

#Exclu : Voyages-sncf.com lance ACT-574, son accélérateur de startups du e-tourisme

L'e-commerçant Voyages-sncf.com teste depuis quelques mois un tout nouveau programme d'accélération consacré aux startups du e-tourisme. Baptisé « ACT-574 », celui-ci se termine dans un mois. La sélection de la future promo devrait quant à elle se faire dans les semaines à venir.

Qu'est-ce qui se cache derrière « ACT-574 », le mystérieux nom du programme d'accélération de voyages-sncf.com ? Loin d'être un nom de code, celui-ci veut tout simplement dire Accélération Collective Tourisme. Et le 574 alors ? Ce chiffre renvoie aux « maisons du digital » : les 574 sont des espaces conçus pour accompagner des projets et développer les expertises digitales SNCF à Nantes, Toulouse, Saint-Denis et San Francisco.

Mais 574 c'est surtout le record de vitesse du TGV. Alors si la vitesse (de déploiement de nouvelles solutions par exemple) n'est pas au cœur de l'ambition de Voyages-sncf.com pour ce programme d'accélération, la volonté de « *professionnaliser et améliorer le rôle de l'écosystème numérique français au bénéfice du secteur du e-tourisme* », comme le présente [Franck Gervais](#), directeur général de Voyages-sncf.com, est elle en revanche centrale dans cette démarche. Voyages-sncf.com, qui collabore déjà en continu une vingtaine de startups (comme OuiCar, Lepotcommun, iAdvize etc.) a choisi d'aller encore plus loin et de mettre véritablement à disposition des startups son expertise en matière d'e-tourisme et d'expérience client.

Depuis 4 mois maintenant, 3 jeunes pousses, [Metigate](#), [Optionizr](#) et [Kokoroé](#) testent cet accompagnement qui devrait se chiffrer, à l'issue du programme, à

quelques 800 heures par startup. Ce premier batch, qui a permis d'affiner l'approche de Voyages-sncf.com a également permis aux startups sélectionnées de travailler concrètement sur certaines de leurs problématiques, au coeur des équipes de Voyages-sncf.com dans leurs locaux de La Défense.

« En début d'accélération nous avons passé un temps précieux avec les startups pour comprendre comment faire matcher les attentes des jeunes pousses et les possibilités offertes par voyages-sncf.com. Cela nous a permis de ne pas aller dans une direction qui n'était pas la bonne. Nous avons su dès le début comment accélérer la startup sur 2 ou 3 sujets clés et nous avons organisé au bout de 15 jours une séance de pitch auprès de nos équipes pour phosphorer sur ce que nous pourrions faire ensemble »

Avec Metigate, les équipes ont ainsi travaillé sur la définition de l'offre et sur le marketing digital de la jeune pousse pour mieux ajuster sa proposition de valeur aux besoins des clients et potentiels investisseurs. Un travail concluant puisque Metigate, co-accélérée avec l'Accélérateur Allianz et également accompagnée par SNCF Réseau, finalise actuellement une levée de fonds. Avec Optionizr, Voyages-sncf.com a travaillé sur la pose d'options, sous un angle à la fois métier, technique et expérience client, pour leur permettre d'enrichir leur offre et améliorer les fonctionnalités de leur plateforme. Avec Kokoroe, un programme sur l'expérience client, les aspects marketing, la co-construction clients a été conduit, qui a permis d'accélérer le lancement de leur toute nouvelle appli iOS. L'équipe UX (user experience) de Voyages-sncf.com a accompagné Kokoroe pour identifier tous les moments et leviers qui permettent de garder contact avec le client.

« Sur les 3, je ne sais pas encore avec qui nous allons travailler par la suite, précise Franck Gervais, mais ce n'est pas le but premier, nous cherchions des startups qui pourraient faire avancer le sujet du e-tourisme, qu'on fasse du business avec elles ou pas. Nous leur avons permis de tester leurs solutions sur nous et leur avons offert un bac à sable géant et elles nous ont apporté quelques méthodes de travail intéressantes. »

Un « vent de fraîcheur pour l'interne »

Après ces quatre mois de programme, Voyages-sncf.com pense tenir la bonne recette. *« Nous avons complètement légitimé et assis notre modèle, estime Franck Gervais, un sponsor par startup et une équipe en interne qui suit chaque startup. Nous nous demandions aussi si on devait l'imposer ou si il fallait le faire sur le mode du volontariat. Nous avons choisi le volontariat et au final nous avons plus de gens que pas assez pour aider ces startups. »*

Si Voyages-sncf.com ne peut pour le moment pas prédire quelle synergies

business pourront se mettre en place à l'issue du programme qui se termine dans un mois, ce dernier a déjà eu un fort impact sur les équipes en interne.

» Ce programme est un grand vent de fraîcheur. Nous travaillons tous les jours avec des startups mais avant ce programme, elles venaient puis repartaient. Le fait d'avoir des startups dans nos locaux nous a permis de démythifier la startup, et ses conditions de travail et de voir que finalement nous étions une sorte de startup géante «

Les startups du batch 2 sont déjà entrées dans l'entonnoir de la sélection. Poussées par les partenaires de Voyages-sncf.com, parmi lesquels Allianz, Microsoft ou encore SNCF Développement, un jury sélectionnera bientôt 20 jeunes pousses avant de définir les 3 gagnantes qui commenceront leur accélération au mois de décembre.