

L'Aéroport Nice Côte d'Azur modernise son programme de fidélité avec Adelya[®], filiale du groupe Obiz[®]

- **Obiz[®] renforce sa présence sur le secteur aéroportuaire**

Lyon, le 12 janvier 2023 – 18h00 – **Obiz (Euronext Growth[®] - FR0014003711 - ALBIZ)**, plateforme digitale de marketing relationnel responsable et 1^{ère} GoodTech[®] sur le marché d'Euronext Growth[®] à Paris, est heureux d'annoncer la signature d'un contrat avec l'**Aéroport Nice Côte d'Azur**, deuxième plateforme aéroportuaire de France en termes de trafic sur les vols commerciaux, pour la modernisation de son programme de fidélité destiné aux voyageurs.

Afin de répondre à ses enjeux de modernisation et de différenciation, l'Aéroport Nice Côte d'Azur a choisi Adelya[®] afin d'assurer la continuité du programme de fidélité existant, Club Airport Premier, et offrir à ses membres **un environnement plus performant et sécurisé**. Cette opération apporte également de **nouvelles perspectives d'évolution**, afin d'optimiser l'expérience des voyageurs et développer le chiffre d'affaires des établissements partenaires.

(Plus d'informations sur le programme Club Airport Premier en cliquant sur : [Club Airport Premier](#).)

L'Aéroport de Nice Côte d'Azur, une référence européenne de la fidélisation client

Avec le **lancement du Club Airport Premier en 2005**, l'Aéroport de Nice est l'un des premiers dans le monde à avoir proposé un programme de fidélité aux passagers, afin de créer un lien et d'**approfondir la connaissance voyageur**.

À l'époque, l'Aéroport était également l'un des rares aéroports à l'échelle européenne à proposer une carte dotée de l'identification biométrique. Ne répondant plus aux nouvelles contraintes numériques, notamment en termes de **sécurisation des données**, le groupe Aéroports de la Côte d'Azur a décidé de migrer vers une plateforme de fidélisation plus moderne. Avec un **historique de plus de 15 ans** et un **environnement technologique complexe**, l'enjeu était de trouver un nouveau prestataire fiable pour opérer avec succès cette migration. C'est dans ce contexte que le groupe Aéroports de la Côte d'Azur a lancé, à l'été 2021, un appel d'offres.

« Parmi la dizaine de répondants à l'appel d'offres, notre choix s'est porté sur Adelya[®] pour plusieurs raisons. Il s'agit d'une **plateforme SaaS clés en main**, assurant un déploiement plus léger et de nombreuses perspectives d'évolution, tout en étant robuste et éprouvée. La solution a d'ailleurs déjà fait ses preuves dans les aéroports de Lyon, Toulouse et Carcassonne. De plus, ces garanties technologiques n'empêchent pas Adelya[®] d'être **compétitif sur l'offre tarifaire**. » explique **Benoît VALLA, Co-Manager du Lab Digital du groupe Aéroports de la Côte d'Azur**.

Un enjeu de taille : assurer une migration sans perturber la continuité du service

Les équipes techniques d'Adelya[®] et de l'Aéroport de Nice avaient un défi commun : migrer un environnement très complexe sans provoquer de perturbations. D'une part, la base de données existante comprenait déjà **80 000 membres actifs**, qui ont été migrés d'une plateforme à l'autre sans interruption de service.

D'autre part, le programme de fidélité communique avec de nombreux services tiers. Des systèmes de caisse des boutiques aux interfaces avec le site web et l'application mobile de l'aéroport, soit près d'une dizaine d'interfaces à basculer simultanément.

L'implication des équipes d'Adelya® et leur présence sur site le jour de la mise en production ont permis de relever ce défi de taille : tout le système était pleinement opérationnel dès la migration.

« Adelya® a su faire preuve d'agilité, de disponibilité et d'accompagnement. Cette expertise, couplée à la robustesse de la plateforme, a assuré le succès de cette opération de grande ampleur » ajoute **Benoît VALLA**.

La solution *Loyalty Operator*, d'ores et déjà utilisée par une trentaine de collaborateurs (équipe marketing, téléconseillers et agents d'information) rencontre une bonne adhésion. **L'interface intuitive** et la **formation aux outils** ont assuré une prise en main rapide et une utilisation autonome au quotidien.

Un programme de fidélité pour enrichir l'expérience client

La plateforme *Loyalty Operator* a en outre pu reprendre la mécanique de fidélité existante à l'identique. Le Club Airport Premier (CAP), qui récompense les voyageurs les plus réguliers, repose sur un **système à statut**.

