

## A l'occasion de la 22eme édition de l'EVP, American Express lance la première étude sur l'hôtellerie et confronte le point de vue des Travel Managers et des voyageurs d'affaires

Paris, le 19 novembre 2012 – Alors que l'hôtellerie apparaît comme une véritable priorité des entreprises dans la baromètre 2012, American Express Voyages d'Affaires et American Express Cartes Corporate ont souhaité confronter les besoins des entreprises aux attentes des voyageurs d'affaires au travers d'une étude dédiée. Réalisée par Coach Omnium auprès de 367 sociétés et plus de 800 voyageurs d'affaires, cette enquête présentée au cours d'une conférence sur l'hôtellerie à l'EVP (lundi 19 novembre à 14h45) met clairement en évidence une différence d'appréciations entre les entreprises et leurs collaborateurs à propos des politiques de voyages. Si le prix reste de loin le 1<sup>er</sup> critère de choix pour les entreprises, les habitudes des voyageurs ont encore la vie dure. L'agence et ses solutions (outils et process) sont encore largement sous-utilisées.

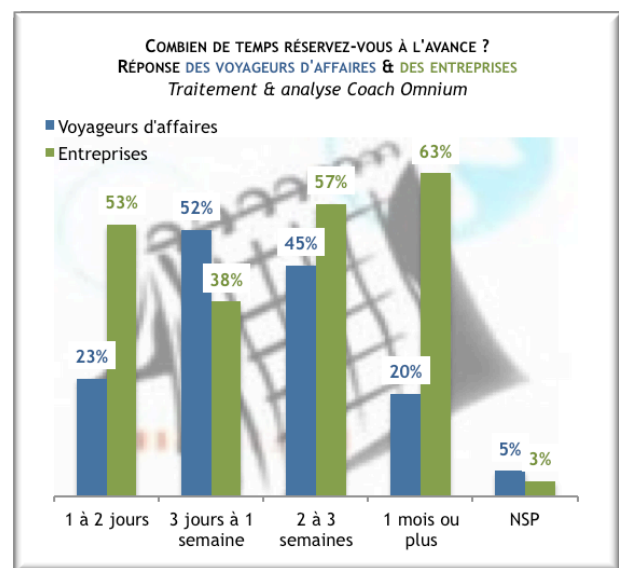
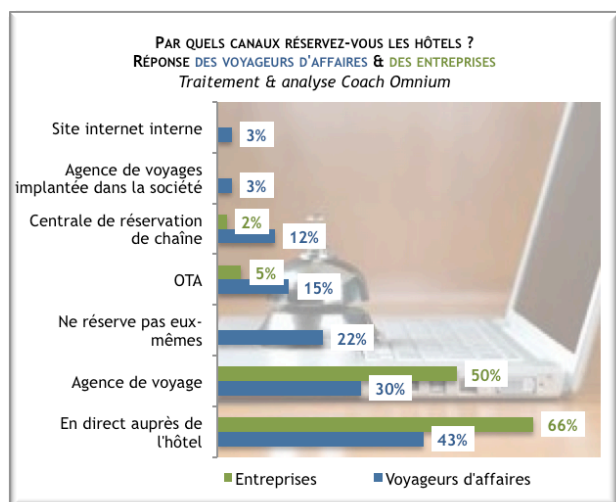
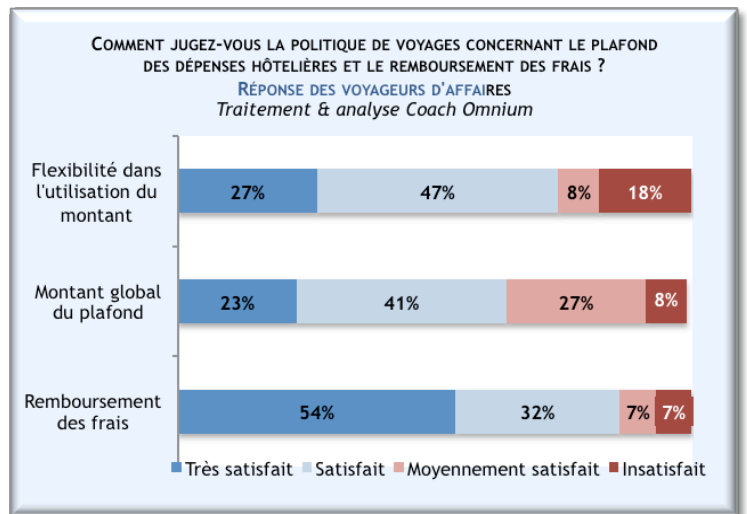
### Entreprises et voyageurs d'affaires : de réelles différences de point de vue

Si les voyageurs sont très majoritaires à considérer que les directives données par leur employeur pour réaliser des économies sont justes, **beaucoup se plaignent de budgets trop restreints pour leur hébergement** – notamment selon les destinations 73% -, **de délais de remboursement des notes de frais trop longs ou encore d'un manque de liberté ou de flexibilité** pour choisir leurs hôtels.

