

par Anne Del Pozo

## ■ L'Art de voyager ou les manières du voyageur d'affaires

**Sur un marché du voyage d'affaires en plein développement, les attentes des voyageurs évoluent, pour devenir plus précises et gagner en exigences. Alors que les nouvelles technologies deviennent omniprésentes dans l'organisation et la gestion du voyage d'affaires, la qualité et la diversité des services proposés trouvent une nouvelle légitimité. Des tendances qui incitent les acteurs de la place à s'adapter. Pour mieux comprendre les besoins actuels des voyageurs, GPO a mené une enquête dont nous vous proposons l'analyse au travers de ce nouveau dossier Voyages d'Affaires\*.**

D'après l'étude GPO réalisée du 22 au 30 janvier 2008 par la société Datacall auprès d'un échantillon de 250 entreprises de 20 à 1000 salariés, les déplacements professionnels sont régulièrement pratiqués par plus de 80 % des personnes interrogées. Un marché qui enregistre par ailleurs une croissance de 3.3 % en 2007, pour atteindre une valeur totale en France de 26.6 milliards d'euros (Baromètre des Voyages Professionnels American Express/Concomitance, 2007). Le développement de ce marché est porté par la volonté des entreprises de maintenir et de développer leurs activités. Les voyages intra-entreprises, comme les visites de filiales et réunions internes ou encore les visites fournisseurs justifient également pour partie ces déplacements professionnels. Mais, alors que la croissance économique s'essouffle, les exigences des voyageurs d'affaires, généralement liées à celles de leur entreprise, voire d'une politique de voyages d'affaires interne, se font plus pointues, notamment en termes de coûts et de qualité. Une tendance qui n'est évidemment pas sans répercussions sur leurs manières d'organiser et de gérer leurs voyages mais également de choisir leurs prestataires.



### La part belle d'Internet dans l'organisation du voyage

D'après l'étude GPO/Datacall, près de 63 % des personnes interrogées sont en charge de leur budget voyage. Pour organiser leurs déplacements, elles sont 83 % à utiliser Internet à des fins de renseignements. Internet est également devenu un moyen de réservation de billets pour 45.2 % d'entre elles et de réservations hôtelières pour 41.9 %. Force est donc de constater qu'en France, ce média a désormais le vent en poupe dans le cadre de l'organisation d'un voyage d'affaires. Ces portails Internet sont généralement appréciés pour leur accessibilité 24h/24 et leur réactivité, mais également pour leur capacité à proposer une offre diversifiée et comparée, aussi bien en termes de prix que de qualité. «Internet est devenu un vecteur en pleine croissance dans les processus de réservation de voyage», souligne Marie-Liesse Douroux, Directrice Business Development chez American Express Voyage d'Affaires. Relation directe de cause à effet, les plate-formes de réservations et/ou d'organisation en ligne de déplacements professionnels sont désormais légions et rivalisent toutes de prestations qualitatives. De nombreux prestataires du voyage d'affaires, en tête desquels American Express Voyages d'Affaires, Amadeus ou Carlson WagonLit Travel, proposent désormais un ou plusieurs portails Internet. American Express vient ainsi de développer une nouvelle base de données baptisée Amex Hôtel Hub qui rassemble les tarifs hôteliers négociés par ses soins mais également par ses clients. «Amex Hôtel Hub est une véritable base de données de près de 120 000 établissements hôteliers», ajoute Marie-Liesse Douroux. «Grâce à ce nouvel outil, les voyageurs peuvent réserver simplement et dans le respect de la politique voyage de l'entreprise leur hôtel. Un outil au travers duquel ils peuvent également localiser précisément un hôtel, visualiser des chambres ou encore connaître ses différentes prestations. Ils gagnent ainsi un temps précieux dans l'organisation de leur voyage».

Un nouveau portail qui s'ajoute à ceux déjà proposés par les spécialistes de la place, tels que HRS ou TravelRes. «HRS exploite un système de réservation hôtelière en ligne destiné aux personnes en voyage d'affaires ou d'agrément», explique Olivier Mouchet, Directeur Commercial du bureau français d'HRS. «Ce système s'alimente d'une base de données incluant plus de 225 000 hôtels, de toutes catégories tarifaires et situées dans le monde entier. Le système permet de réaliser une réservation directe gratuite avec confirmation immédiate, aux conditions tarifaires négociées par HRS ou l'entreprise elle-même, continuellement actualisés». Les compagnies aériennes (dont Air France) et ferroviaires (Voyages-sncf.com, Thalys.com, Eurostar.com) ne sont, en la matière, pas en reste. En Allemagne, la Lufthansa, qui souhaite promouvoir son site de vente en ligne, facture d'ailleurs 5 euros de plus ses billets lorsqu'ils sont achetés en agence. Une démarche similaire ne saurait tarder à voir le jour en France...

