

Travel manager : du voyage à la mobilité

Si 2013 reste une année calme pour le voyage d'affaires, une grande mutation s'amorce : celle du management, ou "mobilité management". Le point avec Michel Dielement, président de l'Association Française des Travel Managers et directeur Travel Management Group chez Orange.

Malgré une légère reprise d'activité, la situation de crise n'est pas finie et les entreprises continuent de rationaliser et d'optimiser leurs dépenses en matière de voyage d'affaires. Avec une nuance : *"Globalement, l'activité est équivalente à celle de 2012, à plus ou moins 5 % selon les entreprises. Dans le cadre d'une stabilisation des budgets consacrés aux voyages d'affaires, certaines entreprises privilégieront le confort pour des voyages longs courriers à fort potentiel de business, en contrebalançant par le recours à des tarifs restrictifs sur les voyages courts et davantage de visioconférences et de télé-présence,* explique Michel Dieleman. *Ce sont des moyens de concilier les restrictions budgétaires et le confort nécessaire aux missions d'importance."* Ainsi, la crise ne signe pas l'arrêt de mort des classes business et pretium, bien au contraire : certaines compagnies aériennes augmentent même le nombre de sièges et la qualité du service dans les catégories supérieures, éléments fort de différenciation et concurrence. *"Cette politique s'accompagne de négociations plus dures entre les entreprises et les compagnies aériennes",* souligne le président de l'AFTM.

Visioconférence : encore des verrous

Néanmoins, le manque d'outils performants en matière de visioconférence et de télé-présence limite encore cette démarche de rationalisation. *"L'envolée annoncée de ces outils se fait attendre dans la mesure où ces technologies, parfois complexes, exigent encore un fort investissement et se confrontent à des habitudes bien ancrées, détaillent Michel Dieleman. Il faut absolument démystifier la réservation de la salle de visioconférence, et simplifier son usage. Dans l'idéal, il faudrait que la communication et les connexions entre équipes soient déjà opérationnelles au moment d'entrer dans la salle. Des verrous indéniables persistent, même dans des entreprises comme Orange bénéficiant d'une forte culture technologique."* En attendant, le low cost et le low-fare deviennent la norme pour les courts et moyens courriers, avec un effet collatéral pour le travail manager : la complication générée par les frais annexes (ancillaires).

Vers une simplification des outils

Ces frais - liés par exemple à l'enregistrement rapide, à la restauration, tex... - deviennent de plus en plus fréquents dans la mesure où ils ne sont désormais plus l'apanage des low cost. Leur gestion exige de définir une politique sur ce qui est autorisé ou non, face à un voyageur d'affaires pour qui les options représentent souvent la contrepartie d'un vol en low cost. Ces frais annexes demandent aussi d'adapter les outils de réservation et de gestion, évolution sur laquelle travaillent les éditeurs. *"La simplification des outils de gestion des déplacements professionnels est un chantier en cours, analyse Michel Dieleman. Les éditeurs de logiciel oeuvrent en ce sens, dans l'objectif d'élargir l'utilisation de leurs outils aux PME-PMI. Ces outils ne seront jamais aussi faciles d'accès que les sites de voyages privés (SNCF, Air France, Opodo, ets.) mais ils ingèrent les procédures de validation propres au voyage d'affaires. La simplification conduit aussi les éditeurs à concevoir de plus en plus des solutions qui gèrent à la fois des déplacements et les notes de frais, dans une logique plus globale du voyages d'affaires. Nous voyons poindre des solutions "porte à porte", qui prennent en compte jusqu'aux tickets de trains régionaux, de bus ou de métro pour se rendre à l'aéroport mais sans que cela soit vraiment abouti à ce jour."*

"Mobility management" : une vision holistique

Ce souk d'une vision globale élargit les oraisons du métier de travel manager, pour l'inscrire dans une démarche décloisonnée : c'est le "mobilité management", *"un terme auquel il va*

falloir sérieusement songer à s'habituer", prévoit l'AFTM, qui a consacré son dernier Livre Blanc à cette nouvelle notion. Déjà plus qu'un concept, le "mobilité management" a donné lieu à des créations de directions dans certaines grandes entreprises, à l'instar d'Orange, où elle rassemble cinq branches : travail management, gestion de la flotte automobile, outils de visioconférence et de téléprésence, événementiel et outils nomades (smartphone, tablettes, etc.). "Les enjeux de cette vision globale et transversale sont essentiels : il s'agit d'assurer la promotion des outils de mobilité les mieux adaptés aux besoins et aux attentes pour gérer précisément la politique de mobilité de l'entreprise, en conciliant la maîtrise des coûts, les exigences environnementales et le respect de la sécurité." En termes d'habitudes de travail, le travail manager devra considérer les synergies possibles entre le voyage d'affaires et les opportunités offertes par les autres branches de la mobilité. "La réussite du projet de mobilité management tient aussi à un travail de communication et d'information auprès des voyageurs, assure Michel Dielement. Le vivier de ces opportunités est très important."

Source : MAGAZINE CONQUERIR Numéro 134 - Novembre 2013