

DECEMBRE 2015

Les informations sélectionnées par les veilleurs, les points de vue exposés, les commentaires et analyses développés, ainsi que les contenus des sites liés n'engagent que leurs auteurs et ne constituent pas une position officielle.

1/ Edition du 25/11/2015 : Conséquence des attentats sur l'activité touristique : il est urgent d'attendre

Manuel Valls s'est invité, le 23 novembre, à une réunion au Quai d'Orsay avec les représentants du tourisme parisien et francilien pour échanger sur les conséquences immédiates des attentats du 13 novembre. La profession (dont les professionnels de l'hôtellerie et la restauration) redoute une baisse significative et durable de la fréquentation. Le Premier ministre l'envisage également mais, pour l'heure, entend laisser passer les fêtes avant d'annoncer quoi que ce soit.

➤ [Lire la suite](#)

2/ Tourisme – Réunion des acteurs du tourisme autour de Manuel Valls, Laurent Fabius et Matthias Fekl (Paris, 23 novembre 2015)

Suite aux attentats qui se sont produits à Paris et dans le département de la Seine-Saint-Denis dans la nuit du 13 au 14 novembre 2015, Manuel Valls, Laurent Fabius et Matthias Fekl ont rassemblé les représentants du tourisme parisien et francilien ainsi que les représentants des agences de voyage, des tour-opérateurs, des hôteliers restaurateurs et des transporteurs (Air France, SNCF, ADP) .

➤ [Lire la suite](#)

3/ Attentats : baisse d'activité chez un tiers des PME, 44% craignent un impact à long terme

PARIS, 24 nov 2015 (AFP) - Un tiers des petites et moyennes entreprises ont observé une baisse d'activité après les attentats de Paris, et 44% d'entre elles craignent des conséquences économiques à plus long terme, selon une enquête réalisée par la CGPME et transmise mardi à l'AFP. Selon cette enquête réalisée du 18 au 23 novembre auprès des 122 Unions territoriales CGPME et des 200 organisations professionnelles adhérentes, 33,8% des entreprises disent avoir observé une inflexion de l'activité économique. "Sans surprise, le commerce, l'hôtellerie/restauration et d'une manière plus générale les activités liées au tourisme, à l'événementiel ou les lieux de rassemblement du public ont observé une baisse d'activité", note la CGPME. Par ailleurs, 44,1% des entreprises interrogées disent craindre des conséquences à long terme. Parmi elles, "de nombreux commerçants qui voient s'approcher les fêtes de Noël", selon la CGPME.

➤ [Lire la suite](#)

4/ Et pourtant les Français partiront 2 fois plus cette année pour fêter la Nouvelle Année : info ou intox ?

Paris, le 24 novembre 2015 – Alors que cette année, Noël et le jour de l'an sont marqués par 2 longs week-ends de 3 jours, les Français ont d'ores et déjà lancé les festivités en prévoyant de s'évader en court-séjour. Laurent Salanié, Directeur général de Weekendes, leader de la réservation en ligne de week-ends et de courts séjours, décrypte les tendances de réservations pour les fêtes de fin d'année. A un mois avant les fêtes de fin d'année, Weekendes enregistre déjà une forte augmentation des réservations. Le leader de la réservation en ligne de week-ends affiche ainsi +68% de croissance de son CA avec un nombre de réservations en hausse de 49% (du 18/12 au 04/01 vs 2014) et une durée de séjour en hausse avec 1,78 nuit (vs 1,56 en 2014).

➤ [Lire la suite](#)

5/ Amadeus : Un nouveau livre blanc étudie la façon dont le voyage influe le digital / A new Amadeus whitepaper explores how managed travel is changing in the digital era

After a long day at the office, we all need time to recharge. When we're travelling for business, that need still stands. If you can't enjoy a great home-cooked meal, maybe your Travel Management Company (TMC) can recommend an award-winning restaurant in your host city. Can't make it to your regular yoga studio? Maybe you can book a yoga class near your hotel. Managed Travel 3.0 encompasses the view that corporate travelers want more from their experience.

