



L'ÉVÉNEMENT DE LA COM' EN NORD PAS DE CALAIS

**LE 24 MARS 2015**

HALLS DE LA FILATURE | Saint André Lez Lille    



## Atelier événementiel / La visite virtuelle, un outil de promotion et de business

Ce document est la **synthèse de la conférence**, réalisée et diffusée en direct par :

**averti,**  
événements & publications

# La visite virtuelle, un outil de promotion et de business

**Animateur : Odile COUTANT, Directeur de Lille's Events**

## Une nouvelle génération de visites virtuelles

**Virginie FRANCOIS**

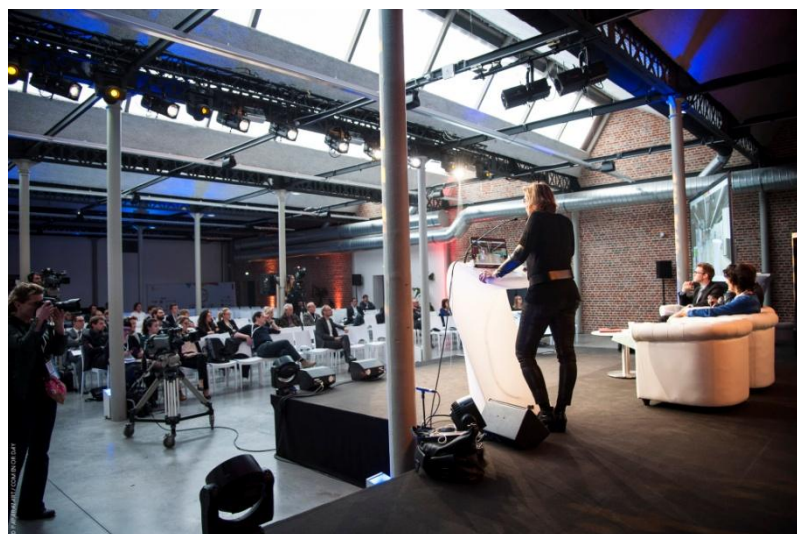
*Gérante 360 consulting et Vip-studio 360*

Vip-studio 360 est le premier groupe de franchisés en visite virtuelle en France couvrant déjà dix zones. Vip-Studio a été créé en 2012, pour proposer un contenu de visite virtuelle dynamique, interactif et rentable pour le client. Notre société recevra bientôt le label Jeune entreprise innovante (JEI).

Le principe de visite virtuelle existe depuis environ 10 ans. Au départ, elle ne proposait qu'une vue à hauteur d'yeux et à 360°C. Il existe désormais une nouvelle génération de visites virtuelles, qui repose sur un réel storyboard, pour raconter une histoire. 40 fois plus efficace qu'une photo, la nouvelle visite virtuelle peut être couplée à tous les médias et permet d'augmenter le taux de transformation et le SEO<sup>1</sup>.

*Projection de deux visites virtuelles : le Carré du Hélien à Ennevelin et les Halls de la filature<sup>2</sup> à Saint-André-Lez-Lille*

Les visites virtuelles que nous produisons sont avant tout accessibles depuis le site Internet de nos clients. Ce sont des outils interactifs bien plus attractifs que des photos, déclencheurs de business. Parmi ses projets, Vip-Studio 360 a notamment créé le premier hypermarché virtuel et le premier stade virtuel (terrain de basket des Sharks d'Antibes).



---

<sup>1</sup> Search Engine Optimization, c'est-à-dire le référencement naturel

<sup>2</sup> La visite virtuelle des Halls de la filature a été shootée par Vip-studio 360 la veille du Com'en Or Day

## Le phygital arrive en ville

### **Odile COUTANT**

Les internautes sont avides d'expériences interactives. IMPROVEEZE est expert du phygital commerce. Quelle est la place de l'entreprise dans l'univers de la réalité augmentée ?

### **Antoine VILAIN**

*Business Manager Associé chez IMPROVEEZE*

Le phygital consiste en l'intégration intelligente du digital dans le monde physique. IMPROVEEZE propose des solutions digitales et interactives pour les magasins ou d'autres lieux (lieux touristiques, par exemple) à la fois pratiques, fiables et simples à mettre en œuvre. La société a par exemple mis au point ICI 360<sup>3</sup>, un panneau digital rotatif à 360° qui délivre des informations de manière conviviale et pratique, et offre également des services (réservation de billets dans un musée, recherche d'un taxi, etc.). Ce produit a déjà été expérimenté à Dunkerque et sera bientôt mis en place à Nice sur la coulée verte. IMPROVEEZE propose également des solutions d'extension d'offres en magasin dans le but d'allier la puissance du Web avec les atouts du magasin. Ces outils contribuent à redynamiser les centres-ville, notamment en démultipliant l'offre des magasins traditionnels.

### **Odile COUTANT**

Quels sont les potentiels de développement de ces outils ?

