

“ L’INNOVATION DANS LE TOURISME : DIAGNOSTIC ET PERSPECTIVES ”

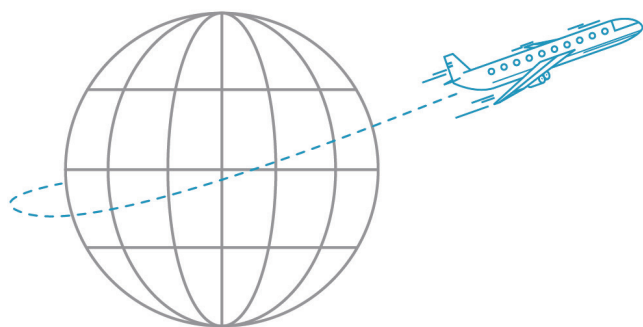
Le rapport comprend :

- une analyse comparée des environnements d’innovation dans le tourisme en Allemagne, Espagne et France et avec d’autres secteurs d’activité
- un diagnostic approfondi de l’innovation touristique en France
- et des préconisations d’actions




Téléchargez le rapport complet sur :

<http://www.entreprises.gouv.fr/etudes-et-statistiques/innovation-tourisme-diagnostic-et-perspectives>

LE RAPPORT PUBLIC COMPREND DES ZOOMS SUR DIFFÉRENTES **BONNES PRATIQUES** :

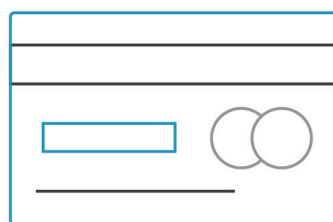


AILLEURS

- 
 - La DTV, une association fédérant les acteurs du tourisme
 - Les programmes d’aide à l’innovation pour les PME non spécialisées en technologie de pointe
 - La semaine des start-up
- 
 - SEGITTUR et le PNIT (Plan Nacional e Integral de Turismo)
 - Les Groupements d’Entreprises Innovantes (AEI)
 - Destinations Intelligentes, des destinations innovantes s’appuyant sur les nouvelles technologies
- 
 - Silicon B & Look Forward, des écosystèmes portés par des acteurs privés
 - Le PICOM, Pôle de compétitivité dédié à l’e-commerce
 - FabLabs & TechShop

ACCOMPAGNEMENT

- Welcome City Lab, un incubateur pour le tourisme urbain à Paris
- Cap Digital
- The Bridge, un accélérateur spécialisé dans la culture et le tourisme avec un volet expérimentation
- L’exemple de l’expérimentation des Lunettes connectées au Festival d’Avignon
- Le Concours de l’Innovation Numérique
- L’initiative « Entreprendre en Guyane » ; Caraïbes Angels
- Le Contrat d’Appui au Projet d’Entreprise, une initiative qui complète les incubateurs
- Le programme Transition Numérique
- Le French Tech Ticket
- L’Open Innovation, un modèle à développer ; DATAtourisme
- Business France, opérateur public de soutien au développement international



FINANCEMENT

- Bpifrance : Dispositifs de financement de l’innovation & de soutien aux entreprises
- Fonds France Investissement Tourisme & Foncière Développement Tourisme
- La prise en compte du tourisme social dans le 3^{ème} Programme d’Investissement d’Avenir
- Le fonds d’investissement ISAI
- Une initiative régionale : La Banque du Tourisme
- De nombreux acteurs privés finançant l’innovation, notamment en amorçage

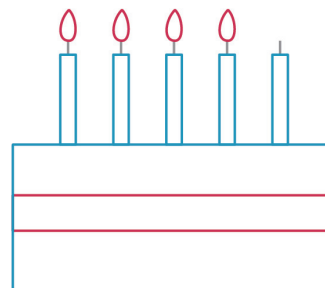


PAYSAGE DE L'INNOVATION TOURISTIQUE EN FRANCE

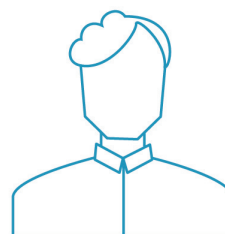
- ③ **35 000 à 40 000**
entreprises innovent dans le tourisme
- ③ Près de **10%** du total
des entreprises touristiques « traditionnelles » ont
développé une innovation
- ③ Entre **2 500 et 5 000**
entreprises externes au tourisme ont lancé
une innovation touristique
- ③ Les start-up innovant dans le tourisme représentent
moins de 5% du total
des start-up financées (sur un recensement au sein
des portefeuilles de plus de 650 acteurs,
principalement privés) – assez nettement derrière
les start-up du numérique ou les biotechs



