



2012 : 63% des entreprises ont maintenu leur budget Voyages à la stabilité

- Hôtels, Le poste de dépenses à contrôler en priorité -
- Sécurité et mobilité, nouveaux enjeux des entreprises -
- La TMC, première source de reporting Voyages des entreprises -

Paris, le 19 novembre 2012 - American Express ouvre la 22^{ème} édition de l'EVP dans un contexte économique incertain. Ainsi, si la part des budgets à la baisse est de 14% (contre 21% en 2011, 40% en 2010 et 66% en 2009), 23 % (vs 34% en 2011) des entreprises seulement ont mentionné une augmentation de ce poste (1% en Europe en 2012 vs 2,9% en 2011). Le baromètre EVP 2012 met donc en évidence une augmentation de la part des entreprises (63%) affichant une stabilité de leur budget Voyages.

« Alors que la précédente édition de l'EVP renouait avec la croissance du poste Voyages, 2012 est marqué par une stabilisation des budgets qui traduit un attentisme fort des entreprises quant à la situation économique que nous traversons. Plus que jamais dans ces moments d'incertitude, les sociétés ont conscience de la nécessité que représentent les déplacements professionnels pour maintenir ou développer leur activité (67%), a déclaré Eric Audoin, Président Directeur Général d'American Express Voyages d'Affaires en France. Nous avons souhaité étendre notre enquête à près de 600 entreprises pour avoir un échantillon encore plus représentatif des tendances et des meilleurs pratiques en Europe afin de permettre aux entreprises d'optimiser leur budget et de s'appuyer sur la TMC comme un partenaire économique pour développer leur activité», a ajouté Eric Audoin.

Plus de contrôle mais encore peu de mesure du ROI

La présence d'une PVE* pour renforcer le contrôle des coûts est aujourd'hui largement répandue. Plus de 90% des grands comptes disposent aujourd'hui d'une politique Voyages mais c'est désormais une pratique avérée pour les autres segments (74% des PME et plus de 50% des TPE), signe de la maturité du marché. Le budget est d'ailleurs réintégré à une direction centrale, la DAF ou la direction des achats dans 6 entreprises sur 10. La tendance perçue dès 2008 sur la généralisation des mesures de contrôle s'est donc accentuée d'année en année : 80 % des entreprises en sont dotées et le chiffre atteint 89% pour les grands comptes et les PME. Dans ce dernier cas, 3 entreprises sur 4 ont mis en place des reportings mais provenant de sources variées.

Mais 30% d'entre elles seulement mesurent le ROI de ces dépenses, rendant difficile l'analyse de ces déplacements et l'optimisation du poste Voyages.

Evolution des priorités des postes de dépenses avec l'hôtellerie

Enjeu fort des entreprises l'an dernier, l'hôtellerie est la nouvelle préoccupation forte des directions achats et est placée sous surveillance par plus de 54% des entreprises. C'est désormais la composante la plus présente dans la PVE* pour 88% des entreprises. L'hôtel est ainsi devenu une priorité pour près de 6 entreprises sur 10 et talonne des catégories comme l'aérien, suivie par le MICE puis le Rail et enfin la location de voiture.

1 entreprise sur 3 continue à optimiser le poste hôtel, ce qui démontre une tendance forte à vouloir maîtriser cette typologie de dépenses.

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, en conformité directe avec leur PVE*.

- Réservation à l'avance
- Recours au meilleur tarif lors de la réservation
- Utilisation du online
- Recours aux fournisseurs privilégiés
- Utilisation du train plutôt que l'aérien
- Renégociation des accords fournisseurs
- Durcissement de la PVE*
- Développement des réunions virtuelles
- Recours aux low costs
- Augmentation des moyens de paiement centralisés.



Une chaîne de valeur de plus en plus complexe

La tendance annoncée par le baromètre 2011 est confirmée : plus d'une entreprise sur 2 a aujourd'hui mis en place des processus dans l'ensemble de la chaîne de valeur. Néanmoins, les étapes en aval telles que la gestion de la note de frais, l'intégration dans les systèmes comptables, etc font encore beaucoup plus l'objet d'attention que les phases amont.

De plus, le nombre de process qui la composent s'est élargi. Lorsqu'elle est automatisée avec un système unique, on sait que ce phénomène renforce le taux d'application de la PVE*. Mais ce grand nombre de sources peut aussi complexifier la chaîne de valeurs et devenir une problématique en soi si elle n'est pas automatisée, notamment en termes de consolidation des données. Et le constat de l'an dernier sur sa gestion manuelle reste d'actualité : 20% seulement l'ont automatisée. Les entreprises du secteur public accusant en la matière un retard plus manifeste avec 36% d'entre elles indiquant que leurs process sont de fait entièrement manuels.

