



## NOTRE DOSSIER | Trophées de l'Innovation



© Meghane Pacouret

# L'Écho récompense l'innovation

Voici la liste des dix lauréats aux Trophées de l'Innovation 2013, événement créé par L'Écho touristique l'an dernier, et qui met en lumière les concepts, produits et projets novateurs dans le tourisme, soutenus par le vote des internautes et par un jury de dix professionnels.



### #1 Meilleure innovation animation points de vente → VIVAREL VOYAGES



Lucien Salemi,  
directeur de  
Vivarel Voyages

« L'idée de départ était de savoir s'il était possible d'être présent sur les réseaux sociaux avec un micro budget. L'objectif : obtenir 500 « like » sur la page Facebook de Vivarel Voyages de la part d'une clientèle âgée de + de 35 ans dans un rayon de 25 km autour de l'agence. À la clé, il y avait une croisière Costa à gagner à condition d'avoir laissé ses coordonnées complètes. L'objectif a été dépassé car nous avons eu 5 700 « like » et surtout disposons désormais d'un fichier clients très qualifié avec un budget de départ de 350€. Nous avons déjà renouvelé l'opération la semaine dernière, cette fois avec Salauin. »



### #2 Meilleure innovation campagne de communication destinations étrangères → NOUVEAU-BRUNSWICK



Emmanuelle Winter,  
directrice France  
Tourisme Nouveau-  
Brunswick

« Le Nouveau-Brunswick a bien compris que pour exister et séduire les touristes, il fallait innover, se différencier. C'est pour cela que nous nous présentons comme l'autre province du Canada. Le Nouveau-Brunswick est grand deux fois comme la Bretagne et la concurrence est féroce, surtout avec le Québec. On a misé sur un message clair, des visuels percutants qui interpellent pour montrer qu'on sort des sentiers battus. On est sur du long terme, on ne lâche rien. Les résultats suivent avec de plus en plus de TO qui nous programment et de touristes français chaque année. »



### #3 Meilleure innovation offre thématique France → MES RANDONNÉES CURIEUSES



Gaëlle Lescombat,  
fondatrice de  
Mes randonnées  
curieuses

« J'ai développé une offre combinant, sur une journée, une balade à cheval, un restaurant et une activité permettant de découvrir le territoire, sur une thématique nature, bien-être, gastronomie ou sport. Ce sont de vrais packages, avec plusieurs programmes sur les régions Pays de la Loire et Bretagne, qui se différencient de ce que proposent les centres équestres. J'en suis à ma deuxième saison, mais je constate qu'il y a une demande chez les entreprises, et sans doute des possibilités dans l'événementiel, ce que je n'avais pas imaginé au départ. »



## #4 Meilleure innovation nouvelles technologies → AIRBNB



Olivier Grémillon,  
directeur Europe de l'Ouest  
et Afrique  
d'Airbnb.com

« Airbnb a de plus en plus de logements dans les villes. Nous avons donc créé le Guide des quartiers pour aider les voyageurs à choisir selon leurs attentes. Ce guide couvre déjà 15 destinations. L'innovation est notre marque de fabrique. La prochaine portera sur le mobile, pour lequel nous venons de créer une académie en interne. Nous mettons une grande partie de nos ingénieurs sur les smartphones. 30% de notre trafic provient de nos applications iOS et Android, ainsi que de notre site mobile. »



## #5 Meilleure innovation concept hôtelier → SOLAR HÔTEL



Franck Laval,  
fondateur du  
Solar Hôtel

« La base de notre concept est d'être un hôtel économique, écologique et militant. Nous avons des tarifs bas, 69 euros, uniques et tout compris, avec le petit-déjeuner ou le vélo. L'innovation, c'est de trouver de nouvelles améliorations techniques tous les ans. En 2012, nous avons installé les seules télé éco-labellisées qui existent, c'est-à-dire sans veille. On a aussi raccordé le système de récolte d'eau de pluie pour alimenter les toilettes collectives. C'est normalement interdit, mais c'est un acte militant. »



## #6 Meilleure innovation service à bord transporteurs → OPENSKIES



Karin Drylie  
responsable marketing et  
produit,  
OpenSkies

« Le Sleeper Service permet de maximiser le temps de repos de nos passagers en classe Biz Bed. Les vols de nuit au départ des États-Unis vers l'Europe sont courts (6-7 h) et il est essentiel de profiter d'une nuit de sommeil optimal. Pour OpenSkies, l'innovation consiste à mettre en place de façon continue des solutions rendant le voyage le plus agréable possible. Nous développons une application iPad qui permettra à nos équipages d'avoir davantage d'informations sur nos passagers et ainsi mieux personnaliser le service. »



## #7 Meilleure innovation service clients → LOUNGEUP



Mathieu Pollet,  
fondateur de  
LoungeUp

« LoungeUp est une société spécialisée dans les solutions mobiles appliquées à l'hôtellerie. Nous avons développé une application de relation-client pendant le séjour. L'idée, c'est que tous les services de l'hôtel, comme le room service ou le restaurant sur place, soient dans la poche du client. Notre démarche est toujours très pragmatique. On ne fait pas de l'innovation pour de l'innovation. Il faut être à l'écoute, comprendre les nouveaux usages et faire passer le message aux hôteliers : le service peut être générateur de business à long terme et la technologie fait aussi partie de l'expérience client. »