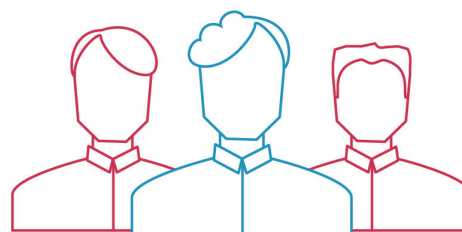
ENQUÊTE APPROFONDIE PORTANT SUR LE PROFIL DE 1000 ENTREPRISES INNOVANTES DANS LE TOURISME*



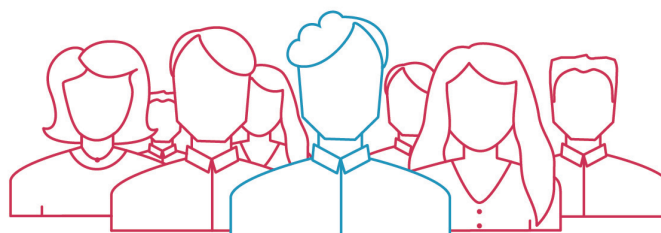
+ de 60%
ont moins de **5 ans**



1 sur 2
n'emploie **aucun salarié**



1 sur 4
a entre **1 et 5 salariés**



1 sur 4
a **+ de 5 salariés**

* Echantillon d'entreprises innovantes de tous secteurs d'activité dont l'innovation est applicable à une activité touristique ou peut être utilisée par un touriste, suffisamment significatif pour analyser les profils d'innovations et d'entreprises qui les portent.