Little by little, key industry players are moving from Managed Travel 1.0 –a single, offline corporate-driven policy—to Managed Travel 2.0, where self-booking technology, approval flows and the advent of consulting as a service have taken the focus away from the corporate-centric approach, to Managed Travel 3.0, where the corporate citizen's needs are at the heart of decision-making.

➤ [Télécharger l'étude](#)

6/ Les start-up influencent l'évolution du secteur touristique !

Les start-up, jeunes entreprises à fort potentiel de croissance, proposent un service permettant de répondre à un besoin non ou mal satisfait. Sources d'innovation et de créativité, elles ont impacté l'évolution de l'offre et de la distribution touristique.

Les start-up, au service de l'innovation

Le terme startup est né aux États-Unis en même temps que le développement d'internet, entre 1996 et 2001, puis s'est démocratisé dans le reste du monde. Une startup est une entreprise innovante à fort potentiel de croissance et avec un business model performant. Pour entrer dans le cadre de cette dénomination, elle doit aussi avoir 3 ans d'ancienneté maximum et un faible capital de départ. La start-up cherche à capter la valeur d'un marché, dans n'importe quel secteur (numérique, transports, économie collaborative, etc.), et à acquérir une position dominante sur celui-ci.

➤ [Lire la suite](#)

7/ Le palmarès 2015 des voyageurs en mode digital !

Quelles sont les destinations préférées des Français et comment les tour-opérateurs se partagent-ils les ventes ? Parts de marché gagnées par les uns, perdues par les autres : comme chaque année, L'Echo touristique a collecté des milliers de chiffres auprès des professionnels et des offices de tourisme pour dresser un palmarès unique dans le secteur.

Croisés avec le baromètre du Syndicat des Entreprises du Tour-Operating/Seto, et les statistiques de fréquentation fournies par l'Organisation Mondiale du Tourisme ([OMT](#)), assortis de commentaires des journalistes de la rédaction, les tableaux sont présentés par grande zone géographique.

Outil de décision et d'analyses, le **Palmarès 2015 des voyageurs** présente un tableau de bord complet du secteur, soit 50 pages de tableaux et de commentaires.

➤ [Lire la suite](#)

8/ Expérimentation, le point de vente et d'accueil touristique du futur [infographie]

Du 3 juillet au 15 septembre 2015, le Welcome City Lab a lancé un appel à candidatures d'expérimentation sur le point de vente et d'accueil touristique du futur.

L'objectif de cette démarche est de tester des solutions innovantes qui permettent aux lieux physiques de revaloriser leurs métiers, dans un contexte où les outils numériques prennent de plus en plus de place dans l'acte de vente d'un service touristique ou dans l'accueil de visiteurs. Les solutions retenues doivent donc aider à améliorer l'expérience client sur ces lieux physiques.

➤ [Lire la suite](#)

9/ Digimind : Etude: Hôtels et Locations sur le web et les réseaux sociaux

Comment évolue l'**e-réputation** des hôtels et des services de location en France ?

Le coeur de métier des hôteliers est aujourd'hui menacé par la croissance des plateformes de location en ligne, telles que Airbnb, HomeAway, Homelidays, Wimdu, Pierre et Vacances, Abritel, ... Longtemps considérées comme marginales et touchant une clientèle distincte de celle des Hôtels, ces plateformes sont désormais dans le collimateur des hôteliers.

Sur le mois d'août, via [l'outil de Social Media Monitoring Digimind Social](#) , nous avons collecté plus de 77000 mentions avec une moyenne de 12835 messages par jour. Ces mentions ont été analysées par l'équipe d'analystes de [Digimind](#) afin de mieux comprendre l'impact du web social sur le secteur de l'hôtellerie

➤ [Lire la suite](#)

10/ Links & Go met en relation des vacanciers avant leur séjour en groupe

Links & Go est une startup qui veut briser la glace entre les futurs vacanciers d'un même groupe. Elle met à disposition des voyageurs une plateforme de mise en relation pour leurs clients.

