

AMERICAN EXPRESS VOYAGES D’AFFAIRES LANCE UN TABLEAU DE BORD EN LIGNE SUR LA GESTION DES VOYAGES

- Cette plateforme interactive propose aux entreprises un système d'évaluation pour le retour au nouvel environnement économique, le « New Normal »
- En outre, American Express publie les résultats d'une enquête sur les comportements et les pratiques au sein du nouveau paysage du secteur des voyages -

Paris, le 1^{er} avril 2010 – Alors que la récession mondiale a profondément bouleversé le secteur du voyage d'affaires et que les entreprises tentent de s'adapter à ce nouvel environnement, American Express Voyages d’Affaires annonce la mise en ligne d'un tableau de bord interactif leur permettant de mesurer l'efficacité des programmes de voyage. Après les ajustements effectués pendant la récession elles peuvent désormais évaluer leur niveau de préparation face à la reprise.

En parallèle, le groupe publie également un nouveau rapport eXpert complet intitulé *Managing Travel in the New Normal (Gérer les voyages dans le contexte du nouvel environnement)*, présentant les résultats d'enquêtes sur les attitudes des entreprises, leurs nouveaux projets et les mesures qu'elles ont pris afin de réduire le nombre de voyages.

Les entreprises s'efforcent de trouver de nouvelles orientations pour faire face à un double enjeu : la nécessité de réduire leurs coûts de façon radicale et celle d'assurer leur performance sur le long terme. Au moment où l'économie mondiale semble montrer des signes de stabilité, les entreprises se posent des questions essentielles : « Comment évaluer l'impact des nouvelles habitudes de voyage sur le chiffre d'affaires et les opportunités de croissance ? Avons-nous supprimé les bons voyages ?, Pourrons nous nous permettre d'effectuer les déplacements qui s'imposeront lors de la reprise ? »

Les résultats de l'enquête

Elaboré par le département de Recherche eXpert Insights d'American Express Voyages d’Affaires, *Managing Travel in the New Normal* est la première enquête à observer les comportements des entreprises face à la récession mondiale, notamment sur l'avenir des voyages, sur la tendance à une plus grande rigueur en matière de respect de la PVE, sur la volonté des entreprises d'effectuer des investissements technologiques afin de soutenir le budget Voyages et ses alternatives, ainsi que sur les mesures concernant le poste MICE, prochain domaine d'économies d'achats.

Ainsi, la plupart des personnes interrogées ont estimé que la demande dans le secteur des voyages allait repartir en 2010, sans pour autant atteindre de si tôt les niveaux préalables à la récession.

Tableau de bord sur l'état de préparation des programmes de voyage

Accessible sur le site www.americanexpress.com/newnormalquiz ce tableau de bord est à la disposition de toutes les personnes chargées de superviser ou d'organiser des voyages d'affaires, qui y trouveront notamment une série de questions sur leurs stratégies de gestion de la demande, sur leurs pratiques de conformité, sur la mise en œuvre de solutions technologiques et sur l'intégration des données. Les utilisateurs bénéficieront également de recommandations et de conseils pratiques de consultants, de gestionnaires de programmes stratégiques et de chargés de voyage d'American Express. Diverses méthodes d'analyse, dont des benchmarks en temps réel issus de l'enquête eXpert, permettront aux utilisateurs de se situer par rapport à d'autres sociétés, selon une échelle comprenant trois catégories :

- Les leaders stratégiques - Savoir piloter le groupe et l'aider à gérer les contraintes pesant sur les acheteurs de voyages dans le contexte du 'New Normal',
- Les gestionnaires de demande - Savoir actionner avec efficacité les leviers de la gestion de voyage et de la demande, mettre en œuvre de nouvelles solutions répondant aux exigences du 'New Normal' ,
- Les agents du changement - Disposer de connaissances approfondies des pressions qui s'exercent sur le voyage d'affaires du fait du 'New Normal' et mettre en application les meilleures pratiques pour y remédier.

Les tendances phares de l'enquête *Managing Travel in the New Normal* :

Les investissements technologiques sont le moteur de l'efficacité

- **Les alternatives aux voyages permettent aux salariés de rester en contact**

Les résultats de l'enquête indiquent que plus de 40 % des grands dirigeants souhaitent se doter de technologies pour des réunions virtuelles. Un concept de « voyages virtuels » perçu comme un investissement utile et d'autant plus pertinent que les entreprises passent actuellement d'une politique de réduction des coûts à une stratégie fondée sur l'idée de dépenses plus « raisonnées », pour permettre à leurs salariés de rester en contact. Ainsi :

- **74 % ont déclaré que leur entreprise utilise** ou pense prochainement utiliser un système **d'audioconférence comme solution alternative aux voyages,**
- **15 % sont actuellement à la recherche d'options de collaboration en haut débit,**
- **10 % n'envisagent aucune stratégie technologique alternative** pour remplacer les réunions physiques.

- **L'automatisation des processus est la clé pour un meilleur retour sur investissement**

De plus en plus d'entreprises souhaitent passer des process manuels actuels de gestion des dépenses à des outils en ligne automatisés. Un réel besoin alors que l'on attend de plus en plus des chargés de voyages de justifier chaque dollar dépensé et son retour sur investissement.

- **64 % des personnes interrogées dépensent ainsi chaque année de 1 à 3 millions USD en déplacements aériens,**
- **dans les grandes entreprises, 70 % (budget aérien > à 50 millions USD) ont investi dans un système de gestion des dépenses,**
- **Enfin, plus de 86 % des personnes ayant investi dans un système automatisé de gestion de notes de frais, l'ont associé à un système de cartes d'entreprise.** Cela leur permet d'éviter les erreurs humaines et les fraudes, d'accroître leur efficacité et de favoriser le respect des politiques internes.

