

**Date :** 15/05/2017

## Une stratégie digitale au service des clients

Le virage digital pris par Barrière il y a plusieurs années lui permet de présenter aujourd'hui les premiers résultats d'une stratégie ambitieuse et innovante.

Dans un secteur en pleine mutation, il était décisif pour le Président de Barrière, Dominique Desseigne, de profiter de la révolution digitale pour faire évoluer le Groupe, capitaliser sur ses atouts et renforcer sa démarche « Customer centric ».

Ainsi, afin de consolider sa réputation d'excellence dans le monde de l'hôtellerie, du loisir et du divertissement, Barrière a donc choisi de créer un écosystème digital offrant en interne comme en externe des opportunités de créations et d'innovations.

Dans cet esprit, cette mutation digitale a mobilisé de façon transversale tous les métiers à tous les niveaux du Groupe, de la prise de décisions à la gestion du client, en passant par la circulation de l'information.

Le « Customer centric », marque de fabrique des équipes Barrière, et l'hyper-personnalisation chère à la culture du Groupe s'appuie désormais sur l'analyse des data des clients et l'expérience client devient la référence absolue. Cette transformation a été facilitée par la mise en place de nouvelles équipes composées notamment de data scientists et d'un vaste plan de formation de tous les collaborateurs concernés.

C'est donc en s'appuyant sur les nouvelles attentes des clients que Barrière a multiplié ses canaux numériques pour ancrer plus fortement encore le Groupe dans le monde des loisirs et du divertissement.

Tout l'environnement digital du Groupe a été conçu comme une porte d'entrée qui optimise l'« user expérience » dans le plus grand respect de l'Esprit Barrière et sous le signe de la convivialité et de la modernité.

Et dans ce secteur des loisirs et du divertissement, révolutionné par des événements digitaux, Barrière n'a pas hésité à se positionner très vite dans le nouveau monde du eSport lui permettant de toucher une nouvelle cible de millenials.

### **L'Hôtellerie : optimisation de la data et hyperpersonnalisation du service**

#### Le Resort, un avantage concurrentiel à l'ère du digital

Un modèle, ancré dans le monde réel, celui du Resort qui permet d'offrir de façon unique aux clients sur un même site une palette complète et diverse de services et d'activités.

En interconnectant ses activités, le Groupe peut collecter davantage d'informations et ainsi créer avec ses clients une relation directe et réellement personnalisée ses offres sur mesure. Il capitalise ainsi sur un de ses actifs les plus précieux : le savoir faire de ses employés qui font vivre au quotidien aux clients ce qu'est l'Esprit Barrière.



## BARRIÈRE

Aujourd'hui le client est à la recherche d'expériences. L'objectif, en le connaissant mieux et en transmettant ses informations à ceux qui sont là pour le satisfaire, est aussi de créer des émotions profondes et mémorables.

### Le digital, outil de promotion et de communication

Le digital est d'abord un moyen efficace, rapide et souple pour communiquer sur les offres hôtelières et de restauration :

- Un nouveau site internet avec des parcours clients repensés en fonction de leurs attentes .
- Une application mobile servicielle pour présenter l'intégralité des services et des établissements, les réserver et mettre en valeur l'un de ses atouts concurrentiels majeurs, le Resort, où sont proposées toutes les offres de l'hôtellerie au bien-être.

### Des projets en développement

Les projets sont multiples : vidéo 360, nouveau tunnel de réservation sur le site internet déployé en marque blanche avec Fastbooking, réflexion sur les objets connectés dans le bien-être, nouvelle approche transversale de la data avec de nouveaux process pour améliorer la récolte et la qualité des données et le partage des informations avec les autres métiers en temps réel.

Un nouveau programme de fidélité verra le jour fin 2017 encourageant le client à partager davantage d'informations pour que l'accueil et le séjour soient encore plus personnalisés.

### Des premiers résultats visibles

Les nouveaux médias ont permis à Barrière d'augmenter sensiblement sa visibilité sur ces nouveaux supports.

A titre d'exemples : LinkedIn : +28% d'abonnés en un an, Facebook : +52% de fans en un an.

Les outils digitaux montrent également une belle croissance : en un an, +14% de CA généré sur le site web, +18% d'augmentation du trafic qualifié, +56% de visites sur l'application mobile.

## **Le Gaming : un avenir pour le Gambling**

### Des lieux de divertissement ouverts à tous les publics

Les casinos ont toujours été des lieux où chacun peut vivre une expérience unique, multiple et personnalisée : espaces de jeux, bars, salles de spectacles, restaurants, événements sont sans cesse renouvelés pour surprendre les clients.

### Un engagement naturel dans le digital

Les jeux électroniques et les outils de relation client (site, appli mobile, totems interactifs, traitement de la data, ...) sont présents dans tous les casinos du Groupe.