### Des règles diversement appliquées

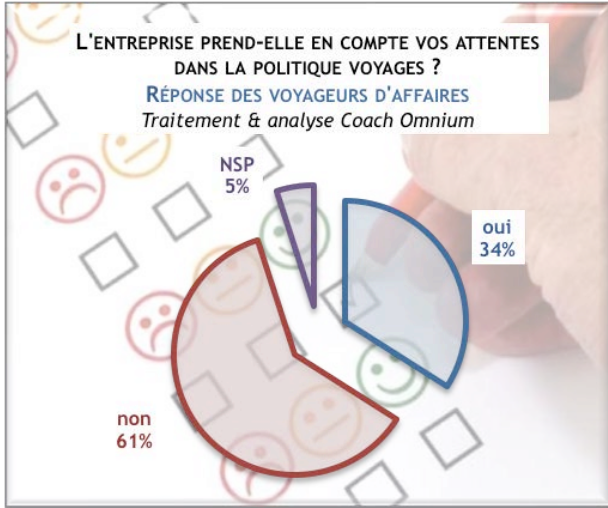
**8 voyageurs interrogés sur 10 déclarent qu'une PVE\* hôtels leur est imposée à travers un plafond de dépenses, avec majoritairement une préconisation de gamme** (le plus souvent moyen de gamme) dans une liste prédéfinie, voire une chaîne.

**Ce sont majoritairement les assistantes qui effectuent les réservations (80%)** et 2/3 des entreprises déclarent que **le canal de réservation est complètement libre**. De ce fait, ce sont les réservations en direct auprès de l'hôtel qui sont privilégiées, surtout pour des raisons de simplicité et de rapidité. Les entreprises vont préconiser une réservation en direct auprès de l'hôtel (66%) ou par l'agence (50%), et les voyageurs d'affaires vont utiliser une plus grande diversité de canaux. Même constat en ce qui concerne les règles d'anticipation, nettement plus observée par les responsables voyages que les voyageurs eux-mêmes.



**Le prix reste un critère de réservation déterminant pour les entreprises**

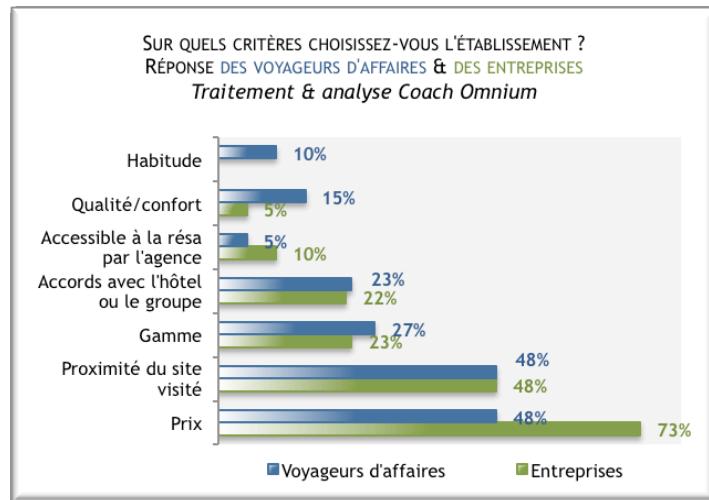
Plus généralement, bien qu'ils soient majoritaires à être satisfaits des conditions de voyages que leur entreprise leur accorde, les voyageurs d'affaires aimeraient que l'on prenne davantage en compte leurs besoins et leurs contraintes. Ils sont 2/3 à trouver que leur employeur fait trop la sourde oreille, quand les organisateurs de voyages chez ces derniers pensent au contraire qu'ils sont très à l'écoute de ce public qu'ils font voyager.



Ainsi s'il y a consensus sur l'importance du critère de proximité (à 48%), **il y a divergence sur ceux du prix et du confort**. 15% des voyageurs interrogés mentionnent le confort ou la qualité des prestations uniquement prise en compte par 5% des entreprises. **Quand les voyageurs demandent des hôtels plutôt confortables pour bien finir leurs journées de travail, les entreprises optent à 75% pour le prix comme premier critère de sélection des établissements hôteliers.** Là aussi, l'écart entre les deux attentes est marquant.

