

Communiqué sous embargo jusqu'au 15 Novembre 13h

## L'offre aXcent d'American Express Voyages d'Affaires fête son 1<sup>er</sup> anniversaire

*Paris, le 15 novembre 2010 – Il y a tout juste un an, American Express Voyages d'Affaires lançait aXcent, une offre spécialement destinée aux PME françaises dont le budget Voyages est inférieur à 3M€. Son objectif ? Répondre aux nouveaux besoins de ces structures locales en leur proposant de réels leviers d'économies, avec une approche consultative et des services personnalisés et les accompagner en mettant à leur service à la fois sa puissance d'achat mondiale et un savoir-faire local, avec des équipes entièrement dédiées.*

1 an après son lancement et à l'occasion du salon du Voyage d'Affaires, American Express revient sur aXcent, avec le témoignage d'Anne Colomb, Travel Manager de la société Hubbard.

### **Pouvez-vous nous décrire la société Hubbard en quelques mots ?**

La société Hubbard, qui appartient au Groupe Grimaud, a été créée en 1921. Nous sommes spécialisés dans la sélection avicole à destination des filières « poulet de chair ». Pour faire simple, nos clients sont les éleveurs qui vous fourniront un produit tout prêt en boucherie, dans les fermes ou la grande distribution. Le siège mondial de Hubbard est situé dans les côtes d'Armor, et nos salariés sont des ouvriers, des techniciens (employés élevages, couvoirs, sexeurs, inséminateurs), des employés administratifs tous bilingues (au moins), des ingénieurs agronomes, des vétérinaires, des nutritionnistes... Nous sommes tous issus soit des filières agronomes, d'écoles vétérinaires ou du commerce international.

Nous sommes 2 à gérer une quarantaine de voyageurs fréquents dont une vingtaine de grands voyageurs, principalement des ingénieurs et des vétérinaires et nous avons également un collaborateur en charge de l'organisation des visites de nos différents sites. Les déplacements sont de nature très variée : cela peut être des déplacements en train sur le territoire français, des voyages simples vers les Etats-Unis et le Brésil ou plus complexes à travers plusieurs villes d'Asie, d'Afrique ou du Moyen-Orient. Au total nous avons une moyenne de 1300 transactions par an.

### **Depuis quand êtes-vous client d'American Express Voyages d'Affaires ? Quelles étaient vos problématiques ?**

La relation engagée avec American Express date de plus de 10 ans, au moment du développement international de notre structure. Les PME comme la nôtre ont connu un véritable essor et ont vu naître de nouveaux besoins. A cette même époque, le rôle de l'agence de voyages a évolué vers celui d'une TMC pour mieux accompagner les nouvelles attentes des entreprises en termes de déplacements. Et de la même façon, nous nous sommes structurés : cela correspond aussi à l'émergence des directions achats et à la création du poste de Travel Manager. J'ai pris mes fonctions dans les années 2000 avec une problématique forte de croissance des déplacements et nous avions besoin d'être accompagnés par un acteur important du secteur doté d'une bonne implantation géographique dans l'hexagone, puisque nous disposons de plusieurs sites.

### **En quoi l'offre aXcent a-t-elle répondu à vos besoins ?**

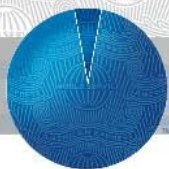
En l'espace de 10 ans ces besoins ont évolué et la crise a largement influencé les comportements des voyageurs. L'opportunité pour Hubbard de remettre à plat notre stratégie déplacements en 2009. C'est pourquoi nous avons souhaité entièrement redéfinir notre PVE pour nous permettre de suivre nos dépenses et instaurer des règles internes pour gérer au mieux notre programme voyages.

Pour accomplir cet objectif, nous avons identifié l'ensemble des leviers et gisements d'économies potentiels, un axe fort et nouveau pour notre société.

Première étape : la mise en place d'indicateurs clés pour mesurer notre performance par typologie de voyageurs (vétérinaires, ingénieurs et consultants) et ce, à partir de différents critères définis en amont comme le meilleur rapport qualité/prix (trajet rapide, avec peu de changement, tarifs flexibles, avec des compagnies aériennes partenaires comme Air France). Deuxième point important : nous assurer du respect des contrats cadres avec nos principaux fournisseurs (dans l'aérien notamment).

Enfin, 3ème étape, la mise en place de la politique voyages a été accompagnée par le déploiement d'un outil de réservation en ligne lors du dernier trimestre 2009.

Nous avons lancé un appel d'offres en fin d'année et aXcent nous a semblé parfaitement correspondre à nos attentes. Forts de la relation pérenne et de confiance qui s'était instaurée avec American Express, cette nouvelle offre nous apportait les réponses que nous souhaitions appliquer à notre nouvelle politique voyages en termes de gains d'économies et besoin de visibilité sur nos dépenses « déplacements ».



### Comment s'est passée la mise en place d'aXcent ?

La transition de notre budget avec l'équipe aXcent s'est déroulée intelligemment. American Express a organisé une réunion préparatoire avec la responsable d'équipe aXcent pour partager nos besoins et s'assurer que ce relais se fasse en douceur. Je dois dire que notre nouvelle équipe remplit d'ores et déjà parfaitement son rôle.

Nous avons instauré une vraie relation de proximité avec l'équipe on/off qui s'occupe de nous aujourd'hui et qui a bien su repérer les habitudes de nos voyageurs selon leurs profils.

Nous sommes 2 à gérer les déplacements de nos collaborateurs. Nous avons bénéficié d'un véritable accompagnement dans l'adoption de l'outil online qui a généré de vraies économies, que nous pouvons désormais mesurer grâce à nos indicateurs de performance, qui s'avèrent déjà positifs.

En effet, outre le fait que les rapports sont clairs et pertinents, les économies sont déjà au rendez-vous : le prix moyen du billet (ATP) est passé de 300 à 230 €, la stratégie d'achat de billets anticipés s'est avérée payante et témoigne également de la bonne adhésion de notre population à notre nouvelle PVE (21% des billets sont ainsi achetés entre 4 et 6 jours avant le départ), tout comme le taux d'utilisation de l'outil online qui atteint plus de 50%, une excellente performance, quelques mois à peine après le passage à l'offre aXcent.

### aXcent, les points forts de l'offre

- Des frais de transaction compétitifs avec la meilleure offre tarifaire disponible,
- Un point de contact unique pour le client afin de gérer les commandes Offline et l'accompagnement Online avec des équipes dédiées et une assistance 24h/24,
- Une approche consultative pour mesurer le retour sur investissement du poste « Voyages »,
- Un accès à des indicateurs de performance (volumes de dépenses, économies réalisées,...),
- L'accès à AX eXplore, espace client donnant accès à tous les services pour les voyageurs,
- Des services à valeur ajoutée tels qu'AX HotelHub, le programme hôtelier « preferred eXtras »,
- Des outils de sécurité pour garantir assistance et sérénité aux voyageurs,
- Une qualité de service reconnue en termes de ressources et de process,
- Un déploiement rapide de l'offre auprès des entreprises.

### 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)

### A propos d'American Express

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 voyage 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 à travers le monde. En 2009, l'entreprise a réalisé 21,5 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)