GÉOGRAPHIE DES ENTREPRISES INNOVANT DANS LE TOURISME EN FRANCE

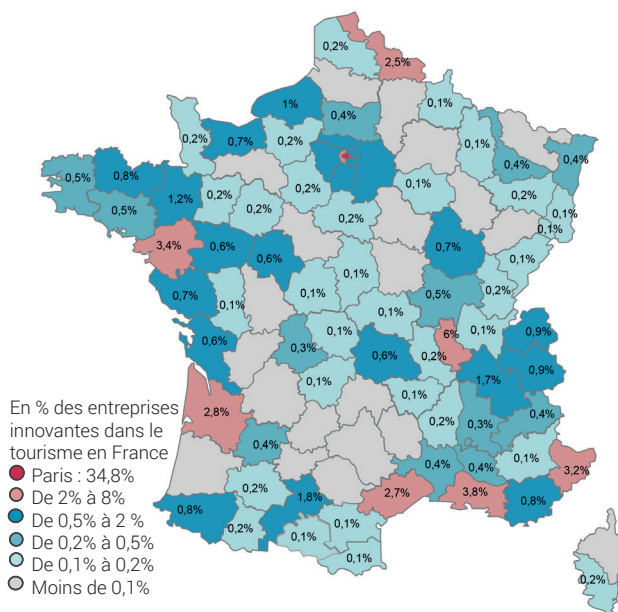


Paris

34,8%

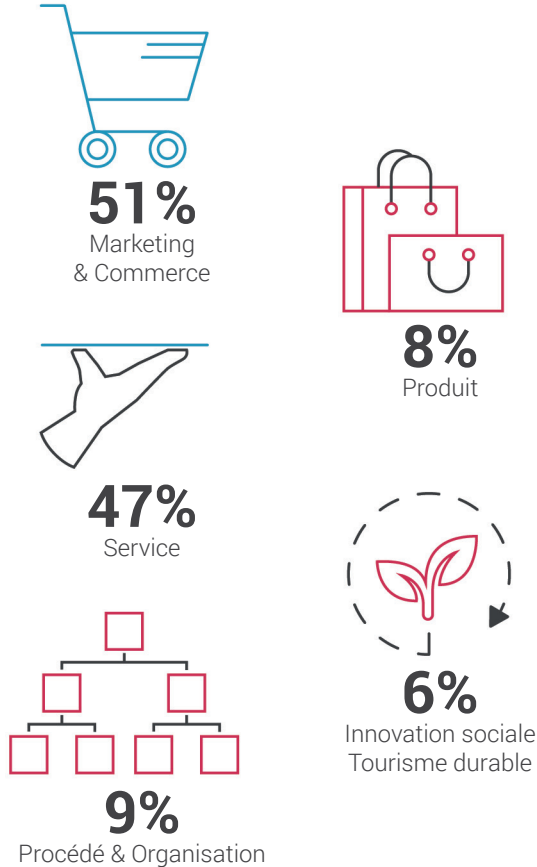
*** île de France**

50%

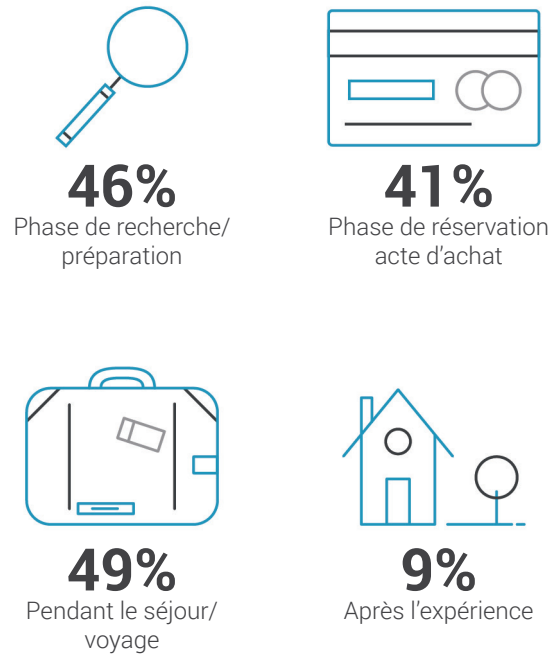


De nombreuses structures d'accompagnement, notamment des incubateurs, sur tout le territoire... mais jusqu'à présent peu étaient fortement spécialisées tourisme. Quelques exemples :
Welcome City Lab – French Tech Culture – The Bridge – Les Tremplins – SNCF Voyageurs Connectés

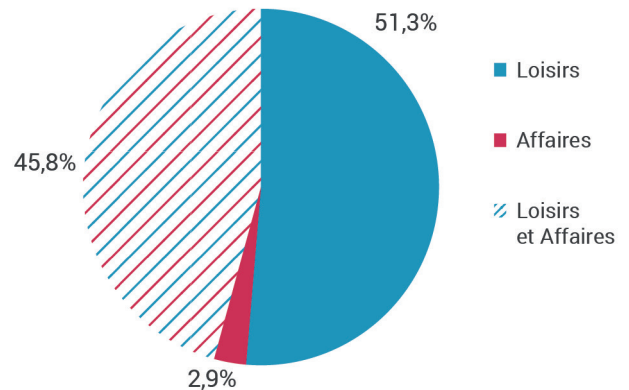
PROFIL DES INNOVATIONS



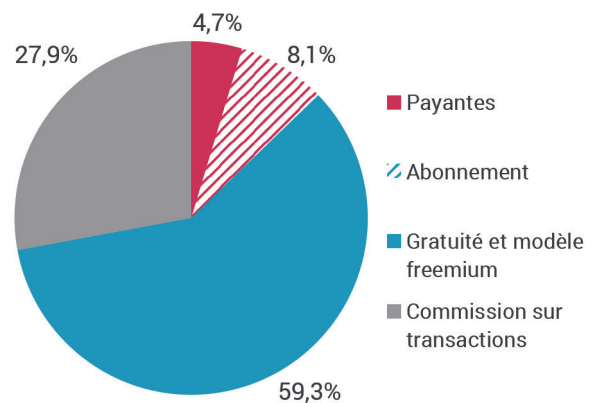
PHASE DU PARCOURS CLIENT



RÉPARTITION AFFAIRES/LOISIRS DES CLIENTÈLES CIBLÉES PAR L'INNOVATION TOURISTIQUE



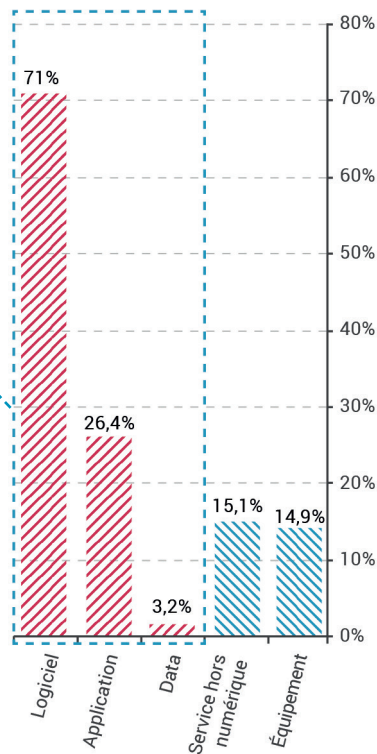
ZOOM : LES MODÈLES ÉCONOMIQUES DES APPS MOBILES



TYPLOGIE DES INNOVATIONS

80%

Des entreprises développent au moins une innovation digitale

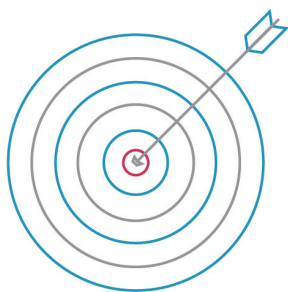


- Des innovations **principalement destinées à l'utilisateur final** : près de 80% ciblent directement le touriste (B2C), et non les opérateurs traditionnels (B2B)
- Très (trop) orientées loisirs : **Seules 2,9% ciblent spécifiquement le segment affaires**
- Très « digital centric », mais **moins d'offre tournée data ou après-séjour**
- De nombreuses innovations **marketing & commerce** (notamment plates-formes, C2C...) ou de **services**, moins dans les procédés, le produit ou l'économie durable