Au fur et à mesure de ses vols, le voyageur cumule des points, dont le solde permet de débloquer les statuts *Access*, *Gold* puis *Platinum*. Les voyageurs gagnent des CAPS en **enregistrant des vols** dans leur espace dédié, en **effectuant des achats** dans les boutiques et restaurants ou en réservant les services en ligne de l'aéroport.

Côté avantages, les cartes *Gold* et *Platinum* ouvrent droit à des **privilèges**, parmi lesquels : un accès prioritaire aux contrôles de sûreté et de douane afin de gagner du temps, des réductions dans les boutiques, les parkings, les salons VIP, le centre d'affaires de l'aéroport, etc.

Le programme a donc été pensé afin d'optimiser l'expérience des passagers, en combinant des **avantages transactionnels** et des **services à valeur ajoutée**. Grâce à la collecte et l'analyse des données, les équipes marketing sont également en mesure d'anticiper les besoins des voyageurs. Ils bénéficient d'une **meilleure connaissance de leurs comportements** au sein de l'aéroport et peuvent optimiser leur parcours avant, pendant et après leur visite.

Plusieurs perspectives d'évolution à venir

S'il était primordial de conserver les données existantes intactes, la migration du système de fidélité apporte aussi son lot de nouveautés.

« L'évolution majeure étant la **dématérialisation de la carte** de fidélité, qui se présente sous différents formats digitaux, afin de répondre à toutes les habitudes des voyageurs connectés. Ils peuvent télécharger la carte de membre sur le smartphone depuis leur compte fidélité, l'ouvrir directement dans l'application mobile ou encore l'ajouter à leur **Wallet Apple ou Google**. » précise **Emilie RIERA Responsable CRM d' Aéroport Nice Côte d'Azur**.

En jouant la carte de la mobilité, le Club Airport Premier assure ainsi un meilleur taux d'utilisation et donc un meilleur retour sur investissement.

La plateforme *Loyalty Operator* ouvre également de nouvelles opportunités en matière de marketing relationnel. L'Aéroport de Nice souhaite développer un système de **parrainage** afin d'encourager les membres existants à recommander le Club et ainsi booster le nombre d'adhésions. L'Aéroport souhaite aussi élargir ses partenariats sur le territoire afin d'offrir aux voyageurs une expérience complète et sans couture, par exemple en étendant les avantages du Club Airport Premier au Pass Tourisme de Nice - lui-même déjà géré par Adelya®. Enfin, un **programme B2B**, dédié au personnel de l'aéroport, pourrait venir s'ajouter au programme de fidélité B2C.

« Nous souhaitons faire décoller le nombre d'adhésions au programme, en franchissant rapidement la barre des **100 000 membres actifs** et même bien au-delà, et visons en parallèle une hausse du chiffre d'affaires en fluidifiant le parcours des voyageurs et en les encourageant à profiter de leur visite pour se rendre dans les boutiques et restaurants de l'aéroport », conclut **Benoît VALLA**.

À propos d'Obiz

Créée en 2010, Obiz[®] est une entreprise spécialisée dans le développement des solutions de marketing relationnel innovantes et responsables qui permettent aux entreprises de fidéliser leurs clients ou collaborateurs à travers l'amélioration de leur bien-être et l'augmentation de leur pouvoir d'achat.

Grâce à sa plateforme digitale propriétaire et son équipe d'experts, Obiz[®] conçoit, déploie et pilote des programmes relationnels et affinitaires et des plateformes e-commerce pour le compte de ses clients (grandes entreprises, associations, fédérations). Aujourd'hui, le Groupe est présent dans 20 pays et opère plus de 100 programmes relationnels et affinitaires à destination de 20 millions de bénéficiaires ayant accès aux meilleures offres promotionnelles négociées par Obiz[®] auprès de son large réseau de 38 000 partenaires commerciaux, nationaux et locaux.

Sur l'exercice 2021, Obiz[®] a réalisé un chiffre d'affaires de 36,9 M€, en progression de +140% sur un an.

Obiz[®] est qualifiée Entreprise Innovante par Bpifrance et a obtenu une notation extra-financière « Avancée + » de la part d'EthiFinance.

Obiz[®] est cotée sur le marché Euronext Growth[®] à Paris (FR0014003711 - ALBIZ).

Plus d'informations sur : www.obiz-concept.fr



Contacts

Relations Investisseurs

Zineb Essafi
+33 (0)1 53 67 36 90
obiz@actus.fr

Relations Presse

Amaury Dugast
+33(0)1 53 67 36 74
adugast@actus.fr