

Moins de voyages mais plus de services en 2009



Décision Achats N°124 - 01/05/2009 -

Plusieurs enquêtes sont venues confirmer que les entreprises cherchaient à mieux encadrer leurs dépenses de voyages depuis le début de l'année. Si le nombre de déplacements est limité, les cadres voyagent également moins loin et moins cher.

La durée moyenne des séjours des voyageurs d'affaires a baissé en 2008. Selon le rapport annuel sur l'hôtellerie réalisé par Hogg Robinson Group (HRG), celle-ci est passée de 1,9 jour en 2007 à 1,5 l'an dernier. Cette réduction n'est toutefois pas la seule conséquence de la crise. «*Les entreprises se sont davantage tournées vers des établissements offrant un meilleur rapport qualité-prix*», affirme Yves Nanique, directeur général de HRG. Néanmoins, les tarifs hôteliers n'ont pas baissé. «*Les prestataires ont préféré proposer des services supplémentaires, tels que des places de parking ou un accès gratuit au wi-fi*», ajoute Yves Nanique.

Antoine Medawar (Amadeus Hospitality Group): «Les cadres vont devoir rendre leurs déplacements les plus productifs possible.»



LES PRESTATIONS LUXUEUSES DÉLAISSÉES

Pour Amadeus, qui a publié en février un rapport Enquête réalisée en novembre et décembre 2008 auprès de 354 cadres en Europe, Amérique du Nord et Asie. sur les conséquences de la crise sur l'hôtellerie dans le monde, cette tendance se confirmera en 2009. «*Les cadres voyageront moins, moins loin et moins cher*», explique ainsi Antoine Medawar, président d'Amadeus Hospitality Group. Près de 47% des cadres interrogés assurent qu'ils voyageront moins au cours de l'année. De même, 28% pensent réserver dans les catégories inférieures aux quatre ou cinq étoiles. «*Ils privilégieront en revanche des services de base efficaces, aux dépens des prestations luxueuses, pas forcément nécessaires*», ajoute-t-il. Ainsi, pas moins de 76% des cadres jugent une connexion web indispensable, devant la nécessité de disposer d'une chambre calme.

Pour le président d'Amadeus Hospitality Group, «*les cadres vont devoir rendre leurs déplacements les plus productifs possible. Fini les spas et les restaurants luxueux! L'heure est à des formalités de départ et d'arrivée simplifiées et à un accès internet facile.*»

Pour autant, les travel managers ne semblent pas encore sentir l'impact de la récession. Le sondage réalisé en interne par l'Association française des travel managers (AFTM), auprès de ses 110 adhérents, entre novembre 2008 et janvier 2009, révèle que 26% de ces acheteurs voyages ont maintenu le rythme des déplacements et que 24% l'ont augmenté pour faire face à la crise. A l'inverse, 23% assurent avoir fortement réduit leurs voyages, tandis que 27% disent n'en avoir supprimé qu'une partie.



**L'avis de
Michel Dieleman, président de l'AFTM**

«*Malgré la forte pression économique que nous subissons, les entreprises, dont la plupart avaient déjà repensé leur politique voyages avant la crise, refusent de mettre en péril leurs relations commerciales à l'international*», assure Michel Dieleman, président de l'Association française des travel managers (AFTM).

Le sondage réalisé en interne par l'AFTM, entre novembre 2008 et janvier 2009, révèle néanmoins que la vigilance est de mise chez les travel managers. «*Les entreprises vont sans doute encore améliorer leur maîtrise de ce poste de dépenses important*, poursuit Michel Dieleman. *Dans ce contexte, le rôle du travel manager est déterminant pour obtenir une bonne application de la politique voyages qu'il convient d'associer à une offre tarifaire de qualité, adaptée aux exigences des entreprises.*»

«Le rôle du travel manager est déterminant pour obtenir une bonne application de la politique voyages.»