

**J-10 avant le Nouvel An Chinois : la CCI Nice Côte d'Azur lance l'opération « Welcome China » à destination des commerçants**

Hyperconnectés aux Réseaux Sociaux et plateformes numériques, 45% des chinois préparent leurs achats en ligne avant leur séjour et utilisent leur mobile comme principal compagnon de voyage. Contrairement aux occidentaux, ils n'utilisent pas les GAFA (Google, Amazon, Facebook et Apple). Leur moteur de recherche est Baidu et la plateforme WeChat est le réseau social de prédilection avec plus de 963 millions d'utilisateurs chinois par mois. Autant de spécificités qui ont conduit la CCI Nice Côte d'Azur à lancer l'opération test « Welcome China » via WeChat Travel Expérience.

En partenariat avec Asia Biz Class et Europass, 6 boutiques, sélectionnées pour l'authenticité de leurs produits avec une production « made in France », porteront les couleurs de la Côte d'Azur et pourront bénéficier d'un accompagnement sur mesure pour expérimenter la « WeChat Expérience » : SYLVIE T (Galerie d'art), ATELIER VIGNES (Fabrication d'accessoires en cuir), LAC (Maître Chocolatier), Nicolas ALZIARI (Huile d'olive traditionnelle), NO NICE ORGANIC (Herboristerie bio/huile essentielles/Cosmétiques bio) et MILLEFLEURS (Art de la table, linge de maison)

WeChat Travel Expérience, programme intégré dans l'environnement WeChat est développé par Europass et destiné aux voyageurs chinois. L'outil permet de proposer un accès à des POI (points d'intérêt) divisés en trois catégories : Sites à visiter (Sightseeing), Achats, Hôtels & Restaurants. Chaque POI est géolocalisé et affiche des photos, une description en chinois, un guide audio chinois (1 minute max), des informations pratiques (fourchette de prix, heures d'ouverture, heures de pointe) et aussi une fonction "Itinéraire".

Pour capter la clientèle chinoise et pouvoir leur proposer une expérience d'achat unique, l'accompagnement prévoit donc la création d'une page de communication sur WeChat Travel Expérience avec une vitrine virtuelle valorisant les 6 boutiques niçoises. L'objectif est de gagner en visibilité en amont, avant même l'arrivée sur Nice, mais aussi dès l'Aéroport et tout au long du séjour.

91% des touristes chinois se déclarant prêts à dépenser plus si le paiement mobile est proposé (*source 2017 rapport Nielsen*), les commerçants, équipés de l'application de paiement WeChat Pay, pourront aussi proposer à leurs clients un paiement par mobile via un QR Code affiché en caisse.

Cet accompagnement numérique sera complété par des séquences de coaching dispensés par Asia Biz Class sur des thématiques comme : l'accueil, la sélection de produits, l'optimisation de l'espace de vente, la signalétique en mandarin et une mise en valeur de leur vitrine.