



La mise à jour de la politique voyages : résolution n°1 des entreprises en 2012

*Selon la nouvelle étude d'American Express Voyages d'Affaires,
moins d'un tiers des entreprises ont mis à jour leur politique voyages au cours de l'année dernière*

NEW-YORK / PARIS - 9 Février, 2012 – La nouvelle étude réalisée par American Express Voyages d'Affaires Monde souligne les manquements des entreprises et les opportunités à saisir pour renforcer la gestion des programmes voyages, en se concentrant sur leur politique de dépenses et de voyages en ce début d'année. A travers l'analyse des politiques voyages de près d'une centaine de sociétés d'envergure mondiale, multinationale ou locale, l'étude démontre que moins d'un tiers de ces entreprises ont mis à jour leur PVE en 2011. Une lacune qui peut amener les sociétés à perdre des tarifs négociés durement acquis et, plus important encore, qui exposerait les voyageurs à des risques inutiles.

« Nous sommes début 2012 et les départements voyages d'affaires définissent actuellement leurs objectifs, notamment en alignant leurs programmes sur la concurrence et sur la dynamique des marchés internationaux, a déclaré Christa Degan Manning, directrice d'EXPERT INSIGHTS, le département Etudes d'American Express Voyages d'Affaires Monde. Et à l'heure des bonnes résolutions, l'examen et la révision de la politique voyages tend à être négligée. Pourtant, une politique voyages saine est un facteur de succès à long terme. Ces politiques peuvent soutenir des objectifs importants tels que la réduction des risques et l'engagement des employés, et couvrent des problématiques allant de la sécurité du voyageur à la responsabilité sociale de l'entreprise. »

Produite par EXPERT INSIGHTS, cette nouvelle feuille de route des meilleures pratiques sur les politiques voyages, *Best Practice Roadmap*, montre que de nombreuses entreprises ont encore besoin de réduire l'écart entre le contenu de leur politique et les tendances émergentes de l'industrie.

Parmi les principales lacunes, le rapport, basées sur l'analyse de 100 politiques d'entreprise, montre que :

- Seulement 12% de ces politiques prennent en compte la sécurité des voyageurs, malgré le fait qu'il s'agisse d'un enjeu crucial pour les entreprises, de plus en plus d'employés voyageant aujourd'hui dans le monde entier
- 80% d'entre elles n'ont pas abordé le remboursement des frais annexes tels que l'enregistrement des bagages, les frais de changement de réservation, ou autres services payants d'hôtels ou de loueurs de voitures
- Seulement 35% des TPE et des entreprises internationales ont besoin d'une agence pour la réservation hôtelière, contre 85% des groupes mondiaux
- Aucune de ces politiques n'a pris en compte l'utilisation d'applications mobiles, ou même d'outils référencés pouvant être mis à disposition des voyageurs pour une utilisation en accès à distance et lors de déplacements
- 70% des entreprises ne fournissent pas de règles spécifiques aux voyageurs lorsqu'il est, par exemple, préférable de réserver un billet d'avion via un fournisseur non-privilégié si le prix du billet est moins cher



«La politique est le fondement d'un programme de gestion de voyages efficace, et maintenir cette infrastructure en procédant à des contrôles réguliers est primordial, a déclaré Helen Brough, Directrice du département Conseil « Advisory Services Global Policy Practice » d'American Express Voyages d'Affaires Monde. Dans la pratique de notre politique, nous avons identifié plus de 300 sociétés de différents secteurs d'activité qui devraient revoir leur politique pour obtenir de meilleurs résultats - pour l'entreprise, pour les employés qui voyagent, et pour le succès final du programme de gestion de voyages. Les entreprises qui réussissent le mieux sont celles qui font régulièrement examiner et actualiser leurs politiques voyages en fonction de l'évolution des conditions du marché, et qui mettent l'accent sur la communication de ces politiques auprès de leurs voyageurs. »

