



## American Express Voyages d'Affaires dévoile les résultats de son baromètre PME-PMI 2012

- 1 PME sur 2 se déplace dans l'hexagone, ¼ en Europe, ¼ à l'international –
- 1 PME sur 3 privilégie l'option low cost dans l'aérien pour ses voyages en France -
- Depuis la crise, 8 PME sur 10 sont dotées d'une PVE \*\*, 7 sur 10 utilisent un SBT-
- 8 PME sur 10 délèguent partiellement ou intégralement leur budget à une agence-
  - 1 PME sur 3 fait appel aux agences pour des prestations de Conseil -

*Paris, le 22 Mars 2012 – Après ces dernières années, les PME-PMI semblent avoir tiré les leçons de la crise et se sont adaptées aux nouveaux enjeux et outils du Voyage d'affaires en privilégiant la simplicité et les coûts dans leurs choix. Conscientes de leur besoin d'échanger et de rencontrer leurs clients, fournisseurs ou filiales pour assurer et maintenir leur croissance, les PME-PMI affichent ainsi un vrai pragmatisme et de flexibilité en matière de déplacements professionnels avec de grandes orientations et des plafonds définis sur des postes clés comme l'hôtellerie pour contrôler et faire appliquer plus facilement leur PVE\*\*.*

### Profil des voyageurs d'affaires PME-PMI

Selon le dernier baromètre PME-PMI réalisé par Coach Omnium pour American Express Voyages d'Affaires, si ce sont principalement les populations de cadres dirigeants (90,4%) et de cadres (67,9%) qui voyagent au sein des PME-PMI, **leurs déplacements sont avant tout motivés par les réunions de travail internes (68,8%)** avec des filiales ou d'autres départements de l'entreprise, **suivis par les visites clients (50,4%), les formations (33,3%) et les conventions (31,7%)**. Selon les secteurs d'activités concernés, ces chiffres varient sensiblement. La fréquence de voyages varie selon les publics mais plus il y a de cadres dans l'entreprise, plus les déplacements sont nombreux. Si tous se déplacent plus de 6 fois par an **pour une durée d'environ 2 jours**, ce sont les cadres dirigeants et les commerciaux qui voyagent le plus dans l'année : **plus de 1 voyage par mois pour 50% d'entre eux et jusqu'à 20 (et au-delà) par an pour les dirigeants**.

De même, si les formations, séminaires ou événements des PME sont organisés de préférence en France, **un déplacement sur 2 a lieu dans l'hexagone, près d'1/4 se font en Europe et 25% vers les autres pays dans le monde**, et ce toute catégorie de voyageurs confondue. Parmi les toutes premières destinations d'affaires, les Etats-Unis sont en pole position (pour 12% des PME-PMI interrogées), viennent ensuite l'Allemagne (10%), la Chine (8%), l'Espagne et l'Italie (chacune à 7%) et la grande Bretagne (6%).

### Analyse de dépenses Voyages des PME-PMI

Les PME installées en France bénéficient d'une grande variété de modes de transport et aucun d'entre eux n'est privilégié, le facteur déterminant restant avant tout le gain de temps.

Alors que **l'aérien constitue le 1<sup>er</sup> poste de dépenses du budget Voyages de l'entreprises, 1/3 des PME-PMI privilégient l'option « low cost » pour les déplacements en France** et les grandes capitales européennes vs 67,5% d'entre elles pour les compagnies classiques (21,3% en classe Business vs 78,7% en économique). C'est la règle du trajet (au-delà de 3 à 6h) et la notion du « bien voyager » qui s'impose dans le choix de la classe. **Mais pour 42% des PME-PMI, c'est le choix du train qui s'impose** (avec une 2<sup>nd</sup>e classe pour 53,7%), notamment quand le trajet est supérieur à 2h en voiture, moyen privilégié pour les déplacements de proximité (rayon de 200 à 350 kms) pour 40% des entreprises.

