



MARSEILLE PROVENCE
CHAMBRE COMMERCE ET INDUSTRIE



Stratégie Accompagnement TIC



Les TPE/PME ne prennent pas en compte les enjeux liés aux TIC

Les principaux freins :

- Vision limitée des opportunités et usages
- Appréhension face aux changements
- Difficulté à identifier les bons interlocuteurs
- Méconnaissance des investissements, etc.
- Absence de vision stratégique
- Difficulté à définir un projet



Chambre de Commerce et d'industrie Marseille Provence

créé





MARSEILLE PROVENCE
CHAMBRE COMMERCE ET INDUSTRIE



Les missions de l'Echangeur

**Développer la compétitivité des entreprises,
des filières et des réseaux grâce au bon usage
des TIC**

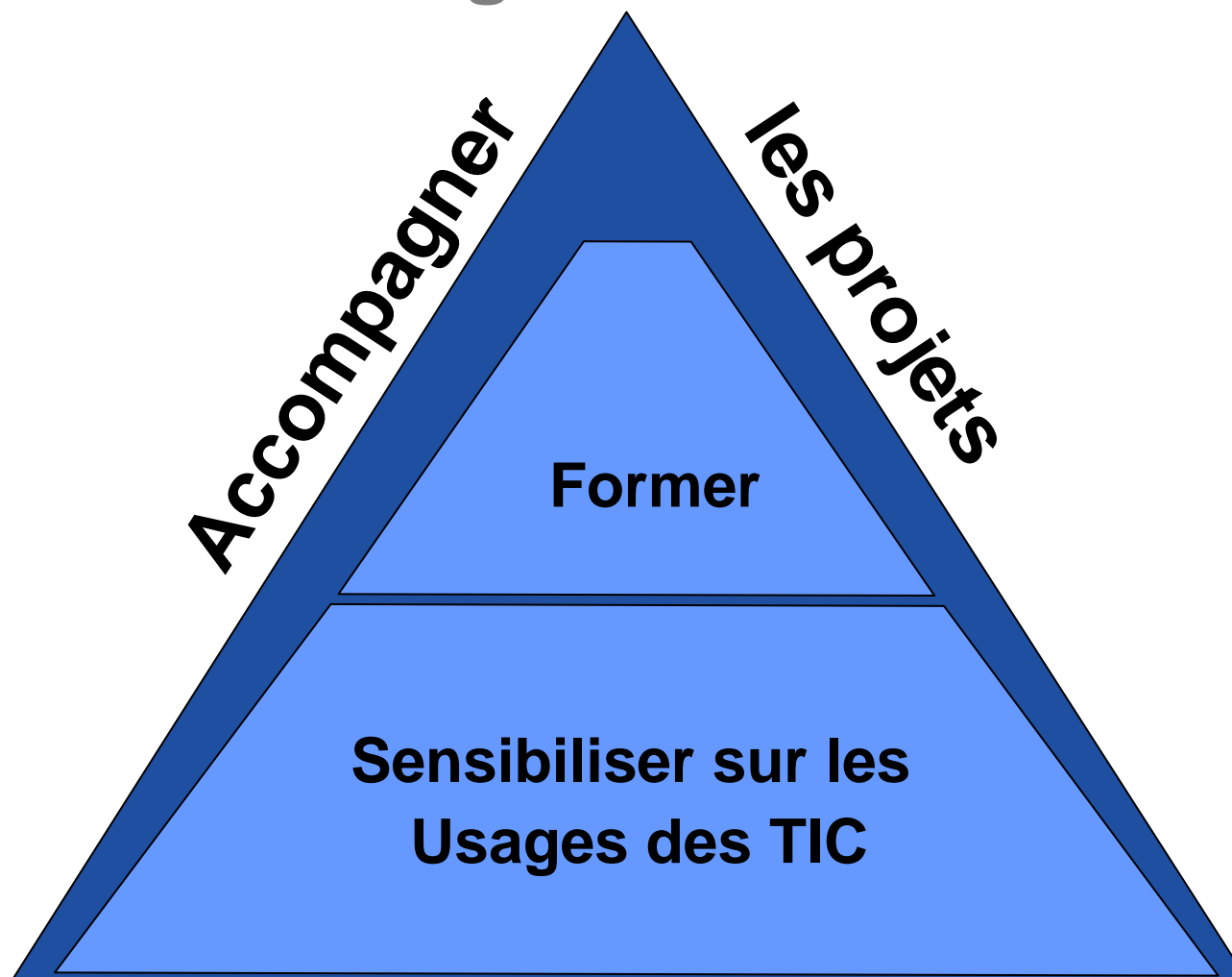
Promouvoir la filière des acteurs TIC

www.echangeurprovence.com



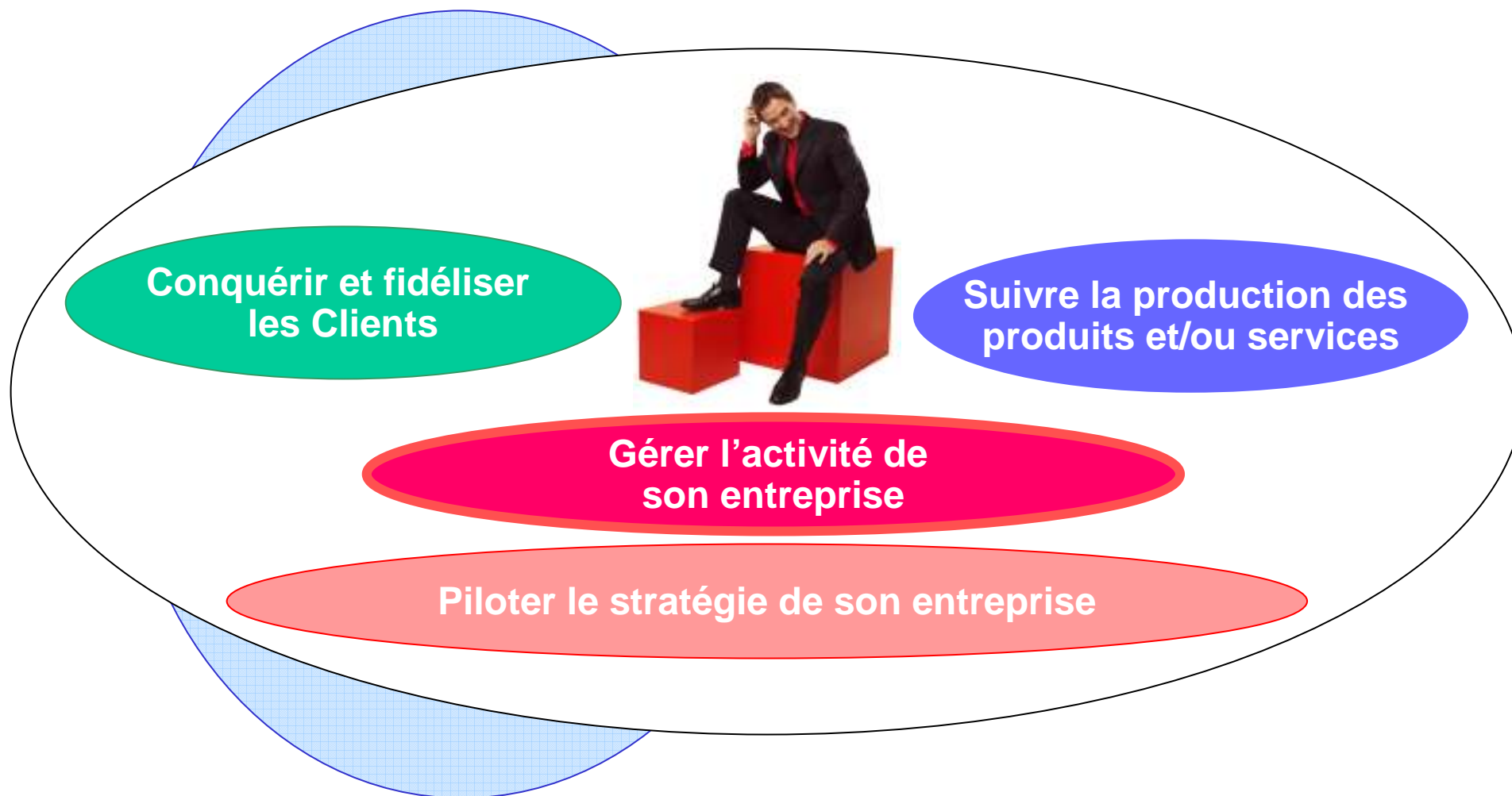


Un plan d'actions global





... basé sur une vision des TIC ...





... qui se traduit par un Show Room ...

