



Stabilité des budgets Voyages pour 2013 et optimisme prudent pour 2014

- Le best buy fait son grand retour -
- Le contrôle des coûts reste plus que jamais la priorité n°1 -
- La sécurité devient un enjeu de plus en plus préoccupant pour les entreprises-

Paris, le 18 novembre 2013 – Si tout comme l’an dernier, 64% des budgets s’avèrent stables (vs 63% en 2012) et près d’1/4 quart des entreprises annoncent une croissance de ce poste (de 13%), le baromètre EVP 2013 semble néanmoins illustrer un certain retour de la confiance des entreprises dans l’économie, voire un relatif optimisme pour 2014, et ce tout pays confondu, à l’exception de l’Italie. La France fait même bonne figure en affichant un dynamisme plus important encore que dans les autres pays européens.

« Contrairement à l’an dernier marqué par un certain pessimisme, 2013 semble annoncer les prémices d’un futur retour aux déplacements ainsi qu’en témoignent les résultats du baromètre American Express, a déclaré Eric Audoin Président Directeur Général du Voyage d’Affaires en France. La plupart des 600 entreprises interrogées à travers l’Europe font état d’une situation favorable pour les prochains mois de façon générale (82%) et elles sont de plus en plus nombreuses à considérer le déplacement comme un véritable investissement pour l’entreprise (à 27% vs 23% en 2012 dépassant les niveaux de 2011) tant sur le plan national, européen ou international. Au-delà d’une corrélation indéniable entre situation économique et budget voyages, le poste déplacements est devenu un véritable levier de développement des entreprises et plus que jamais, la TMC** en sa qualité de tour de contrôle, se doit de les accompagner pour les guider dans leurs choix en leur proposant conseil et solutions technologiques», a ajouté Eric Audoin.

Le grand retour du best-buy

En 2013, il est rare qu’une entreprise décide de réduire le volume de ses déplacements, car elles ont aujourd’hui à leur disposition de nombreuses solutions pour maîtriser leurs coûts.

Mais toute période de vulnérabilité économique induit des changements de comportement. Si c’est un phénomène déjà vécu en 2009 lors de la première crise, force est de constater que ce genre de réflexe s’est installé, selon le baromètre EVP 2013.

Et lorsque l’on se penche sur la répartition des budgets par grands postes de dépenses (aérien, hôtellerie, location de voiture, train ...), les effets du best-buy, -notamment avec l’apparition d’alternatives comme les compagnies aériennes low-costs (poids de 26% des dépenses air en Europe) et les glissements de classes-, sont manifestes sur l’équilibre naturel de ces familles d’achat en Europe.

En l’espace de 2 ans, la part de l’aérien est passée de 53% à 37% au bénéfice de l’hôtellerie (+4 pts à 23,6% en 2013), qui prend donc une place de plus en plus importante, devenant un enjeu clé dans les budgets des entreprises.

Les directives concernant l’hôtel sont aujourd’hui les plus prégnantes dans les politiques voyages ; de plus, selon certaines études, c’est aussi la catégorie susceptible de générer le plus de coûts additionnels, en cas d’écart de la PVE et de ce fait, il n’est pas étonnant de la voir désormais citée comme le 2^{ème} poste à gérer avec le plus d’acuité pour 1 entreprise sur 2.

Poids dans les budgets Voyages	2011	2012	2013
Aérien	53,0	40,3	37,0
Hôtellerie	19,5	22,7	23,6
Location de voitures	6,3	9,1	6,8
Ferroviaire	10,0	16,4	15,7
Repas, boissons	4,9	7,1	7,7
Autres dépenses	6,3	4,5	9,4

Toujours selon le baromètre EVP 2013, même si les entreprises restent fortement motivées par le gain de nouveaux clients (57%) ou leur fidélisation (61%), -plus d’un quart d’entre elles affichant une augmentation du poste déplacements pour répondre à cet impératif-, le MICE marque très nettement une hausse, illustrant une vraie tendance de fond : de plus en plus d’entreprises (63% vs 54% en 2012 et 51% en 2011) assistent à des congrès ou à des conférences, néanmoins le budget par entreprise reste stable.



Evolution des pratiques et des leviers d'optimisation

Avec le spectre de la crise, les entreprises sont tentées d'opter pour des stratégies d'optimisation dictées par un impératif économique, pas toujours en conformité directe avec leur PVE*.