En ce qui concerne l'hôtellerie, autre poste de dépenses clé, les PME-PMI font preuve de pragmatisme et de flexibilité dans le choix de l'établissement. **Ainsi, plus que la catégorie d'hôtel, c'est le plafonnement des dépenses qui est privilégié par les PME-PMI privilégient à 84% : 50 à 100€ pour 34% d'entre elles et 100 à 150€ pour 24%**. Si 1 voyageur sur 2 fréquente les 3\*, ¼ des PME-PMI choisit la classe économique (2\*), et ce quelque soit la fonction occupée au sein de l'entreprise.

Enfin, les PME-PMI prennent en charge les déjeuners et dîners de leurs collaborateurs en déplacements à 100% (et les petits déjeuners à 94,4%). **75% d'entre elles limitent les dépenses à moins de 100€ par jour voire à moins de 25€/ repas**, pour 23% des entreprises interrogées, ce qui est relativement bas.

En parallèle des frais de transport, hébergement et de restauration pris en charge par les PME-PMI, **de nombreux frais « annexes » ont fait leur apparition ces derniers mois**. Il s'agit soit de services de nouveau facturés par les fournisseurs (excédent de bagage, choix du fauteuil, etc) soit de nouveaux frais concernant avant tout le confort et l'expérience du voyageur d'affaires (parking, wifi, lounge...). Véritable enjeu, les **« ancillary fees\* » sont très difficiles à capturer mais sont néanmoins quasiment intégralement remboursés par les PME-PMI**.



### L'importance de l'équipement technologique au sein des PME-PMI

Compte tenu des nombreux incidents climatiques, politiques ou économiques auxquels sont confrontées les entreprises, les outils technologiques sont devenus indispensables au prolongement de l'activité des collaborateurs tout au long de leurs déplacements. **Si l'ordinateur portable est le plus courant (8 cas sur 10), plus de 6 voyageurs d'affaires sur 10 sont équipés de smartphones en complément de leur propre téléphone portable (26,3%).** Outre les GPS, **ce sont les tablettes fournies par les entreprises (près de 20%) qui viennent compléter le parc personnel des collaborateurs de l'entreprise.** Des équipements qui nécessitent naturellement un accès wifi lorsque ces collaborateurs se déplacent.

### La place de l'agence auprès des PME-PMI

Selon le volume d'affaires qu'elles ont à gérer, **près de 8 PME-PMI sur 10 délèguent partiellement (30%) ou intégralement (48%) leur budget Voyages d'affaires à une agence** pour des raisons pratiques (45,3%) liées à son optimisation, ou pour des raisons de coût (22%). Et lorsqu'elles confient entièrement ce poste à une agence, **elle est spécialisée dans le voyage d'affaires dans 7 cas sur 10.**

De la même façon dans **plus de 74% des cas, ces PME-PMI ont recours à un SBT\*\*\*, pour gagner du temps (29,5%) pour un usage facilité (21,1%) ou générer des économies (15,8%).**

Si les grands postes restent majoritairement l'aérien, le train, hôtellerie, la location voiture, le MICE et enfin la formation, **près d'un tiers des PME-PMI interrogées déclare que leur agence de voyage les accompagne également sur des missions de Conseil.**

Pour 1 PME-PMI sur 2 -lorsque la gestion est partiellement (30%) entièrement (22%) internalisée en revanche, les réflexes de recherche d'informations liées aux déplacements des collaborateurs diffèrent complètement et **Internet s'impose facilement comme le premier outil de recherche de prestataire de voyage (74,1%),** et ne passe en second plan que dans le cas où l'entreprise dispose d'accords fournisseurs qu'elle parvient à faire appliquer au travers d'une PVE\*\*.

### Les PME-PMI et la crise : une opportunité de repenser sa PVE ?

Toutes les entreprises ont été confrontées à différentes crises durant les 3 dernières années et ont changé leur comportement d'achat, notamment en matière de voyage d'affaires. Les PME-PMI ne font pas figure d'exception.

**49,2% d'entre elles déclarent que la conjoncture a eu des influences négatives sur leur activité voyages.** Réduction du nombre de déplacements et réduction budgétaire (pour près de 6 entreprises sur 10), réduction du nombre de réunions, mise en concurrence (26,3%) et renégociation des contrats fournisseurs (12,3%) ont été les premières réactions.