Espace
« Suivre
product



ce
elles
es »

...avec des services complémentaires
proposés par le WTC

geur





Les cibles identifiées

- **Les entreprises**

- Partager une vision sur les usages des TIC

- Informer / former dans un environnement 1/3 de confiance

- Accompagner les projets des entreprises

- **Les structures fédératrices**

- Faire partager une vision sur les usages des TIC

- Faire émerger des idées de projet « TIC »

- **Les acteurs de la filière TIC**

- Impliquer les acteurs TIC dans la démarche d'information

- Faire le lien entre création de besoin et mise en œuvre du projet



Un plan d'actions global

**Sensibiliser sur les
Usages des TIC**



SENSIBILISER, INFORMER sur les usages

- Proposer **un programme récurrent d'actions de sensibilisation permettant** de développer sa vision

Sessions du Passeport Numérique

Cycle de Rendez-vous CCIMP de l'Echangeur

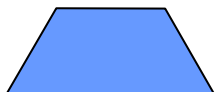
Démonstrations d'usage(s) dans le Show Room

- Organiser **des opérations d'envergure**

Salon TOPTECH ... plus de 1000 visiteurs

- Exploiter le **Show Room**

Séminaires « Découverte »





MARSEILLE PROVENCE
CHAMBRE COMMERCE ET INDUSTRIE



L'implication des Partenaires Privés



SENSIBILISER, INFORMER sur les usages

Développer une stratégie de partenariat avec les acteurs de la filière TIC

- Impliquer les **acteurs de référence** dans les actions

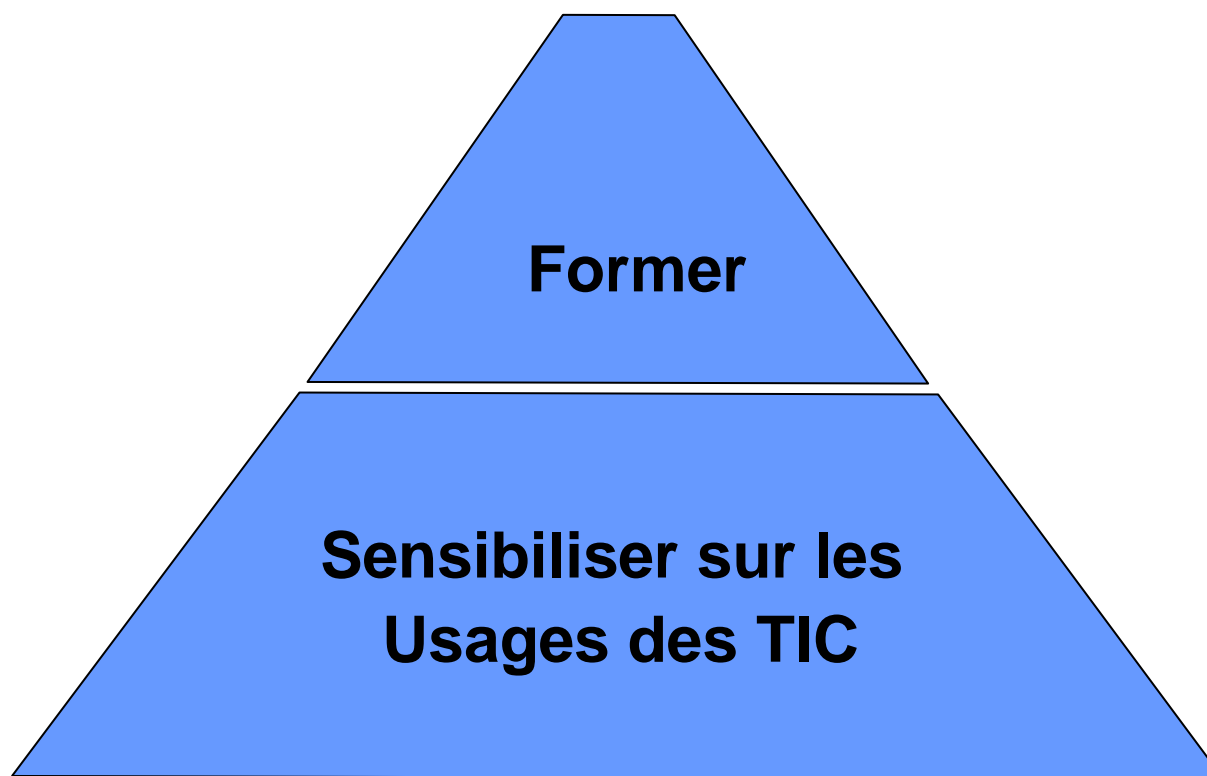


- Proposer l'Echangeur comme **vitrine**





Un plan d'actions global





FORMER sur les USAGES des TIC

- Développer **un catalogue de formation** permettant de mettre en œuvre les usages des TIC

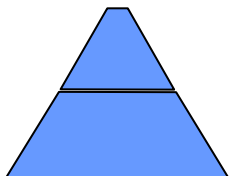
En fonction des cibles :

cycle sur les usages pour les entreprises

cycle TIC et « Nouvel emploi »

