

AMERICAN EXPRESS MEETINGS & EVENTS



LA DERNIERE ETUDE D'AMERICAN EXPRESS SOULIGNE L'ECART ENTRE LES POLITIQUES MICE ET LES PRATIQUES ADOPTEES

Paris, Le 22 mai 2013 - La nouvelle étude publiée par American Express Meetings & Events et réalisée par le Scholar Consulting Group auprès de 260 répondants – toute taille d'entreprises confondue - révèle des lacunes importantes dans les politiques événementielles établies mais aussi de vraies différences entre les politiques et leurs pratiques. L'étude met en évidence les risques importants auxquels les entreprises sont exposées lorsque les dépenses et les activités MICE ne sont pas gérées au travers d'un programme clairement défini. L'enquête a recueilli à la fois les opinions de 145 professionnels de l'événementiel, des achats, de la finance du marketing, des ventes ou en charge du poste événementiel- et de 115 meetings planners, en dévoilant les décalages observés entre les politiques de l'entreprise et les comportements adoptés.

En voici les principales conclusions :

- 51% des meetings planners pensent que le risque pourrait être davantage réduit au sein de leur entreprise,
- 52% des meetings planners commencent à travailler sur un événement sans visibilité sur son budget,
- 23% des meetings planners signent des contrats mais seulement 6% des dirigeants déclarent que ces meetings planners sont autorisés à le faire,
- 68% des dirigeants déclarent que la transparence des données est une priorité absolue, mais 85% des meetings planners utilisent encore des formulaires papier pour le suivi budgétaire,
- 64% des meetings planners ne disposent toujours pas d'une méthode leur permettant d'identifier les participants à une réunion en temps de crise.

«Ne pas considérer tous les enjeux à leur juste valeur lorsqu'on organise un événement dans un environnement de plus en plus réglementé avec une forte prise de conscience sur les questions de sécurité et de sûreté, peut avoir de graves conséquences financières, juridiques et pour la réputation d'une entreprise», a déclaré Milton Rivera, Vice-Président, Business Development American Express Meetings & Events. « Cette étude nous éclaire sur les disparités entre les politiques événementielles et leur pratique, que sociétés ont – ou pensent avoir mis en place. Cela prouve qu'il est crucial de formaliser, documenter et de contrôler les process d'organisation de réunions afin d'en minimiser les risques ».



MEETINGS & EVENTS

Des enjeux juridiques / réglementaires

Les dirigeants et les meetings planners ont cité les catégories juridiques / réglementaires et financières comme les plus importantes opportunités en termes d'organisation de réunions. Selon cette même étude, 37% des meetings planners ne disposent pas de contrat pour les prestations annexes (par exemple pour le transport, l'audiovisuel ou toute autre animation) susceptibles d'être revues ou approuvées par un manager. Peut-être plus inquiétant encore, 23% des meetings planners signent des contrats relatifs à leur activité au nom de la société, alors que seuls 6% des dirigeants déclarent qu'ils sont habilités à le faire.

"Une entreprise n'évaluant pas correctement un risque juridique et réglementaire pourrait subir de lourds tributs, voir sa réputation entachée ou s'exposer à des poursuites", a ajouté M. Rivera. "Pour réduire ce risque au maximum, nous recommandons à nos clients de développer des process standards pour les prestations annexes et des autorisations de signature formalisées pour les contrats."

Des enjeux financiers

Si 82% des dirigeants ont déclaré que fournir un budget était soit une directive soit une exigence de leur entreprise, 52% des meetings planners commencent à travailler sur leur événement sans enveloppe budgétaire. En outre, les entreprises semblent gaspiller inutilement leur budget en n'utilisant pas les assurances annulation ou toutes les ressources disponibles. 36% des meetings planners disent qu'ils n'utilisent peu ou pas les crédits disponibles et 50% des dirigeants affirment que la politique MICE ne requière pas l'utilisation de ces crédits.