- Recours au meilleur tarif disponible lors de la réservation (Best-buy)
- Evaluation en amont de la pertinence ou du coût total du déplacement
- Suivi des billets non utilisés
- Augmentation de la réservation à l'avance
- Augmentation de l'usage des outils de réservations en ligne
- Renégociation des accords fournisseurs
- Mise en place / renforcement des outils de gestion de la dépense en amont
- Utilisation du train par rapport à l'aérien quand cela est possible
- Augmentation de l'usage de l'audio, vidéo, web conférence et téléprésence
- Mise en place ou renforcement d'outils de gestion de la dépense en aval

Le Contrôle des coûts reste plus que jamais la priorité n° 1

Si 2012 avait vu s'intensifier les mesures de contrôle, elles restent plus que jamais une priorité pour 87 % des entreprises (vs 79% en 2012).

Ainsi, selon le baromètre EVP 2013, tous les postes (aérien, hôtellerie ... y compris les frais annexes) sont concernés et doivent faire l'objet, selon les entreprises interrogées, d'une gestion avec une plus grande acuité.

Présentes dans plus de 81% des entreprises, les procédures de suivi et de contrôle se professionnalisent et se structurent avec un suivi plus important tant en amont qu'en aval, notamment avec des mesures concernant l'application des contrats. Soucieuses de bénéficier d'une meilleure visibilité, les entreprises se penchent désormais sur la phase aval qui cristallise toute leur attention et qui peut ainsi justifier de nouveaux investissements pour une meilleure intégration ou l'automatisation de l'ensemble de la chaîne de valeur.

La mesure du ROI est aussi en forte augmentation particulièrement auprès des PME et des grands comptes (dans plus de 50% des cas).

La Sécurité devient un enjeu de plus en plus préoccupant pour les entreprises

Cette année plus que toute autre, certainement en écho à une actualité extrêmement marquante, la sécurité gagne du terrain en devenant la 2^{ème} priorité des entreprises pour les prochaines années (pour 64%) selon le baromètre EVP 2013.

Des entreprises qui traduisent une véritable prise de conscience des enjeux de sécurité et ont ainsi poursuivi leur démarche de déploiement de solutions et d'outils permettant de garantir la sécurité de leur collaborateurs et particulièrement ceux donnant la possibilité de savoir où ils se trouvent ou d'entrer en contact avec eux (respectivement 65% et 81%).

En revanche, la formation et la sensibilisation des salariés, qui reste fondamentale pour recueillir leur adhésion à la stratégie et à la politique sécurité de l'entreprise, est encore faiblement utilisée (23%).

Au-delà des outils de réservation en ligne, la sécurité fait désormais partie des solutions les plus plébiscitées auprès des agences.

Les 10 services les plus achetés

- Solution de réservations en ligne
- Assistance 24/24
- Solutions de rapatriement ou de rerouting des voyageurs en cas d'urgence
- Programme de sourcing aérien, Hotel et MICE
- Solution de demande et d'approbation d'un déplacement
- Intégration des directives de la politique voyages
- Construction d'une politique voyages en fonction des directives achat
- Amélioration de la stratégie achat
- Audit, analyse et recommandations sur le " workflow "
- Solutions " mobiles " pour faciliter le déplacement des voyageurs



Priorités 2014 (Vs priorités 2013)

Contrôle, visibilité, sécurité et confort des voyageurs semblent revêtir encore plus d'enjeu

- Contrôler les coûts / éviter les coûts 87% vs 80%
- Renforcer la sécurité des voyageurs 64% vs 45%
- Avoir une vision complète des dépenses de déplacement 56% vs 41%
- Augmenter la satisfaction / le confort des voyageurs 55% vs 30%
- Faire appliquer / respecter la politique voyages 50 % vs 38%
- Diminuer les dépenses de déplacement 45%
- Développer les déplacements "verts" 43%
- Améliorer l'ergonomie des outils de réservation pour les voyageurs 42%
- Etendre le périmètre des fonctionnalités mobiles 30%
- Développer la contribution du département Voyages à la valeur ajoutée de l'entreprise 32%

Les outils mobiles, alternative aux autres canaux de réservation

Selon le baromètre EVP 2013, près de 6 entreprises sur 10 (58%) déclarent aujourd'hui avoir un usage courant des technologies mobiles, en progression de 5 points vs 2012 et 14% déclarent aujourd'hui qu'elles peuvent se substituer aux modes de réservation traditionnels.

Mais assez étonnamment et alors que certaines solutions existent désormais, on constate un certain décalage entre faisabilité technique et usage.