PRÉCONISATIONS

RETROUVER LE DÉTAIL DES 24 PRÉCONISATIONS DANS LE RAPPORT

« MIEUX CIBLER LES FINANCEMENTS A L'INNOVATION ET FACILITER LEUR ACCES POUR LES ENTREPRISES »

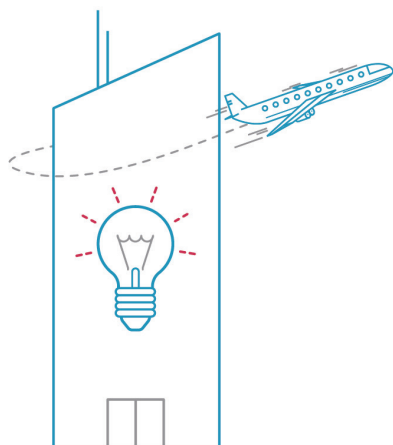


- Améliorer la lisibilité des financements publics (portail unique)
- Elargir les critères d'obtention de financement au « caractère innovant pour l'utilisateur »
- Soutenir via une politique de marchés publics relatifs au tourisme plus favorable à l'innovation

- Cibler des financements sur des actions opérationnelles (développement, traduction, 1^{er} salarié...)
- Mettre en place un « Dispositif Licorne » (pour les entreprises à fort potentiel)

« AMELIORER L'ACCOMPAGNEMENT ET SOUTENIR L'ESSOR DES ENTREPRISES INNOVANT DANS LE TOURISME »

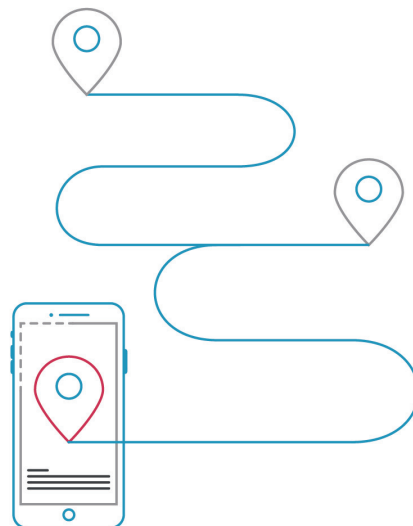
- Poursuivre la création d'écosystèmes thématiques
- Créer une chaîne d'accompagnement pour les porteurs de projets touristiques
- Favoriser le développement des entreprises à l'international
- Assouplir la législation sur les agences de voyage



« PERMETTRE UNE MEILLEURE APPROPRIATION DES INNOVATIONS PAR LES OPERATEURS TOURISTIQUES »

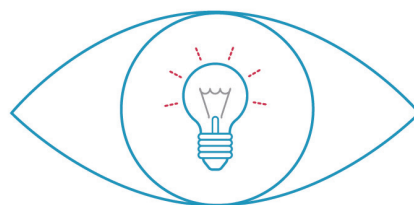
- Favoriser l'expérimentation in-situ des innovations
- Mettre en place un comité d' « Early Adopters »
- Structurer des groupements d'entreprises pour créer des offres clefs en main
- Assouplir les conditions d'adhésion aux organismes du tourisme

« ENCOURAGER L'OPEN DATA DANS LE TOURISME »



« SOUTENIR L'INNOVATION DANS LE TOURISME EN OUTRE-MER »

- Prendre en compte les spécificités de l'Outre-mer vis-à-vis du caractère innovant
- Clarifier et communiquer sur le système d'attribution d'aides financières
- Favoriser l'investissement privé pour soutenir l'innovation
- Mettre en réseau les écosystèmes et acteurs de l'innovation
- Renforcer l'accompagnement des porteurs de projet et entreprises innovantes au sein des écosystèmes
- Créer un écosystème thématique sur le tourisme en Outre-mer
- Améliorer les outils d'observation et bases de données des organismes ultra-marins de tourisme



« RENFORCER LA VISIBILITE DES ENTREPRISES INNOVANTES ET LA MISE EN RESEAU DES ACTEURS »

- Mettre en place un outil de veille sur les start-up
- L' « antichambre des salons » : faciliter l'accès aux salons professionnels du tourisme
- Favoriser les « rencontres de l'innovation » à l'échelon local

Les préconisations ci-dessus présentées sont proposées par MKG Consulting ; elles n'engagent pas les pouvoirs publics