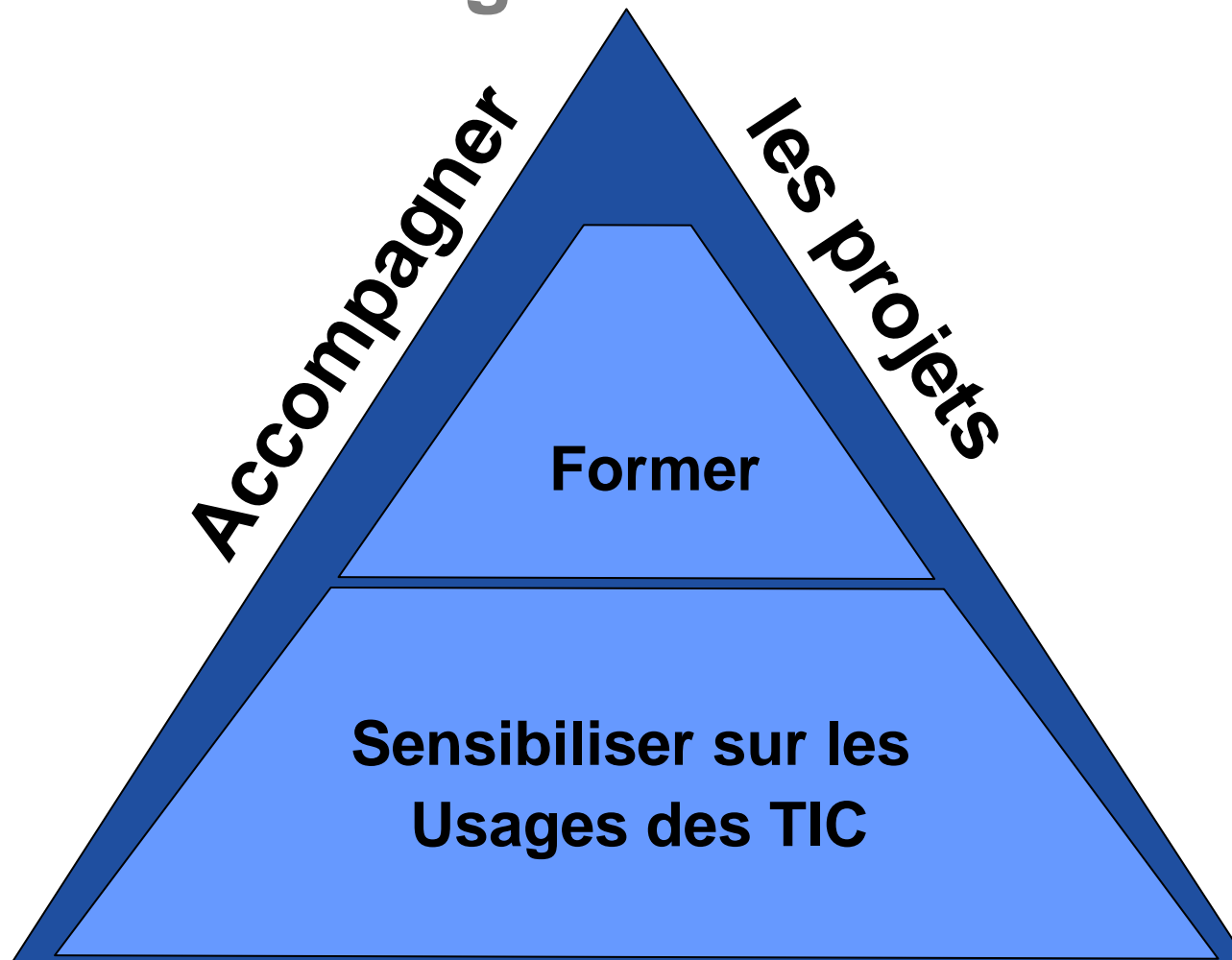
- Intégrer des **formations de référence**

En partenariat avec acteurs de référence : E BAY, CNIL, etc .





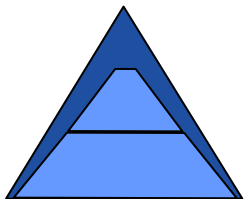
Un plan d'actions global





ACCOMPAGNER les projets

- Réaliser des « **pré-diagnostics E-transformation** »
Définition de préconisations personnalisées
- Accompagner une structure de façon collective
Sensibiliser sur le sujet des TIC
Formaliser le besoin
Assister dans la relation avec le prestataire de service





MARSEILLE PROVENCE
CHAMBRE COMMERCE ET INDUSTRIE



La synergie avec le WTC Marseille Provence



Exploiter la synergie avec un WTC

Le **Show Room** de l'Echangeur est implanté dans les locaux du WTC Marseille Provence



Des opportunités en terme d'organisation de manifestations, de création de services à valeur ajoutée, de mutualisation de moyens et de promotion des partenaires