Barrière a transposé l'expérience Hôtelière du traitement de la data à ses casinos : analyse des usages des clients, de leurs préférences, autant d'innovations dans le secteur des casinos.



## BARRIÈRE

Les fabricants de Machines à sous ont aussi amorcé cette tendance : les nouvelles Machines à sous intègrent des effets 3D, des skill-games ou même revisitent des jeux vidéo vintage tels que Pac-Man. Côté Jeux de tables, les versions électroniques et les eTables de Roulettes anglaises et Black-Jack connaissent un franc succès avec une croissance à deux chiffres.

### Le phénomène eSport

L'esprit de compétition est présent dans chaque joueur et les tournois de Poker organisés par Barrière constituent déjà de véritables épreuves qui ont vu émerger des joueurs professionnels et de véritables stars.

Pour Barrière, propriétaire de Resorts répartis dans toute la France, le eSport s'inscrit tout naturellement dans ses axes stratégiques de rajeunissement de cible et dans sa volonté de conforter sa position d'acteur global des loisirs et du divertissement. Dès 2016, Barrière proposait à Lille un premier événement eSport .

Fort du succès de ce test, le Groupe a décidé d'aller plus loin et d'investir dans un programme à long terme en collaboration avec Webedia, incontournable du secteur.

C'est ainsi qu'est né le Hearthstone Festival de Lille en juillet dernier, drivant plus de 4 000 fans du jeu sur un week-end.

A Lille, le 27 mai prochain, le Théâtre du Casino Barrière Lille accueillera le premier événement du « Barrière eSport Tour » avec un show imaginé par le Youtubeur-star DominGo. A cette occasion, Barrière proposera un tournoi amical qui verra s'affronter les influenceurs les plus en vue de la scène League of Legends et leurs équipes.

Pour Dominique Desseigne, Président du groupe Barrière :

*« Nous vivons une mutation passionnante et entendons faire du digital un allié et un atout. Pour un Groupe centenaire comme le nôtre, relever le défi de la révolution numérique est un enjeu qui mobilise et passionne toutes nos équipes. C'est une révolution culturelle qui nous ouvre de nouveaux territoires et de nouvelles opportunités de conquête. Le lancement du Barrière eSport Tour est un symbole formidable de notre capacité à innover et à nous adapter à ce nouveau monde des gamers pour séduire une clientèle de jeunes passionnés. Le eSport est une animation et une attraction moderne et conviviale qui entre parfaitement dans notre positionnement de Groupe de loisirs et de divertissement »*



## A propos de Barrière

*Barrière est une Marque sous laquelle sont commercialisés les hôtels, casinos et restaurants de deux groupes distincts : Groupe Lucien Barrière (GLB) et Société Fermière du Casino Municipal de Cannes (SFCMC).*

*Fondé en 1912 par François André et développé successivement par Lucien Barrière, Diane Barrière-Desseigne et Dominique Desseigne, Barrière a traversé les époques pour devenir le leader français des casinos, une référence dans l'hôtellerie de luxe et un acteur global des Loisirs et du Divertissement.*

*Barrière a développé des offres sans équivalent dans le domaine des loisirs haut de gamme, fondées sur le souci de l'excellence opérationnelle, de la qualité de service, et de l'art de vivre à la française. Elle regroupe aujourd'hui 34 Casinos Barrière (dont une ouverture prochaine au Caire), 18 Hôtels Barrière\* (pour la majorité des 5 étoiles) et plus de 120 restaurants et bars, dont le célèbre Fouquet's à Paris (décliné à Cannes, Courchevel, La Baule, Marrakech, Toulouse et Enghien-les-Bains) et propose près de 3 000 spectacles et animations par an. Le chiffre d'affaires des deux Groupes s'élève à 1,16 milliard d'euros pour l'exercice clos le 31 octobre 2016. Ils comptent près de 7 000 collaborateurs.*

*Barrière bénéficie également d'une forte notoriété dans les métiers de la restauration avec près de 2 millions de repas servis, dans les loisirs avec 15 spas, 1 centre de thalassothérapie à La Baule, 1 balnéothérapie à Ribeaupillé, 3 golfs et 2 tennis club, et se distingue à travers des Resorts implantés dans des stations touristiques de renommée internationale.*

*\*dont Le Carl Gustaf St Barth qui ouvrira courant 2018*



Contacts presse :  
Emmanuelle Galizzi – 01 42 86 39 87 / [egalizzi@lucienbarriere.com](mailto:egalizzi@lucienbarriere.com),  
Téléchargement visuels : [www.lucienbarriere-photo.com](http://www.lucienbarriere-photo.com)  
[www.lucienbarriere.com](http://www.lucienbarriere.com)