



Boulogne-Billancourt, le 05 septembre 2017

**« Données : de la récolte à la valorisation »**  
Collection « LES DÉFIS DE LA MOBILITÉ EN ENTREPRISE »

L'association Française du Travel Management publie aujourd'hui son neuvième livre blanc, le second de la collection nommée « Les défis de la mobilité en entreprise » avec le soutien d'AirPlus International.

Après avoir analysé en profondeur le métier de *travel manager* dans le cadre de ses sept premiers livres blancs, l'AFTM dévoile aujourd'hui une nouvelle publication, « données : de la récolte à la valorisation », qui vient compléter la collection « Les défis de la mobilité en entreprise » créée en 2016. Celle-ci doit permettre de traiter des problématiques plus larges du fait de l'évolution du *travel management* vers le *mobility management* tout en s'inscrivant dans les évolutions technologiques et comportementales.

Pour télécharger le livre blanc 2017

[Cliquez ici](#)



**CE NOUVEAU LIVRE BLANC DE L'AFTM EST LE PREMIER OUVRAGE  
A TRAITER DE LA DONNÉE DES DEPLACEMENTS PROFESSIONNELS**

La donnée, la data, l'information, quelle qu'en soit la dénomination ou la forme est l'*alpha* et l'*omega* du *travel manager* ou de l'acheteur *travel*. Elle constitue une véritable richesse pour l'entreprise qui souvent, ne la maîtrise que partiellement.

### Qu'est-ce que la « donnée *travel* » ?

C'est une description factuelle et chiffrée d'une réalité, en l'occurrence, le déplacement d'un collaborateur depuis son point de départ jusqu'à la fin de sa mission. Les informations ainsi récoltées sont dépourvues d'analyse, de tout raisonnement ou encore de constatation. Censées être indiscutables, les « données *travel* » sont à la base d'une analyse qui permet d'étudier l'efficacité des outils et de mesurer le niveau d'adhésion aux différentes procédures internes, dont la politique voyage de l'entreprise.

---

L'enjeu de ce nouveau livre blanc de l'AFTM est double.

Le premier prérequis du responsable des déplacements professionnels est de disposer d'une information normée, compréhensible et répondant aux clés de lecture établies par l'entreprise.

Une fois la donnée récoltée et étalonnée, il convient de la raffiner. Pour cela, une seule solution qui vaille, la co-construction entre tous les maillons de la chaîne. À l'issue de ces traitements, **la donnée prend alors une « valeur future » et entre dans le coffre-fort des actifs stratégiques de l'entreprise. La donnée *travel* devient alors un véritable levier pour mieux acheter, dépenser, investir et prédire !**

Cette publication inédite de l'AFTM s'adresse à l'ensemble des acteurs, privés ou publics, intervenant dans la gestion des déplacements professionnels. **Éditée sous forme de « fiches pratiques et thématiques »**, le lecteur y trouvera des éclairages, des modèles d'organisation, mais aussi des recommandations permettant au décideur, comme au gestionnaire, de mettre en oeuvre des clés d'optimisation de la récolte et de l'analyse des données *travel*.

### NOUS TENONS A REMERCIER :



**Marjorie Chauty**  
Administratrice de l'AFTM  
Coordonnatrice du projet



**CBT Conseil**  
Cabinet spécialisé dans le *travel* et la finance  
Pour cette fructueuse collaboration, les  
recherches et l'expertise dans la conception et  
la rédaction du présent ouvrage



Une nouvelle fois, l'AFTM tient à remercier vivement **AirPlus International** pour cette précieuse contribution et pour son soutien indéfectible depuis la création de l'association.

A propos de l'AFTM :

*L'Association Française du Travel Management est la première association en France à représenter les responsables de la gestion des déplacements professionnels (travel managers, Acheteurs de voyages d'affaires, Chargé(e)s de voyages, Assistant(e)s...).*

*Présidée par Michel Dieleman et accompagnée par des partenaires de référence, l'AFTM a comme mission principale de mener à l'expertise des métiers complexes qui allient à la fois l'univers des achats, des technologies de l'information et des ressources humaines autour d'une compétence générale en matière d'organisation des déplacements professionnels. L'AFTM s'ouvre également aux nouveaux domaines connexes (restauration d'affaires, transports terrestres, flotte automobile...) qui doivent permettre à terme, le regroupement des fonctions liées aux déplacements professionnels au sein d'un même périmètre, le Mobility Management.*

**SUIVEZ-NOUS / CONTACT**

**Contact presse :** Morgane Gaujard, Chargée de marketing et webmarketing  
[morgane@aftm.fr](mailto:morgane@aftm.fr) - +33 (0) 1 55 20 94 14