Les accords hôteliers passés avec l'entreprise n'interviennent que pour 1 entreprise sur 4 dans leur choix final, et seuls 10% d'entre elles contraignent au choix d'hôtels accessibles à la réservation via l'agence.

**Enfin, 25% des voyageurs ne tiennent pas compte de la PVE\***, faute de la connaître ou juste par habitude avec certains hôtels.



**Des modes de paiement peu centralisés**

**L'avance de frais reste la méthode adoptée pour 67 % des entreprises**, ce qui peut expliquer la difficulté de contrôle sur cette famille de dépenses que constitue l'hôtel.

**1 voyageur sur 5 seulement bénéficie d'une carte corporate** et parmi les autres modes de règlement on retrouve la refacturation de 30 à 60 jours (17% selon les entreprises) et pour 3% seulement le paiement est effectué lors de la réservation.



### Les frais annexes

**1 entreprise sur 4 prend en charge tous les frais liés aux voyages et les autres défraient de l'essentiel** : la chambre, le petit déjeuner et éventuellement les repas. La grande majorité des voyageurs interrogés se fait rembourser le petit déjeuner.

**Très souvent le parking, le wifi et les plateaux repas sont également pris en charge**, et dans 1 cas sur 5 taxi et pressing semblent également pris en charge.

La grande question restant de savoir comment ces frais sont ensuite identifiés pour être suivis et contrôlés par les entreprises.

### Un impact relatif de la crise sur les PVE\*

Avec **95 % d'entreprises qui ont une politique de voyages** surtout organisée autour de **plafonnements de dépenses**, on se rend compte que malgré la crise économique qui semble se durcir, elles n'ont pas renforcé les recherches d'économies. Certes, elles paraissent être plus nombreuses à davantage contrôler les notes de frais et à imposer des contraintes plus lourdes pour 1 voyageur sur 2, mais on peut penser que le plus drastique avait déjà été fait il y a au moins deux à trois ans, lorsque la crise a débuté significativement. **39 % des entreprises interrogées déclarent tenir compte de la crise économique, mais cela ne se traduit pas nécessairement par des coupes claires dans les budgets des voyages d'affaires, car le déplacement professionnel reste indispensable au développement de l'activité des entreprises.**

Beaucoup d'entreprises laissent une grande liberté à leurs collaborateurs pour gérer leurs déplacements et les budgets, sans toutefois oublier de veiller au grain et sans perdre de vue le besoin de resserrer les boulons.

### Les prémices de la mobilité

Cette étude nous apprend par ailleurs que **peu de voyageurs d'affaires utilisent concrètement un programme de fidélisation en hôtellerie** malgré une forte consommation hôtelière : seulement 11 %. **Près de 1 voyageur sur 4 (22 %) a recours au GPS pour trouver le chemin d'un hôtel où une chambre a été réservée**, mais pas pour trouver un hôtel à la dernière minute (95 % des voyageurs d'affaires réservent avant de partir). Ils ne sont pas non plus légion à se servir d'applications émanant de chaînes hôtelières ou de centrales de réservations sur leur smartphone ou leur tablette. **Seulement 10 % des utilisateurs de smartphones les utilisent, leur reprochant leur manque de pragmatisme.**

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

\*PVE : Politique Voyage des Entreprises

---

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

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

#### A propos d'American Express Carte Corporate

Fondé en 1850, American Express est un groupe international leader dans les services financiers et dans le voyage. A travers sa division Carte Corporate, American Express propose des Cartes d'affaires, des solutions d'achat d'entreprise et des services de gestion des dépenses pour des multinationales, grandes entreprises ou PME-PMI dans le monde entier. Aux Etats-Unis, American Express est le principal émetteur de Cartes d'affaires et délivre ses services à plus de 60% des sociétés classées au palmarès Fortune 500, ainsi qu'à des dizaines de milliers de PME. American Express émet des cartes d'affaires dans plus de 40 pays dans leur devise locale et des cartes d'affaires en Dollar International dans plus de 100 pays. Pour plus d'informations : [www.americanexpress.com/corporate](http://www.americanexpress.com/corporate).

#### A propos de Coach Omnium

Créée en 1991, Coach Omnium est une société de consultants et d'études marketing et économiques, spécialisée dans le tourisme et l'hôtellerie. [www.coachomnium.com](http://www.coachomnium.com)