« L'enquête souligne un élément majeur : même si les frais de déplacement sont encore passés à la loupe, les chargés de voyages souhaitent réellement investir dans des solutions technologiques. Une approche stratégique permettant à l'entreprise de trouver un juste équilibre avec un programme de gestion des dépenses qui va véritablement contribuer à renforcer son chiffre d'affaires et sa croissance. A ce titre, la gestion centralisée des paiements constitue plus que jamais la priorité des groupes et des solutions intégrées à nos outils de réservation, telles que VPayment d'American Express Carte, répondront à leur problématique », a déclaré Eric Audoin, VP Directeur Général France d'American Express Voyages d'Affaires.

Une politique axée sur le voyageur est synonyme de mobilité

Parmi les attentes, on note une hausse significative de la demande en services et équipements mobiles : les voyageurs n'ont plus envie de s'embarasser de leur ordinateur portable lors de leurs déplacements.

A propos des outils et services précis mis à disposition des voyageurs :

- 37 % des entreprises ont dit tirer parti des technologies et des services mobiles pour faciliter la vie « nomade »,
- plus de 17 % sont actuellement à la recherche de tels outils, et
- un nombre étonnant (26 % !) ont indiqué que cela ne constituait pas une priorité pour elles.

« Si une société ne prend pas de mesure particulière pour ses collaborateurs en matière de services mobiles, elle doit être consciente du risque qu'elle encourt et de l'impact sur le respect de sa PVE et des accords négociés avec ses fournisseurs », a ajouté Eric Audoin, VP Directeur Général France d'American Express Voyages d'Affaires

Rigueur rime avec « New Normal »

Si le secteur public accorde une attention particulière aux dépenses consacrées aux déplacements, les entreprises privées font preuve d'une plus grande rigueur encore en matière de politique voyage. Pour la plupart d'entre elles, le non respect de leur politique entraîne généralement un avertissement à la personne responsable et/ou une information à son supérieur.

- En cas de récidive, près de 40 % des entreprises prennent des mesures de non-remboursement pour lutter contre la violation de leur PVE,
- Seuls 10 % des départements voyages rattachés à la direction des achats ou financière ne prennent aucune mesure en cas de non respect de la politique,
- Même tendance lorsque ce service dépend des RH pour près de 30% des entreprises.

La gestion des réunions est une nécessité

- Moins de 30 % des personnes interrogées indiquent que leur entreprise dispose actuellement d'une Politique « MICE » formelle et contraignante,
- 11 % disent en avoir une, mais ne pas veiller à son respect,
- Plus d'un quart des entreprises interrogées n'en ont aucune.
- La majorité des personnes interrogées (36 %) ont indiqué que l'organisation des réunions s'inscrit dans le cadre d'une PVE globale au sein de leur groupe.

Cette étude démontre également que la maturité du poste MICE dépend justement de l'importance de son programme de gestion des voyages. Ainsi, les entreprises avec un budget aérien situé entre 10 et 50 millions USD sont aussi celles qui disposent d'un département mondial dédié.

Pour toute information presse complémentaire, veuillez contacter :

Béatrice Hervieu /Chrystelle Castellani
Tél : 01 47 77 35 45 / 30 31
comfr@aexp.com

À propos de cette enquête

Cette enquête, menée durant le mois de janvier par eXpert Insight, le département Recherche du pôle Conseil « Advisory Services » d'American Express Voyages d'Affaires, et administrée par Promedia.travel, a permis d'interroger quelque 169 personnes issues de plus de 30 secteurs et jouant un rôle direct dans la gestion des politiques voyages d'entreprise. Les sociétés sont basées en Amérique du Nord, en Europe, dans la région Asie/Pacifique, en Amérique centrale et du Sud et/ou dans la région Afrique/Moyen-Orient. En termes de couverture géographique, 43,8 % des entreprises disposaient de programmes mondiaux, 22,5 % de programmes multinationaux et 26,6 % de programmes nationaux. Afin de définir leurs pratiques, l'enquête a également classé ces entreprises en deux sous-ensembles : celles dont le service de gestion des voyages dépendait de la direction financière ou de la direction des achats, et celles pour lesquelles il dépendait des ressources humaines ou d'autres fonctions. Afin de connaître les perspectives individuelles et sectorielles dans le contexte du « New Normal », ces entretiens ont été conduits auprès d'échantillons de personnes représentatives.

A propos d'American Express Voyages d'Affaires

American Express Business Travel (www.americanexpress.com/businesstravel) est une division du groupe American Express, dont la vocation est d'accompagner ses clients dans l'optimisation de leur politique de voyages d'affaires en s'appuyant notamment sur une meilleure maîtrise des coûts et des dépenses et sur un service clients de qualité.

American Express propose aux petites et moyennes entreprises ainsi qu'aux grands comptes tout un ensemble de solutions de réservation à la pointe de l'industrie, une expertise en conseil et gestion du voyage, un accompagnement dans la recherche de partenaires et dans le cadre de négociations avec des fournisseurs, et des services clients on et offline accessibles partout dans le monde.

American Express possède l'un des plus importants réseaux d'agences de voyages dans plus de 140 pays à travers le monde. American Express Company (www.americanexpress.com) est un groupe international présent dans le voyage et les services financiers, fondé en 1850. American Express est un leader mondial dans le secteur des cartes de paiement et de crédit, des Traveler Chèques, du voyage et du service aux entreprises. www.americanexpress.fr/voyagesdaffaires