### **Antoine VILAIN**

IMPROVEEZE propose la coquille à des contenus comme ceux réalisés par Vip-studio 360. Les expériences virtuelles n'ont pas de limite, on peut les proposer dans tous les points de vente physiques, comme les agences de voyages par exemple. Au client qui hésite entre partir au Pérou ou au Costa Rica, le conseiller d'une agence pourra proposer une visite virtuelle pour l'aider à faire son choix !

## Collecte de données : quel cadre juridique ?

### **Odile COUTANT**

Quel cadre légal entoure ces nouvelles technologies ?

### **Raphaël RAULT**

*Avocat, BRM Avocats*

BRM Avocats n'est pas un censeur chargé de brandir le drapeau rouge quand c'est interdit, mais un facilitateur. Nous sommes amenés à confronter certaines règles de droit, parfois anciennes, avec des projets innovants qui impliquent de collecter des données. Dans ce domaine, on ne déplore aucun vide juridique. Au contraire, les règles existantes peuvent aider des entrepreneurs à structurer leur activité.

---

<sup>3</sup> Pour en savoir plus sur ICI 360 : <http://ici360.improveeze.com>



La collecte de données doit pouvoir entrer dans la doctrine de la CNIL. Par exemple, la collecte de données de localisation à des fins de géomarketing correspond pour la CNIL à l'exploitation de données personnelles. Or pour la CNIL, la prospection commerciale ne peut se faire sans accord préalable de la personne. La collecte de données doit donc se faire de manière transparente, proportionnelle et avec une finalité précise – en général, il s'agit de la prospection directe. L'utilisation d'une caméra vidéo dans un lieu ouvert au public implique également d'obtenir au préalable une autorisation préfectorale. Tout porteur d'un projet qui repose sur la collecte de données doit intégrer dans son cheminement ces impératifs.

Un règlement européen est en cours de discussion depuis 2012 et vise à harmoniser la réglementation concernant la collecte des données au niveau européen. Aujourd'hui, de grandes disparités existent, ne serait-ce qu'au niveau de la réglementation qui encadre les cookies.

Le commerce électronique est, quant à lui, encadré par des règles juridiques précises. Ainsi, il est nécessaire de publier les mentions légales sur le site ou l'application de e-commerce. Le droit de rétractation pour la vente à distance a par ailleurs été porté à 14 jours. Enfin, en matière de responsabilité, l'éditeur est responsable de plein droit du contenu publié sur un site Internet. Pour alléger sa responsabilité concernant les forums accessibles sur son site Internet, un éditeur peut choisir de se positionner uniquement en tant qu'hébergeur des contenus diffusés par ce canal. Pour finir, la CNIL impose de fixer une durée de conservation à chaque donnée collectée. Il faut donc déployer en interne une politique de conservation des données, même s'il est difficile d'accepter de se défaire de certaines données commerciales.

Sur la question des données personnelles, il ne faut pas négliger les points suivants : le respect du droit des personnes (droit d'accès, de rectification, etc.), le respect du consentement, la finalité déterminée, la loyauté et la transparence. Le respect des données personnelles est au cœur de la confiance des clients dans les entreprises.

## Echanges avec la salle

### De la salle

A quels secteurs d'activité se prête le mieux la visite virtuelle ?

#### Virginie FRANCOIS

La visite virtuelle se prête à tous les secteurs d'activité, pas seulement l'hôtellerie ou les lieux de réception, mais aussi les usines qui peuvent ainsi mettre en avant l'aspect « made in France » de leur chaîne de production. Récemment, Vip-studio 360 a shooté tous les postes d'une station de traitement des déchets. Une telle vidéo a essentiellement une visée pédagogique. Notre entreprise a par ailleurs comme particularité d'offrir un accès à ses clients à la plateforme de visite virtuelle. Un restaurateur qui change de carte toutes les semaines peut ainsi mettre à jour lui-même les informations disséminées tout au long de la visite virtuelle de son établissement. Globalement, le secteur de la visite virtuelle évolue très rapidement.

#### Antoine VILAIN

Je rejoins totalement le point de vue de Virginie François. Alors que certains clament que les magasins traditionnels sont morts, je remarque au contraire que des *pure players* ouvrent des magasins éphémères.



*Antoine Vilain*

#### Virginie FRANCOIS

Vip-studio a réalisé la visite virtuelle de Saint-Tropez. Les touristes peuvent ainsi profiter des services offerts par la ville sans forcément quitter leur yacht.

#### Antoine VILAIN

Se confronter à l'humain est aujourd'hui très important, en particulier pour les Français, très attachés au commerce de proximité. Les technologies virtuelles peuvent enrichir l'expérience proposée par les points de vente physiques. Il ne faut pas les opposer.

**Raphaël RAULT**

Google est un acteur tentaculaire, qui peut effrayer les internautes, notamment parce que cette société a parfois tendance à ignorer la réglementation européenne concernant les données personnelles. Aujourd'hui, Google tend à se mettre en conformité avec cette réglementation ce qui prouve bien l'importance de cet enjeu.

Cette synthèse a été réalisée **EN DIRECT** par  
**l'agence AVERTI**

**Contact :** [antoine.darras@averti.fr](mailto:antoine.darras@averti.fr) / 03.20.13.02.02  
[www.averti.fr](http://www.averti.fr)

