

# Voyage d'affaires, une année de transition

Bousculé par l'essor des technologies, alimenté par les attentes des voyageurs d'affaires et dans l'attente d'une évolution annoncée, le monde du voyage d'affaires prépare une mutation qui concerne aussi bien le voyageur que l'acheteur. Les prochains mois annoncent une petite révolution que ce soit dans le monde de l'aérien ou de la gestion des dépenses.



Avec un marché évalué par Epsa à 28 Mds d'€ en 2017, le voyage d'affaires poursuit gentiment sa croissance. Il devrait être à la hausse en 2018 pour atteindre 29,2 milliards d'euros. Les chiffres montrent que l'évolution de la dépense travel & expense a atteint 3,5 % cette année et devait progresser encore de 3,6 % en 2018. On sait désormais que 70 % des voyageurs d'affaires sont satisfaits de leur politique voyage, que 70 % d'entre eux ont déjà acheté un open booking et que 45 % des acheteurs affirment que le prix guide la travel policy de l'entreprise.

Contrairement aux idées reçues, le voyage d'affaires est loin d'être un long fleuve tranquille. L'évolution même des besoins économiques des entreprises en matière de déplacement professionnel associé à une maîtrise permanente des coûts, conduit lentement mais sûrement à une modification des habitudes et des process. Venant bousculer les enjeux, la technologie a permis d'apporter de nouvelles solutions en matière de réservation et devra dans les prochains mois s'adapter à la mise en place de la norme NDC (Nouvelle distribution des compagnies), véritable révolution dans la distribution du transport aérien.

Depuis cinq ans environ, chaque année est porteuse d'une nouvelle mode. Après « l'open booking » et le « door to door », le « bleisure » est venu s'agréger aux possibles attentes des voyageurs d'affaires. Cet angli-

cisme, contraction de Business et Leisure, incite les voyageurs à poursuivre à titre privé leur déplacement d'affaires. En moyenne, un ou deux jours de plus, souvent le weekend. 44 % des 897 répondants du baromètre de DéplacementsPros l'affirment : ils n'ont pas profité cette année d'un voyage d'affaires pour poursuivre un séjour à titre privé. Nous sommes loin des vagues de fond annoncées même si, lors d'entretiens privés, ils sont nombreux à regretter de ne pas pouvoir le faire. Et la raison est simple : sur un « one day trip », le temps est compté, et même pour un voyage de 36 heures avec une nuit sur place. « Il faudrait poursuivre sur un week-end », explique Amédée Jorjex, commercial dans l'agroalimentaire, qui ajoute « Dans mon entreprise, le vendredi est le jour du bilan de la semaine. Pas question de ne pas être là à ce moment ». Et les modes se suivent... Sans se ressembler.

2018 sera l'année de l'intelligence artificielle où ne sera pas. Et l'on attend beaucoup de ses capacités que ce soit pour la gestion de profils qui permettra un meilleur calcul du retour sur investissement ou pour l'optimisation des déplacements professionnels en fonction des résultats acquis par les clients visités. Les idées d'applications ne manquent pas pour cette technologie à mi-chemin entre un outil quotidien d'aide à la décision et un système d'audit d'une finesse encore

inégalée aujourd'hui. On le comprend mieux, après les visions sociologiques, c'est autour de la technologie de prendre le pas dans le monde du voyage d'affaires.

## Techno en avant toute

Technophile les voyageurs d'affaires français ? Oui mais... Selon une étude réalisée pour Travelport auprès de 11 000 personnes dans 39 pays. Le constat est sans appel : les voyageurs d'affaires français sont bien moins connectés que leurs collègues indiens, chinois ou indonésiens. Bien qu'ils ne soient pas dans le Top 10, les Français ne délaissent pas leur téléphone pendant leur voyage. Plus de la moitié (52 %) déclarent qu'ils seraient complètement perdus sans lui. 69 % pensent également que les cartes d'embarquement numériques facilitent le voyage, contre 71 % au niveau mondial. 54 % indiquent qu'une expérience en ligne agréable est importante lors du choix d'une compagnie aérienne et que ça les aide à se décider. 45 % des voyageurs d'affaires de l'Hexagone s'appuie sur un « corporate Booking Tool ».

Et cette technologie, engendrent naturellement des choix au moment de réserver un avion ou un hôtel. Il n'est donc pas surprenant que 71 % des sondés de l'Hexagone déclarent que le wifi gratuit est un facteur indispensable lors du choix de l'hébergement. Près de 66 % se disent tentés par des compagnies aériennes qui offrent le wi-fi à bord de leurs avions. Paradoxe de cette