La TMC, indispensable pour gérer l'ensemble de la chaîne de valeur

Véritable tour de contrôle, l'agence, par sa capacité à intégrer et gérer l'ensemble de la chaîne de valeur est la seule entité à pouvoir apporter une réponse à cette complexité de la chaîne (de reporting et de consolidation notamment) mais aussi d'attentes et d'enjeux croissants auxquels les entreprises sont confrontés. 59 % des entreprises l'utilisent comme principale source de reporting.

Les 10 services les plus achetés répondent également à 5 de leurs priorités pour 2013

- Assistance 24/24
- Solution de réservation en ligne
- Rapatriement / rerouting des voyageurs
- Programme de sourcing aérien
- Programme de sourcing hôtel
- Amélioration de la stratégie Achat
- Validation d'un déplacement
- Construction et évolution d'une PVE*
- Intégration de la PVE* dans les SI
- Audit et recommandations sur le workflow.

Priorités 2013

- Contrôle des coûts à 80%
- Optimiser les dépenses de déplacements à 49%
- Sécurité des voyageurs 45%
- Avoir une vision complète des dépenses de déplacement 41%
- Faire appliquer la PVE* 38%
- Augmenter la satisfaction des voyageurs 30%
- Développer la contribution du département Voyages à la valeur ajoutée de l'entreprise 23%.

La Sécurité des voyageurs :

Alors qu'elle était en retrait depuis 2009, la sécurité revient sur le devant de la scène :

- elle se positionne comme l'une des 3 priorités des entreprises à l'horizon 2016,
- elle occupe une place de premier plan au sein de la politique voyages des entreprises (6ème composante des PVE* vs 12ème place l'an dernier),
- les solutions de rapatriement et l'assistance 24/24 sont dans le top 3 des services demandés par les entreprises à leur agence.

La Mobilité, levier de connexion et pratique avérée :

Bien plus qu'une révolution annoncée lors de la précédente édition, c'est désormais une confirmation, le mobile est devenu un canal de réservation à part entière. S'il était encore marginal l'an dernier, il n'est plus défini comme un complément mais comme une alternative (14 vs 9%) - Plus de 50% des entreprises en ont désormais un usage courant, plus développé encore dans les PME. Ces équipements confèrent une plus grande autonomie au voyageur d'affaires et lui proposent de nouveaux services tels que des alertes fournisseurs (67%), check in (60%), alertes sécurité (58%) et modifications des réservations à 56%. Par ailleurs, technologies et agences apporteront donc des réponses complémentaires aux enjeux des entreprises, notamment en matière de sécurité.



Perspectives 2013

Malgré la période d'incertitude économique, l'étude annuelle *Global Business Travel Forecast* d'American Express Voyages d'Affaires publiée en octobre dernier affiche une hausse tarifaire modérée en Europe à la fois dans l'aérien et l'hôtellerie, compte tenu des mesures d'austérité annoncées, tout comme en Amérique du Nord. En Asie, ce sont des pays comme l'Inde qui vont voir des tarifs aériens s'envoler (+8%).

Même si certaines parlent d'un développement de leur activité à l'international, les entreprises européennes interrogées en septembre dernier sur leurs prévisions pour l'année à venir se montrent extrêmement prudentes sur l'avenir, avec une hausse moyenne de moins de 0,5%.

En moyenne, 72% d'entre elles tablent sur une stabilité de leur budget Voyages, 16% une hausse (de 12 %) - essentiellement motivée par des déplacements en Europe (49%) ou à l'international (52%) - et 12% à la baisse (de 11%).

Moteur de l'économie, les TPE en Europe se montrent néanmoins plus optimistes et attendent une croissance de 1,4%, là où le secteur public français anticipe dès maintenant une baisse de ses budgets de l'ordre de 0,4%.

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

***PVE : Politique Voyage des Entreprises**

A propos du Baromètre American Express Voyages d'Affaires

Le Baromètre 2012 a été préparé par Concomitance à partir d'une enquête réalisée par téléphone auprès des personnes en charge des budgets voyages allant de 0 K€ à plus de 50 millions d'€ sur 4 segments différents (TPE 0 à 250K€, 250 à 3 Millions d'€, au-delà de 3 Millions d'€ ainsi que le secteur public (auprès de Directeurs Financiers, Directeurs des Achats et Travel Managers) - entre le 18 septembre 2012 et le 15 octobre - dans 567 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

American Express Voyages d'Affaires (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 2011, l'entreprise a réalisé 29,3 milliards de dollars de vente de voyages. www.americanexpress.fr/voyagesdaffaires