"Face à la concurrence des autres pays, le tourisme français doit impérativement faire preuve d'imagination pour pouvoir conserver sa position de leader mondial. Les startups françaises du secteur sont très innovantes au point de séduire des capitales étrangères.

Une compétition accrue

La France demeure la première destination touristique au monde, mais la concurrence des autres pays se fait de plus en plus sentir. Un signe parmi d'autres : en 2013 Londres a talonné Paris pour le nombre de touristes provenant de l'étranger. L'enjeu est important pour la région Ile-de-France, où le tourisme représente plus de 500 000 emplois et 10 % du PIB francilien.

Pour rester attractif, le tourisme français doit donc se réinventer. Sur le terrain, de nombreuses start-up s'y emploient. Un incubateur parisien, le Welcome City Lab accueille ainsi une trentaine de jeunes pousses spécialistes du secteur. Pour Laurent Queige, délégué général du lieu : « l'innovation touristique n'est pas uniquement synonyme de technologie. Elle peut prendre de nombreux aspects. »

Créer de nouveaux services

« En premier lieu, la création de nouveaux services est indispensable », analyse Laurent Queige. Exemple avec la société Theatre in Paris qui, grâce à un dispositif placé à côté de la scène, propose de sous-titrer en anglais et en direct les pièces de théâtre jouées en français. L'offre inclut d'autres prestations comme des sièges privilégiés offrant un confort optimal pour la lecture des sous-titres, une présentation en anglais de la pièce avant le spectacle, dans le lieu de la représentation, ou bien encore, certains soirs, une rencontre avec les artistes. Un service à la fois innovant et malin, propre à séduire tous les touristes anglophones.

Dans le même esprit, la création d'applications pour smartphone est un atout majeur pour accompagner les visiteurs : par exemple LoungeUp propose aux spécialistes du tourisme de créer leurs propres applications mobiles. Les hôteliers peuvent par exemple gérer leur relation client, de la réservation de la chambre à la commande de services supplémentaires. Parisianist, de son côté, invente une nouvelle génération de guides touristiques sur téléphone mobile.

Se focaliser sur les nouveaux usages

« Surfer sur l'économie collaborative est une voie prometteuse », note aussi Laurent Queige. C'est celle que Simpki a choisie. A première vue, il s'agit d'une simple plateforme internet permettant de trouver des séjours courts à moindre prix, mais les services sont en fait issus de l'économie collaborative : le covoiturage ou les locations entre particuliers sont à l'honneur. Le site offre ainsi la possibilité de passer un week-end dans une grande ville d'Europe (Paris, Rome, Budapest..) pour 500 euros maximum à deux (transport plus hébergement). De quoi ouvrir les possibilités du tourisme international à de nouveaux consommateurs qui, faute de budget suffisant, ne pouvaient, jusqu'à présent, en profiter".

lire la suite

Écrit par jocelyne.hubert@finances.gouv.fr (Joce Hubert)
Vendredi, 26 Septembre 2014 00:00 -

Consultez la source sur Veille info tourisme: Le tourisme français se réinvente