La visibilité est également une problématique clef mise en évidence par l'enquête : 27% des dirigeants ne sont pas en mesure de suivre les dépenses événementielles et 32% d'entre eux ne semblent pas pouvoir justifier l'intégralité de leurs frais.

« Des changements simples comme l'adoption d'une nouvelle technologie ou d'outils en ligne permettant de créer des budgets prévisionnels, d'obtenir un suivi des dépenses et des frais réels ou encore l'utilisation de cartes d'achat corporate pour régler l'organisation d'événements peuvent aider les meetings planners à optimiser les budgets », a souligné M. Rivera. « Il est également conseillé de définir un process pour identifier les budgets disponibles au début de l'organisation de chaque réunion et de partager ces informations. Utiliser ces budgets de cette façon permet d'éviter des dépenses inutiles. »



MEETINGS & EVENTS

Des enjeux de sécurité

64% des meetings planners et 50% des dirigeants ont déclaré qu'ils ne disposaient de méthodes permettant de tracker les participants à un événement, en période de crise. En outre, 62% des organisateurs ont affirmé qu'ils n'avaient pas accès aux soins médicaux ni à une assistance internationale en cas de crise.

« En période de crise, il est indispensable pour les des meetings planners de disposer d'outils et de process pour suivre les participants à un événement, ainsi que d'avoir accès à des informations personnelles en back-up, en cas de défaillance technique », a déclaré M. Rivera. « Une procédure standard ou un plan de communication de crise avec des recommandations dans les situations d'urgence - devrait être mis en place et mis à jour régulièrement pour donner un aperçu représentatif de la situation et des ressources disponibles».

Cette enquête, qui a été menée au nom d'American Express Meetings & Events par Debi Scholar, a également couvert les domaines d'exposition aux risques tels que la réputation, la technologie ou les activités de l'entreprise.

Nomination de Debi Scholar

Debi Scholar a récemment rejoint American Express Meetings & Events pour accompagner des clients dans la définition de stratégies événementielles et les aider à budgétiser, mettre en œuvre et mesurer ces stratégies. Avant de rejoindre American Express, Debi Scholar était Présidente du Scholar Consulting Group, où elle a conseillé de nombreux clients sur la gestion, la conception et le contenu d'événements et de voyages, de réunions virtuelles, sur les avantages des cartes corporate et la gestion des frais professionnels.

Deby Scholar est un expert de renom du secteur événementiel, auteur de réunions et d'événements, et a été la co-directrice du comité Groups & Meetings de la GBTA et membre du conseil d'administration de la fondation GBTA.

À propos d'American Express Meetings & Events

American Express Meetings & Events est un département d'American Express Voyages d'affaires Monde et offre une longue expérience, une expertise et les compétences nécessaires à la mise en œuvre d'un programme d'optimisation d'un budget événementiel. Ce département est constitué de plus de 1000 employés à travers le monde travaillant sur le sourcing d'événements, leur organisation, la négociation de contrats, la budgétisation, la gestion des dépenses, le reporting et le benchmarking, associés à du conseil stratégique et à l'intégration de technologies de pointe. Cette approche end-to-end se concentre sur la création de visibilité, l'identification de leviers d'économies permettant d'assurer la réussite d'événements. Avec plus de 40 ans d'expérience dans le secteur du MICE et une présence dans plus de 50 pays, American Express Meetings & Events est particulièrement bien placé pour prendre charge la gestion d'événements à l'échelle locale, régionale ou mondiale. American Express Meetings & Events travaille avec les leaders du marché pour enrichir son offre clients en permanence.

Pour en savoir plus sur les services d'American Express Meetings & Events, <https://businesstravel.americanexpress.com/meetingsandevents>



MEETINGS & EVENTS

Contacts Presse :

France Béatrice Hervieu +33 1 47 77 35 45 comfr@aexp.com
EMEA Katie Robson +44 (0)1273 215172 katrina.j.robson@aexp.com
Americas Erica Rose +1 212 640 2265 erica.k.rose@aexp.com
Australia/Asia Sarah Blades +61 2 9271 1467 sarah.j.blades@aexp.com