**Plus d'1/3 (36,7%) déclarent avoir fait évoluer la gestion de leur politique voyage :** contrôle renforcé et cadre plus strict 26%, réduction du budget pour 24%, révision à la baisse des plafonds, glissement de classe, réduction du nombre de déplacements etc.

Ainsi, au-delà des bouleversements que les différentes crises ont instauré, elles ont véritablement encouragé les entreprises à instaurer des règles dans leur organisation. **Si moins d'une entreprise sur 2 était dotée d'une PVE avant la crise 8 PME-PMI sur 10 disposent aujourd'hui de leur propre PVE\*\*.**

**Dans 96,6% des cas, ces politiques ont été mises en place pour contrôler les coûts.** Mais après avoir activé de nombreux leviers, **elles font aujourd'hui preuve de pragmatisme et de flexibilité dans leur PVE\*\*** auprès de leurs collaborateurs en se contentant de donner de grandes orientations, pour 60% d'entre elles.

Ainsi, **si 2/3 des PME-PMI disposent d'accords corporate signés en direct avec des fournisseurs,** elles affichent une vraie souplesse en termes de choix : à peine une sur 2 le recommande en priorité sans pour autant l'imposer (cf constat dans l'hôtellerie où on va privilégier un groupe plus qu'une catégorie d'établissement) mais les PME-PMI vont privilégier le plafonnement des dépenses. Un parti pris qui contribue et peut expliquer de très bons taux d'adoption d'une PVE\*\*.

Autre facteur de succès d'une politique voyages, **l'introduction de la notion de « bien voyager ».** Ainsi face à la préoccupation d'optimisation budgétaire, **près de 30% des PME-PMI interrogées déclarent que le confort et le bien-être des voyageurs ont également été pris en compte dans leur PVE\*\*,** et sont conscients que les déplacements d'affaires ne seront que plus efficaces et les voyageurs plus productifs s'ils sont considérés et bien « traités ».

### Perspectives 2012 pour les PME-PMI

Si la 21ème édition du baromètre American Express Voyages d'Affaires publiée en novembre dernier affichait de nouveau des résultats encourageants, et en dépit d'une période économique incertaine, **les PME semblent témoigner d'un optimisme pour les mois à venir. En effet, 20,7% des entreprises interrogées par Coach Omnium pensent que leurs dépenses seront en hausse, 69% stables et 10,3% à la baisse.**

Cette position reflète vraisemblablement la nécessité de voyager des PME, déterminante pour assurer leur croissance et leur pérennité, la plupart d'entre elles réalisant notamment près de 70% de leur CA à l'étranger.



**Pour toute information presse complémentaire, veuillez contacter :**

Béatrice Hervieu / Chrystelle Castellani

Tél : 01 47 77 35 45 / 30 31

[comfr@aexp.com](mailto:comfr@aexp.com)

\* Voir Top 5 des « ancillary fees ou « frais annexes » dans l'annexe

\*\* PVE : Politique Voyages des entreprises

\*\*\* SBT : Self Booking Tool : outil de réservation en ligne

### **A propos du Baromètre American Express Voyages d'Affaires**

Le Baromètre PME-PMI 2012 est une étude quali-quantitative exclusive réalisée entre le 5 et le 12 mars 2012 par Coach Omnium par enquête téléphonique ciblée auprès de 307 entreprises étrangères ou françaises basées en France (51 % des PME-PMI comptant plus de 200 salariés, 24 % ont plus de 1.000 salariés) disposant d'un budget voyages jusque 3 millions d'€ . L'échantillon qualifié prend en compte une répartition représentative d'entreprises générant des déplacements professionnels et voyages d'affaires par secteur d'activité (industrie, construction, secteur tertiaire (commerce / transports / services) et administration (enseignement / santé). 30 % des entreprises interrogées sont à Paris-IDF, 70 % en province. La part des entreprises franciliennes est légèrement supérieure à la moyenne nationale, car la région concentre un grand nombre de sièges de grands groupes, pourvoyeurs en déplacements professionnels.

### **A propos d'American Express Voyages d'Affaires**

American Express Business Travel ([www.americanexpress.com/businesstravel](http://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](http://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](http://www.americanexpress.fr/voyagesdaffaires)