs

Données de ventes "physiques\*\*" et de "ventes en ligne\*" pour les pros du loisirs en 2019 (Données : Arival)



## Pour être visible, accélérer et finaliser la transformation digitale des hébergements et des opérateurs de loisirs

36% des clients ont déjà acheté un voyage, réservé un hébergement ou un loisir touristique, suite à une incitation sur les réseaux sociaux (Etude : travel-insight)

### LES RÉSEAUX SOCIAUX PRÉFÉRÉS



pour les pros  
du tourisme



pour les  
voyageurs





# Suprématie du digital

---

Accélération tendance post Covid