Certains de ces portails proposent également des prestations plus particulièrement dédiées à l'organisation de séminaires ou de conférences. «Un certain nombre d'hôtels que nous avons référencés, proposent des salles de réunions ou de séminaires, que les entreprises peuvent directement réserver depuis notre portail», ajoute Olivier Mouchet d'HRS.

### L'agence de voyage garde sa légitimité

Voyage d'affaires ou manifestation professionnelle, simple réunion ou incentive, l'agence de voyages trouve encore sa place dans l'organisation d'un déplacement ou d'un événement d'entreprise. L'organisation de ces manifestations passe davantage par un contact direct entre l'entreprise et l'agence de voyage, l'hôtel qui accueille la manifestation ou le séminaire ou encore le centre de congrès.

Certains de ces derniers établissements mettent ainsi à la disposition des entreprises des équipes dédiées exclusivement à l'organisation de ces manifestations. À titre d'exemple, les directions commerciales ou du

développement de certains hôtels ou centres de congrès peuvent être des points d'entrée unique pour toutes les entreprises qui souhaitent organiser un événement. Au travers de son département Corporate Groups & Events, American Express Voyage d'Affaires se positionne également sur l'organisation d'événements professionnels. «Les agences de voyage restent par ailleurs requises pour l'organisation de manifestations professionnelles ou de voyages d'affaires complexes», explique Marie-Liesse Douroux. «De même, la relation humaine, via une agence de voyage ou un centre d'appel ouvert en permanence est largement plébiscitée par les voyageurs pour gérer des situations de crises ou d'urgence». La gestion du risque représente d'ailleurs une des préoccupations majeures de la plupart des voyageurs (61.3 %, selon l'étude GPO/Datacall).

### **Du paiement par carte au billet électronique**

Le développement d'Internet contribue également à celui du paiement en ligne. D'après l'étude GPO, 38.7 % des personnes interrogées concrétisent leur acte d'achat par un paiement sur Internet. Les PME sont d'ailleurs, en France, près de la moitié à disposer d'une carte Entreprise pour leurs achats de voyages. Les organismes émetteurs de ces cartes (banques, compagnies d'assurances, réseaux interbancaires ou autres) proposent tous, en marge de ce moyen de paiement, des services associés dont les assurances, appréciés par les porteurs mais également leur entreprise. Bien évidemment, la diversité de ces prestations dépend de la couleur de la carte. La plupart des cartes affaires classiques permet aux porteurs de régler leurs dépenses pratiquement partout dans le monde. Dans leur registre haut de gamme, ces cartes affaires offrent des plafonds de retraits supérieurs et elles sont associées à de nombreuses prestations complémentaires telles que des réservations prioritaires de taxis, une assistance à la gestion des imprévus, des services d'obtention de visas... En bout de chaîne, l'émission électronique de billet est largement plébiscitée par les voyageurs qui optimisent ainsi le temps passé à l'organisation de leur voyage. «Le billet électronique présente également l'avantage d'être imprimable à volonté, ce qui, en cas de perte de billet représente un atout non négligeable», ajoute Pierre Emmanuel Tetaz, PDG d'Etap On Line. «La dématérialisation des documents, et notamment des factures est d'ailleurs appréciée par les voyageurs qui ont ainsi la possibilité d'intégrer le reçu dans le système de gestion des notes de frais de l'entreprise en toute simplicité».

### **Les programmes de fidélité séduisent**

Bien que moins plébiscitées par les entreprises, les cartes de fidélité ou plus simplement les programmes de fidélité séduisent néanmoins 71 % des voyageurs (étude GPO/Datacall). L'étude Air Plus International souligne à ce sujet que 68 % des responsables Achat voyages en France estiment qu'il est important d'obtenir pour ses voyageurs la carte client d'une compagnie aérienne. Les cartes loueurs de voitures sont également particulièrement prisées dans l'hexagone (55 %). Enfin, l'exception française pour le voyage en train se confirme également au travers de l'engouement des voyageurs pour les cartes de fidélité train (42 % contre seulement 23 % dans les autres pays de l'étude Air Plus International Travel Management Study).