Ainsi, les fonctionnalités restent cantonnées à la phase de pré-acheminement (période entre la réservation et le déplacement lui-même) au détriment des étapes de réservation et d'achat, de déplacement et de post acheminement.

Ce sont principalement les alertes fournisseurs (72%), et les fonctionnalités de check-in (62%) qui se développent sous l'impulsion des entreprises elles-mêmes, mais les fonctions de reporting, de gestion des notes de frais, de réservation ou de paiement ne connaissent pas encore le même engouement.

Perspectives 2014

Selon le baromètre EVP 2013, parmi les attentes formulées par les entreprises vis-à-vis de leur agence, l'optimisation des dépenses occupe une place importante. 65% des entreprises disposant d'une agence l'utilisent aujourd'hui dans cette optique, et plus particulièrement dans un rôle de conseil

- dans la définition des leviers d'optimisation (40%) en amont
- puis en aval pour en mesurer les effets (34%)
- enfin, dans la mise en œuvre des leviers (27%)

Les prévisions sont un peu meilleures avec une croissance de +0,8%

Une tendance toujours à la stabilité

- 72% des budgets devraient rester stables, tendance similaire pour toutes les catégories d'entreprises
- Environ 20% des budgets devraient progresser
- Les grands comptes semblent renouer avec une croissance des budgets, quoique très faible (+0,3%)
- La croissance devrait à nouveau être portée par les PME (+1,6%), et à plus faible échelle par les TPE (+1,2%)
- Le secteur public anticipe une nette diminution de ses budgets (-1,8%)
- La France anticipe une croissance timide (+0,5%)

L'étude annuelle *Global Business Travel Forecast* d'American Express Voyages d'Affaires publiée en octobre dernier prévoit **une légère hausse tarifaire en Europe, à la fois dans l'aérien et l'hôtellerie.**

Ainsi, l'évolution en Europe des tarifs des courts courriers sera de 0 à 2% en classe Eco et celle de la classe Business entre -1 et 2%. Une hausse également prévue sur la zone Asie Pacifique (tirée par la Chine) contrairement à l'Amérique du Nord qui verra les prix de l'aérien chuter.

Tout comme l'ensemble des régions interrogées, l'Europe devrait connaître une hausse sensible des prix de l'hôtellerie (entre -0.4% et 6% sur les catégories moyen / haut de gamme). Les loueurs de voitures européens prévoient quant à eux d'augmenter leurs tarifs jusqu'à +2% et d'ajuster leur offre en proposant de nouvelles alternatives comme le covoiturage ou l'introduction de leurs propres marques low costs.

*PVE : Politique Voyage des Entreprises

**TMC : Travel Management Company



Pour toute information presse complémentaire, veuillez contacter :

Béatrice Hervieu / Chrystelle Castellani / Guillaume Rety
Tél : 01 47 77 35 45 / 30 31 / 32 60
comfr@aexp.com

A propos du Baromètre American Express Voyages d'Affaires

Le Baromètre 2013 a été préparé par Concomitance à partir d'une enquête réalisée par téléphone auprès des personnes en charge des budgets voyages sur 4 segments différents (PME-PMI avec un budget inférieur à 250K€, Comptes nationaux de 250 à 3 Millions d'€, et grands comptes au-delà de 3 Millions d'€ ainsi que le secteur public (auprès de Directeurs Financiers, Directeurs des Achats et Travel Managers) - entre le 15 septembre et le 15 octobre 2013- dans 583 entreprises européennes basées sur 11 principaux pays : l'Allemagne, la Grande Bretagne, la France, la Belgique, le Luxembourg, les Pays-bas, l'Espagne, l'Italie, le Danemark, la Suède et la Norvège.

A propos d'American Express Voyages d'Affaires

A mi-chemin entre les activités Voyages et commerciales, American Express Global Business Travel propose à ses clients un vaste réseau, une fiabilité du service et une expertise clients afin de faciliter le déplacement des voyageurs d'affaires et des entreprises. American Express Global Business Travel fournit des solutions de voyage, du Conseil avec un département intégré, le sourcing et l'organisation d'événements de A à Z. Ces offres innovantes permettent aux clients d'optimiser le ROI de leurs déplacements et de leurs rencontres professionnels.

American Express Global Business Travel fait partie de l'un des plus importants réseaux d'agences de voyages avec une présence dans 138 pays à travers le monde. Pour en savoir plus www.americanexpress.com/businesstravel