COMBLER LES MANQUES

- **Sécurité:** Les entreprises devraient fournir des conseils aux voyageurs dans les domaines liés à la sécurité, à la façon de se préparer à un voyage, ce qu'il faut faire pendant et après le voyage, et en particulier lorsqu'il s'agit de destinations à haut risque. Des conseils sur les comportements à adopter lors d'une urgence ou d'une interruption de voyage devraient également être pris en compte dans les politiques, ainsi que des informations sur la sécurité vis-à-vis des actifs de l'entreprise.
- **Frais:** La prise en compte des divers frais auxquels les voyageurs sont confrontés lors de leurs voyages reste un levier pour la PVE. On pourrait tout simplement expliquer aux voyageurs ce qui est remboursable, les mettre au courant des suppressions de frais et des autres avantages liés à la réservation auprès de fournisseurs privilégiés, tels que les bagages enregistrés gratuitement sur les lignes aériennes ou le wi-fi parfois inclus dans les tarifs hôteliers.
- **Conformité Hôtel:** La sécurité se situe en tête de liste des raisons pour lesquelles la conformité du voyageur à la politique hôtel est importante. Connaître la ville de destination d'un voyageur n'est que la moitié du problème, en particulier lorsqu'il s'agit de localiser les voyageurs en urgence. Cette partie constitue également la plus fragile de la politique voyages et compromet également les tarifs négociés si les établissements réservés sont hors PVE. Les entreprises doivent communiquer auprès des voyageurs les raisons pour lesquelles il est important de réaliser les réservations hôtels en même temps que leurs vols.
- **Technologie Mobile:** Les progrès technologiques liés aux déplacements professionnels peuvent aider les voyageurs d'affaires à gérer des détails du voyage avant, pendant et après celui-ci. Les applications mobiles peuvent être utilisées pour faciliter la communication, tant lors de situations critiques que pour des urgences, mais également pour un accompagnement au jour le jour, incluant des notifications sur la politique et sur les avantages pour le voyageur. Une politique voyages efficace devrait également comprendre des règles relatives à ces canaux, aider les voyageurs à s'en servir facilement et à gagner du temps tout en restant conforme à la PVE.



- **Traiter le plus bas tarif aérien logique:** Les entreprises ont fortement martelé des messages aux employés, les encourageant à trouver le tarif le plus bas possible, qu'il s'agisse d'un fournisseur privilégié ou non. La réalité de cette pratique réside dans le fait que les économies réalisées par les individus avec un tarif best-buy peuvent complètement remettre en cause des tarifs négociés et faire considérablement augmenter les coûts de déplacement. Les consignes précises devraient mentionner quand et comment ces règles doivent être utilisées. Les récentes contraintes de capacité, la consolidation du secteur, et même la dynamique des compagnies low-cost exigent que les travel managers revoient ce phénomène et qu'ils l'expliquent clairement au sein de la PVE.

Conseils pour une PVE adaptée aux voyageurs

« Alors que le marché mondial d'aujourd'hui est en constante évolution, et que la tendance à capitaliser sur la croissance dans les marchés émergents rend les voyages plus complexes que jamais, il ne suffit pas de simplement développer une politique voyages et de présumer que les employés savent ce qu'il faut faire avec, a poursuivi Helen Brough. Les entreprises devraient activement exploiter et communiquer leur politique voyages aux employés et impliquer des départements clés de l'entreprise comme les ressources humaines, la sécurité et le juridique comme influenceurs et relais de la PVE. »

- **Rendre Accessible:** Il y a plusieurs façons pour une entreprise de communiquer auprès de ses voyageurs et d'encourager le respect à la conformité de sa PVE, y compris en utilisant des outils de validation des déplacements en amont du voyage, des messages relayant cette politique sur le point de vente bien avant la réservation. Intranets et autres portails peuvent également fournir un canal pour communiquer la politique auprès des voyageurs et les aider à prendre les bonnes décisions.

- **Responsabiliser le voyageur:** Si les voyageurs ne comprennent pas leur politique voyages ou ne savent pas où la trouver, il est peu probable qu'elle soit respectée ou que les voyageurs puissent bénéficier des avantages inhérents à cette politique. Les entreprises devraient faire connaître les tenants et aboutissants de cette politique à la fois pour elles-mêmes et pour leurs employés, et ce d'autant plus qu'ils sont en majorité prêts à s'y conformer.

- **Revoir la pertinence:** Mettre en place une équipe PVE avec des représentants de toutes les parties prenantes, y compris celles qui peuvent représenter le voyageur, et leurs confier son suivi. Puis communiquer les éventuelles évolutions de cette politique aux voyageurs afin que chacun puisse être tenu au courant.

- **Éliminer l'ambiguïté:** Une note de frais sur quatre est renvoyée au voyageur pour obtenir de plus amples détails. La PVE devrait donc davantage prendre en compte le processus de remboursement des frais. Plus simple sera ce processus de remboursement, mieux le voyageur le comprendra et, au total, l'entreprise gagnera en temps consacré à ce reporting de notes de frais.



Pour toute information presse complémentaire, veuillez contacter :

Béatrice Hervieu / Chrystelle Castellani

Tél : 01 47 77 35 45 / 30 31

comfr@aexp.com

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. En 2010, l'entreprise a réalisé 25,7 milliards de dollars de vente de voyages.

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