### **Haro sur les services à forte valeur ajoutée**

Au-delà des cartes de fidélité, les voyageurs interrogés restent prioritairement attachés à la ponctualité dans le voyage (52.7 %), à la flexibilité offerte autour des billets (28.6 %) et enfin, au confort des chambres d'hôtels (24.4 %) (étude GPO/ Datacall). «La gestion de leur temps étant une de leurs priorités, ces voyageurs apprécient particulièrement les services d'informations voyageurs», souligne ainsi Pierre Emmanuel Tetaz. «Ils ont, en effet, besoin d'avoir des informations en continu sur les difficultés qu'ils pourraient rencontrer durant leurs déplacements, comme une grève, un risque pays inopportun. Aujourd'hui, de nombreux voyagistes, compagnies ferroviaires ou encore compagnies aériennes proposent ainsi de leur transmettre des informations en temps réel sur le mobile, via des SMS». De même, les prestataires du voyage font aujourd'hui des efforts en termes de remboursement et/ou d'échange de billets ou de réservations hôtelières. Dans la cadre de sa nouvelle Offre Pro, La SNCF propose ainsi, depuis le 7 octobre dernier, d'échanger gratuitement et sous certaines conditions, un billet jusqu'à 1 heure après le départ du train ou de le rembourser intégralement avant le départ. HRS s'engage de son côté à ce que les réservations d'hôtels soient annulées gratuitement si la demande est réalisée avant 18 heures, le jour concerné. Parallèlement, les voyageurs sont de plus en plus sensibles au confort et aux prestations notamment proposées en marge d'une chambre d'hôtel. Ainsi, fervents utilisateurs d'outils de mobilité, ils apprécient particulièrement les connexions WiFi qui leur permettent de travailler pendant leur déplacements (60.2 %) et sur leur lieu d'hébergement (18.6 %). «Tous nos appartements sont équipés d'un accès Internet haut débit, via des bornes WiFi ou l'ADSL», explique ainsi Stéphane Chaperon, Directeur Commercial d'Appart'City Cap Affaires, un réseau de solutions d'hébergement essentiellement destiné aux collaborateurs des entreprises. «Nous mettons à la disposition de nos clients le matériel nécessaire (câbles téléphoniques, antennes WiFi) pour s'adapter au mode de communication de l'établissement dans lequel ils se trouvent. Par ailleurs, tous nos établissements ont un business center, équipé de plusieurs ordinateurs. Notre volonté étant d'offrir à nos résidents le meilleur «confort/prix». Adagio propose de son côté des prestations particulièrement adaptées aux voyageurs d'affaires comme du personnel en réception disponible 24h/24, un pressing, un parking, ou encore des services d'organisation de réunions sur place... Car au-delà de la richesse et de la diversité des prestations offertes par les nouvelles technologies, notre voyageur apprécie encore un accompagnement humain dans le cadre de certaines prestations liées à ses déplacements.

*\*Enquête GPO menée par Datacall du 22 au 30 janvier 2008 auprès de 250 entreprises uniformément réparties par tranches d'effectifs, respectivement de 20 à 49, de 50 à 99, de 100 à 199, de 200 à 499 et de 500 à 1 000. Les collaborateurs sondés sont tous des cadres ayant une responsabilité dans le développement commercial et/ou le développement export et qui effectuent des déplacements pour raisons professionnelles.*

### **Qui est Datacall ?**

Spécialisé dans le conseil et la mise en œuvre de solutions de Relation-Clients, Datacall intervient en qualité de cabinet de Stratégie en France et d'opérateur de centre d'appels multilingue (français, anglais, allemand...) depuis l'Ile Maurice.

La société dispose d'une expertise métier et d'outils immédiatement opérationnels comprenant notamment 5 centres de contacts implantés à Port Louis, à l'Ile Maurice.

### **Datacall exerce 3 métiers :**

- Une expertise dans la Stratégie CRM (télévente, hot Line 24/24, fidélisation, recouvrement...) ;
- Les Sondages d'opinions (sondages d'opinions, enquêtes qualitatives, terrains téléphoniques, études Marketing) ;
- Le Traitement de Données (saisie, mise en page, enrichissement de fichiers).

**Références :**

PME, Grands Comptes et Instituts de Sondages.

Contact DATACALL : John Benatouil

Tél. : 01 70 70 74 75

[jbenatouil@datacall.fr](mailto:jbenatouil@datacall.fr)

[www.datacall.fr](http://www.datacall.fr)

**4875 lieux pour votre événement !**

«C'est parfois sur son nom que se décide, se monte ou se conçoit une manifestation... C'est toujours lui qui donne la première impression, la note et le ton... c'est souvent son ambiance, son originalité ou sa configuration que l'on retient, une fois que tout est passé... tous les organisateurs en sont conscients, le lieu est une composante primordiale dans la réussite d'un événement !» (source : édito de Muriel Chapuis - guide l'événementiel lieux & sites)

La 18e parution de l'annuaire des Lieux et Sites édité par l'Événementiel est un outil d'aide à la décision référençant de manière exhaustive les lieux et sites de moyenne et grande capacités (supérieures à 120 personnes) en France, Belgique, Suisse, Luxembourg, Maroc, Tunisie.

L'annuaire présente également chaque année l'évolution de l'offre de chaque région ou pays et vous aide à dénicher le lieu idéal pour votre manifestation qui correspondra le mieux à vos impératifs en matière de stratégie de communication, budget, date, population, style, etc...



Renseignement : [www.evenementiel.fr](http://www.evenementiel.fr)

---

**GPO** - 140, rue Galliéni - 92100 Boulogne Billancourt - 01.46.20.44.99

---