



**A l'occasion du salon Market Place des déplacements professionnels,
American Express Global Corporate Payments publie les résultats
de sa dernière étude réalisée avec The Economist Intelligence Unit qui confirme que
plus que jamais, en période d'incertitude économique, le voyage d'affaires
reste un outil de croissance pour les entreprises**

Paris, 4 avril 2013 - Les dirigeants français investissent dans les voyages d'affaires, selon une récente étude menée par The Economist Intelligence Unit commandée par American Express Global Corporate Payments. Elle met en évidence la façon dont la crise économique affecte le modèle du voyage d'affaires ainsi que le rôle de la mondialisation de l'économie dans sa transformation.

Malgré la crise économique, 76% des entreprises françaises interrogées déclarent avoir voyagé autant voire plus au cours des trois dernières années pour rester performants. Un chiffre qui prouve que les entreprises sont particulièrement attentives aux coûts de déplacements et qui met en avant les objectifs d'optimisation des voyages (« faire mieux avec moins »).

La tendance à « rester chez soi », caractéristique des périodes économiques fragiles, ne semble plus d'actualité avec près de 8 cadres sur 10 (77%) qui considèrent que le voyage d'affaires est essentiel à la rentabilité des entreprises et aux ventes (83%). Ajouter à cela, l'approche « défensive » déployée par les entreprises pour empêcher leurs concurrents de rogner des parts de marché - avec près d'une entreprise sur deux (76%) qui considère que le voyage d'affaires est nécessaire dans le climat actuel, pour fidéliser ses clients.

Tendances clés

En France, 89% des cadres voyagent au moins une fois par mois et un tiers (32%) une fois par semaine. Les voyages dans l'hexagone sont stables avec 29% des entreprises qui déclarent que la majorité de leurs déplacements se déroule en France, vs 24% il y a trois ans. Si un tiers (32%) d'entre eux a déclaré que l'Europe de l'Ouest représentait la majorité de leurs voyages, un chiffre semblable à celui constaté trois ans auparavant (35%), une autre tendance s'amorce.

En effet, la proportion des entreprises pour lesquelles la Chine représente la majorité de leurs voyages d'affaires est passée de zéro à 11% en l'espace de 3 ans. Et même si les chiffres restent modestes, il est fort à parier sur une réelle augmentation dans les mois à venir, d'autant plus que les personnes interrogées déclarent obtenir plus facilement une validation pour voyager vers les marchés émergents que pour les marchés développés.

Motifs de déplacements

La rentabilité, le retour sur investissement, l'acquisition et la rétention de clients figurent parmi les premiers motifs de déplacements pour 8 entreprises sur 10. Et si les entreprises se tournent vers de nouvelles destinations pour développer leur croissance, cette quête s'accompagne d'une volonté de mieux comprendre ces nouveaux marchés. Ainsi, 77% des personnes interrogées déclarent que ces voyages ont joué un rôle essentiel dans la compréhension de leurs dirigeants des enjeux locaux.

Le rôle du voyage et de la technologie

Même dans le contexte économique actuel, l'étude montre que les cadres perçoivent les progrès de la technologie comme un support au voyage d'affaires plus qu'une alternative. Si la téléprésence tend à se vulgariser, il est clair que pour l'instant, les entreprises l'utilisent principalement pour des réunions internes. De la même façon, ces avancées technologiques ont atténué les effets collatéraux des déplacements (retard dans le traitement des demandes, accumulation de messages...) auprès des voyageurs les plus fréquents : près de 8 cadres français 10 (76%) déclarent ainsi que la technologie a considérablement amélioré la productivité des voyages d'affaires.

« Plus que jamais en période de crise, les entreprises françaises considèrent le voyage d'affaires comme un véritable moteur de croissance, a déclaré Marc Clatot, vice-président American Express Global Corporate Payments en France et aux Pays-bas. C'est la raison pour laquelle dans un contexte de mondialisation, elles sont sensibles à des solutions leur permettant d'acquérir une visibilité globale sur leurs dépenses afin de pouvoir identifier des potentiels d'économies notamment dans l'hôtellerie, nouvel enjeu essentiel en termes d'achats et de maîtrise de coûts, a-t-il ajouté. »

A propos de l'enquête

« Déplacements professionnels : Comment la mondialisation modifie les plans de voyage des cadres européens » (« *Business on the move: How globalisation is changing the travel plans of European executives* ») est une enquête rédigée par The Economist Intelligence Unit. Elle s'appuie sur deux sources principales pour sa recherche et ses conclusions: une enquête auprès de 318 cadres européens, et une série d'entretiens approfondis avec des cadres supérieurs et des analystes.

Réalisée en décembre 2012, l'enquête inclut à la fois des voyageurs d'affaires et des cadres ayant validé des déplacements pour d'autres employés. Près de la moitié (48%) des répondants étaient des PDG, directeurs financiers et cadres dirigeants. Près de la moitié des répondants provenaient de sociétés dont le CA annuel est inférieur à 250 millions € et l'autre moitié avec un CA au-dessus de 250 M €. Deux tiers (65%) des répondants étaient basés en France, au Royaume Uni et en Allemagne, les autres répondants provenant d'autres pays d'Europe occidentale.

A propos d'American Express Global Corporate Payments

Fondé en 1850, American Express est un groupe international leader dans les services financiers et dans le voyage. A travers sa division Global Corporate Payments, American Express propose des Cartes d'affaires, des solutions d'achat d'entreprise et des services de gestion des dépenses pour des multinationales, grandes entreprises ou PME-PMI dans le monde entier. Aux Etats-Unis, American Express est le principal émetteur de Cartes d'affaires et délivre ses services à plus de 60% des sociétés classées au palmarès Fortune 500, ainsi qu'à des dizaines de milliers de PME. American Express émet des cartes d'affaires dans plus de 40 pays dans leur devise locale et des cartes d'affaires en Dollar International dans plus de 100 pays. Pour plus d'informations : www.americanexpress.com/corporate.

Pour toute information presse complémentaire, veuillez contacter American Express:

Béatrice Hervieu
Tél : 01 47 77 35 45
comfr@aexp.com

Chrystelle Castellani
Tél : 01 47 77 30 31

Guillaume Rety
Tél : 01 47 77 32 60

www.americanexpress.fr/presse
<http://americanexpressfrance.blogspot.com>
<http://www.facebook.fr/americanexpressfrance>