## #8 Meilleure innovation site BtoB → RESANEO



Yannick Faucon,  
directeur général de  
Resaneo

« Resaneo est une plate-forme de réservations de vols secs BtoB, qui permet aux agences d'accéder à une offre complète de compagnies aériennes : régulières, charters, low cost. Le site, qui permet par exemple de mixer un vol charter à l'aller et un low cost au retour, se veut aussi simple qu'un BtoC. 1200 agences travaillent avec nous, contre 300 juste après notre lancement lors du dernier salon IFTM Top Resa. Notre prochaine innovation sera l'intégration des options payantes, pour avoir une offre vraiment exhaustive. »



## #9 Meilleure innovation offre tourisme durable → CRT PACA



Julien Auray,  
chargé de mission  
Tourisme durable au  
CRT Paca

« Le CRT Paca a choisi depuis plusieurs années de mettre en avant le tourisme durable. Mais c'est une expression qui ne parle pas aux clients, donc nous avons avancé par étapes. Le lancement du portail [www.ecotourismepaca.fr](http://www.ecotourismepaca.fr), qui rassemble toutes les initiatives touchant à l'environnement, dans une région à l'image très connotée tourisme de masse, fait suite à l'ouverture d'un site sur le tourisme accessible aux handicapés. Nous donnons ainsi une visibilité à ce qui existe, en décloisonnant les mondes du tourisme et de l'environnement. »



## #10 Meilleure innovation offre Affaires → KDS NEO



Stanislas  
Berteloot,  
directeur  
marketing de  
KDS

« KDS Neo est une appli de réservation de porte à porte pour les voyageurs d'affaires. Elle vise en entreprises les responsables business travel et est très orientée utilisateurs. Elle est innovante car elle permet d'avoir une visibilité sur l'ensemble du déplacement et d'intégrer l'ensemble des dépenses. L'innovation est au cœur de notre métier. KDS sort de nouvelles solutions chaque année. La dernière en date étant KDS Maverick qui permet aux entreprises de mieux encadrer leur politique voyage. »

## ⊕ Pour en savoir plus

### Méthodologie

Pour ces Trophées de l'innovation 2013, 29 candidats issus de tous les segments de marché de l'industrie du voyage ont été dans un premier temps présélectionnés par un jury d'experts composé par L'Écho touristique. Leurs dossiers ont ensuite été soumis au vote des internautes pendant 12 jours. Fortement mobilisés, ils ont été 1 611 à élire les entreprises qu'ils ont jugés les plus talentueuses. Le vote du jury a également pesé à hauteur de 30%.

La personnalité de l'année a, quant à elle, été élue par le jury, sur proposition de la rédaction de L'Écho, parmi 5 candidats.

## Personnalité de l'année 2012 Henri Giscard d'Estaing

Lorsqu'en 2002, Henri Giscard d'Estaing se voit confier les rênes du Club Med (qu'il a intégré en 1998 en tant que directeur financier), beaucoup sont ceux qui attendent au tournant ce « fils de... » et pensent à une erreur de casting. La marque aux tridents connaît alors ses pires heures avec un cours de Bourse en chute libre et un contexte touristique mondial marqué par la guerre du Golfe. C'est pour le voyageur l'heure des choix décisifs. La marque se cherche une nouvelle identité depuis plusieurs années et doit faire face à une concurrence accrue. Henri Giscard d'Estaing sait que l'enjeu pour le Club Med n'est pas la notoriété mais l'innovation. En la matière, il a été à bonne école lors de sa précédente expérience chez Danone - aux côtés d'Antoine Riboud - en dirigeant le leader mondial de l'eau minérale, Evian. Pour se différencier sur un marché de plus en plus marqué par la bipolarisation, il fait donc le pari de la montée en gamme. Et ce sera à marche forcée car l'homme aime que les choses aillent vite. Il se don-



© Club Med

ne alors cinq ans pour réhausser son offre produits ; il lui en faudra finalement le double pour atteindre son objectif. Mais les actionnaires ont suivi et aujourd'hui l'entrepreneur se lance dans un nouveau challenge. « La chance de la France, c'est le monde et ce qui me passionne c'est de voir comment le Club Med en est devenu un observatoire. » précise-t-il, ne manquant pas de rappeler

à l'envi les 5 valeurs de la marque : la gentillesse, la liberté, le multiculturalisme, l'esprit pionnier et la responsabilité. Son nouveau cheval de bataille est désormais l'intensification de l'internationalisation du groupe. Pragmatique, Henri Giscard d'Estaing va chercher la croissance là où elle se trouve. Et à ceux qui s'inquiètent de la nouvelle prise de capital du chinois Fosun dans le fleuron touristique français, il réaffirme que l'OPA amicale franco-chinoise maintiendra un actionnariat français majoritaire. Et surtout lui donnera du temps pour partir à la conquête de nouveaux marchés.

LAURENCE ROUSSEAU

### LES CHIFFRES-CLÉS

# 1 611

VOTANTS EN LIGNE

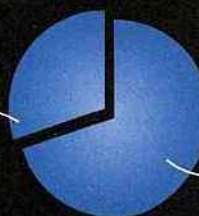
# 10

MEMBRES  
DU JURY

### RÉPARTITION DES VOTANTS

30%

Jurés



70%

Internetautes



Dossiers présentés : 58



Dossiers nominés : 29