Partir en vacances avec des inconnus n'a jamais été évident, même dans un contexte de détente et de partage. C'est pourquoi Mathieu Lemonnier a eu l'idée de Links & Go en 2012. Le principe de la plateforme lancée en 2014 est simple : elle met en relation des vacanciers du monde entier partageant les mêmes envies de vacances et leur permet de briser la glace avec les autres participants ou avec des locaux. Les voyageurs ont accès à des informations sur leur séjour et à une carte, ils peuvent connaître les intérêts des autres voyageurs et peuvent demander des bons plans aux locaux. La plateforme est accessible avant, pendant et après le séjour pour faciliter la communication à tout moment.

➤ [Lire la suite](#)

11/ Licornes du tourisme : qui sont ces entreprises valorisées à un milliard de dollars ? Zoom sur 15 licornes qui jouent un rôle majeur dans le secteur.

Le site Internet Skift, spécialisé dans les technologies du voyage, a établi un classement de 15 licornes qui jouent un rôle majeur dans l'industrie du tourisme.

C'est un des termes les plus utilisés dans les domaines de l'entrepreneuriat et des technologies. Les **licornes** sont des start-ups, non cotées en bourse et valorisées à **plus d'un milliard de dollars** par les investisseurs. [CBInsights](#) en compte **142** dans le monde, tous secteurs confondus. Le site internet [Skift](#) a établi un **classement des 15 licornes**

spécialisées dans le domaine du voyage. **Uber** arrive en tête. On ne la présente plus, la jeune pousse est très rapidement devenue une belle plante, valorisée à 51 milliards de dollars. Vient ensuite **Airbnb**, valorisée à 25,50 milliards de dollars. **Didi Kuaidi**, start-up chinoise occupe la troisième place du classement avec 15 milliards de dollars. Cette dernière est née en février dernier de la fusion de deux applications (autrefois rivales) de taxis.

➤ [Lire la suite](#)

12/ Plus de clients grâce au web : les 5 règles qui font du bien. Comment attirer les visiteurs ?

[Keenlab](#) propose 5 conseils afin d'aider les professionnels à optimiser leur stratégie Internet et attirer les visiteurs. Attirer des visiteurs dans votre agence de voyages, dans votre hôtel ou sur votre territoire est vital pour la pérennité de votre entreprise. 66% des achats dans le domaine du tourisme se font par le web. C'est donc une bonne raison d'optimiser votre stratégie internet, n'est-ce pas ? Voici 5 règles essentielles (et leurs petites sœurs) pour optimiser sa stratégie web et ainsi attirer des visiteurs mieux qualifiés qui ont plus de chances de devenir client(e)s.

➤ [Lire la suite](#)

13/ MonsieurDrive: «Nous avons 24 millions de produits scannés tous les jours»

Les comparateurs de prix concernent aussi le secteur de la grande distribution. C'est le message de MonsieurDrive, une plateforme qui propose aux internautes de comparer les prix des produits, et le coût final d'un panier donné, dans les supermarchés qui proposent des services de drive. Pour y parvenir, l'entreprise collecte les données disponibles sur les sites de plus de 3 300 magasins. «Nous avons 24 millions de produits scannés tous les jours», assure Carole Walter, la cofondatrice.

Lancée en 2013, la start-up revendique aujourd'hui plusieurs centaines de milliers de visiteurs uniques chaque mois. Mais pour fidéliser les visiteurs qui ont utilisé le comparateur et connaissent déjà le drive le moins cher à proximité, la société propose également des suggestions de produits afin de varier leurs produits.

2 millions d'euros levés

➤ [Lire la suite](#)

