

► **TOURISME**

LÉMAN SANS FRONTIÈRE A LANCÉ DES PRODUITS JUMELÉS DES DEUX CÔTÉS DE LA FRONTIÈRE.

# Une nouvelle offre franco-suisse

Créée en 1994, l'association Léman sans frontière a pour but d'offrir une promotion commune aux sites touristiques de Suisse et de France. Aujourd'hui, ils sont ainsi 42 sites adhérents à bénéficier de la communication, déclinée sous forme de sets de tables, d'un guide, d'un portail internet (infoleman.org), de participations dans les salons professionnels...

En outre, depuis 2007, la base de données de Léman sans frontière a été rendue compatible avec celle de Sitra (Système d'informations touristiques de Rhône-Alpes), qui fédère les huit départements de la région et regroupe 270 structures du tourisme institutionnel.

Autre réalisation, innovante, le lancement il y a un peu plus d'un an d'un site (leman-sans-frontiere.org) où sont proposées 80 offres de produits touristiques franco-suisse. L'originalité tient au fait que ces produits packagés comprennent systématiquement une destination française et une suisse, combinant visites touristiques, transports, restauration et hébergement. Avec, à la clef, des réductions pour l'utilisateur, qui peuvent atteindre, voire dépasser, 30 %.

Depuis son lancement, le site internet a permis la vente de 220 excursions et



130 séjours. «C'est un début très encourageant», estime Yves d'Yvoire, président de Léman sans frontière, qui note par ailleurs que «le chiffre d'affaires estimatif dégagé se monte à 120 000 euros pour cette phase de lancement».

«Nous travaillons aujourd'hui sur notre référencement dans les moteurs de recherche pour être accessibles immédiatement», souligne pour sa part, Pierre-André Briguet, secrétaire général de l'association.

Il aura fallu plus de deux ans de travail, et une personne engagée à temps plein, pour mettre au point ces offres forfaitaires franco-suisse et peaufiner le site.

► Le secrétaire général et le président de Léman sans frontière, Pierre-André Briguet et Yves d'Yvoire, accompagnés du directeur de l'Office du tourisme d'Évian, Francis Jungo.

Un budget de 1,5 million de francs suisses a été engagé, financé pour moitié sur les fonds propres de l'association et pour l'autre moitié par le programme européen Interreg, le Conseil du Léman, la Confédération helvétique, et les départements et cantons visés par Léman sans frontière. ■

Cyril Bellivier

► **WEB** LE BON CÔTÉ DES CHOSSES DÉVELOPPE UN COMPARETEUR INTELLIGENT DÉDIÉ AUX CONSOMMATEURS.

# Le BCC gère vos listes de courses



Les prochains mois s'annoncent déterminants pour le Bon Côté des Choses (BCC). La société, basée à Savoie Technolac, prévoit de porter ses effectifs de 5 à 27 personnes. Elle prépare également une levée de fonds qui va lui permettre

de poursuivre ses travaux de développement et de peaufiner sa technologie. «Nous allons tester notre plateforme durant 6 à 8 semaines auprès d'un panel de 40 à 50 consommateurs. Un second test sera réalisé auprès des 300 ou 400 personnes inscrites sur notre site, puis nous lancerons, début 2012, notre solution sur l'ensemble du pays», ajoute Thierry Ferrandiz, son président.

En 2009, cet ancien responsable logistique pour la grande distribution a commencé à réfléchir à un projet permettant aux consommateurs d'optimiser leurs courses. Au fil des mois et des rencontres, Thierry

Ferrandiz s'est associé à Anne-Laure Bringout, spécialisée dans l'ergonomie des interfaces web "hommes-machines" et Rémy Amouroux, cofondateur du comparateur de prix e-commerce Kelkoo. Un quatrième actionnaire, Grenoble INP SA, filiale de Grenoble INP, est présent au capital de la société depuis octobre 2011.

**UNE DEUXIÈME LEVÉE DE FONDS**

Développée avec le laboratoire G-SCOP de Grenoble INP, la plateforme aide le consommateur à ajuster ses actes de consommation au plus près de ses besoins, grâce à une approche personnalisée et communautaire permettant une comparaison globale

et qualitative. Les critères pris en compte sont multiples : absence d'allergènes, livraison possible, origine et composition des produits, prix, situation géographique... Si l'inscription est gratuite pour les consommateurs, le site compte se rémunérer en fournissant aux professionnels (distributeurs, industriels, statisticiens...) des données vivantes, exploitables et volontairement transmises par les internautes dont l'anonymat est garanti. Le BCC, qui prévoit d'accueillir 1 million de visiteurs par mois à fin 2012, table sur un chiffre d'affaires de 30 millions d'euros à 5 ans. ■

Sophie Boutrelle