AirPlus INTERNATIONAL

C O M M U N I Q U É D E P R E S S E

2013: les pays non UE attendent presque deux fois plus de voyages d'affaires que les pays de l'UE

Cette conclusion et d'autres encore sont tirées d'un sondage distinct d'AirPlus auprès d'experts sur les questions et les tendances en matière de voyages d'affaires, sondage qui a été réalisé en ligne avec 270 gestionnaires de voyages de treize pays de l'UE et de onze nations ne faisant pas partie de l'Union Européenne. Des différences significatives apparaissent entre les deux groupes interrogés.

Zurich, le 20 juin 2013 – Comparativement à 2012, les pays non UE attendent un nombre plus élevé de voyages d'affaires pour l'ensemble de l'année 2013. Et c'est ainsi que les gestionnaires de voyages d'Australie, du Brésil, de la Chine, de l'Inde, du Canada, du Mexique, de la Russie, de Singapour, de la Turquie, des Etats-Unis et de l'Afrique du Sud s'attendent à une augmentation des voyages de 63%. Leurs collègues des pays européens interrogés tels que la Suisse, la Belgique, le Danemark, l'Allemagne, la Finlande, la France, la Grande-Bretagne, le Luxembourg, le Pays-Bas, la Norvège, l'Autriche, la Suède et l'Espagne s'attendent en revanche à une croissance de 33% seulement.

Presque la moitié (49%) des gestionnaires de voyages des pays de l'UE s'attend à un nombre de voyages aussi élevé qu'en 2012. Seuls 16% des personnes interrogées dans les deux groupes croient qu'il y aura moins de voyages par rapport à l'année précédente. Ces pronostics doivent être attribués aux différents taux de croissance concernant le produit intérieur brut. Car, en cas de chiffres positifs du PIB, le nombre de voyages d'affaires augmente aussi de même que l'attente d'un accroissement des voyages d'affaires. Et, dans les pays asiatiques, latino-américains et sud-africains, le produit intérieur brut croît en comparaison beaucoup plus fortement qu'en Europe. C'est ce qu'attestent les derniers chiffres du Fonds monétaire international (FMI) dont les pronostics pour l'année en cours au sein de l'UE affichent une croissance de 0% tandis que dans les pays nouvellement industrialisés et les pays émergents on s'attend à une croissance de 5,3% et, dans les pays non UE, de 1,2% tout de même.

Une plus longue durée des voyages dans les pays non UE

En ce qui concerne la durée des voyages, on observe également des différences: tandis que la majorité des entreprises en Europe ne s'attend à aucun changement pour ce qui est de la durée des

voyages, 32% des gestionnaires de voyages des pays non UE croient que la durée des voyages va se prolonger. Dans les pays de l'UE, seuls 8% des personnes interrogées pensent ainsi. La majorité des gestionnaires de voyages européens (69%) prévoit une durée des voyages semblable à celle de 2012.

Les entreprises avec moins d'affaires voyagent davantage

Par rapport à 2012, les gestionnaires de voyages au sein d'entreprises ayant moins de dépenses de voyages s'attendent pour 2013 à une augmentation du nombre des voyages d'affaires. 45% des personnes interrogées pronostiquent en l'occurrence une croissance. Dans les entreprises qui ont déjà des dépenses élevées, seules 16% voient les choses ainsi. Aussi n'est-il pas étonnant également que presque un tiers (32%) de toutes les entreprises ayant des dépenses élevées pour les voyages d'affaires s'attend pour 2013 à un nombre de voyages moins important.

Les technologies mobiles bien établies – les réseaux sociaux de loin pas encore

Telles sont les tendances qui ont déjà prévalu auprès de 70% des entreprises interrogées de l'industrie des voyages: 82% des entreprises utilisent pendant le voyage les technologies mobiles pour l'enregistrement en ligne, les cartes d'embarquement ou les modifications des plans de voyage. 76% utilisent les outils de réservation en ligne ou les ressources pour le décompte des frais de voyage et 72% des gestionnaires de voyages interrogés affirment qu'ils veillent à la consolidation des données afin d'améliorer et de garantir le management et l'approvisionnement.

L'instauration d'une plus grande durabilité dans les voyages d'affaires est déjà reconnue dans une large mesure comme une tendance mais pas encore très répandue au sein de la branche (au moins 20% des personnes interrogées utilisent les instruments). Parmi ceux-ci l'incitation à entreprendre davantage de voyages virtuels ou à choisir des hôtels écologiques (39%). 49% des personnes interrogées considèrent que la tendance va vers une prise en compte du bien-être du voyageur – qu'il s'agisse de garantir la sécurité via le suivi des voyages ou de s'assurer que le voyageur arrive à destination en bonne forme (pas l'hôtel le meilleur marché, de bonnes liaisons aériennes, etc.). 54% des gestionnaires de voyages considèrent l'approvisionnement comme important pour les décisions budgétaires; par exemple lors de négociations avec les fournisseurs de services ou lors du renouvellement de contrats. Et tout de même 23% des personnes interrogées utilisent déjà le

support client virtuel sur les pages Internet via ce qu'on appelle des avatars qui offrent tout de suite une aide et peuvent répondre individuellement en ligne à des questions.

Parmi les tendances qui sont actuellement utilisées au sein de la branche des voyages par moins de 20% des entreprises, il y a la communication entre le gestionnaire de voyages et le voyageur via les réseaux sociaux pendant le voyage, comme par exemple la modification des plans de voyage. Toutefois, 51% des personnes interrogées ont déjà reconnu les réseaux sociaux comme tendance. 49% des personnes interrogées considèrent en outre comme susceptibles d'être développées les plates-formes de réseaux sociaux internes, dans lesquelles le voyageur peut partager avec d'autres sur l'Intranet des informations telles que les réactions concernant les hôtels. Cela vaut aussi pour le paiement de petites sommes via les smartphones pendant le voyage d'affaires (33%). Ces chiffres sont dus au fait que le thème des réseaux sociaux a certes fait l'objet d'un important battage publicitaire dans les médias mais qu'il n'est utilisé de manière intensive que dans le domaine du B2C. Le secteur du B2B est en revanche plutôt conservateur en raison aussi du fait de la moyenne d'âge des voyageurs et des gestionnaires de voyages. Ceux-ci sont en règle générale plus âgés et de ce fait pas très enclins à utiliser Internet. Dans les entreprises qui comptent une part importante de jeunes voyageurs, la pondération est souvent différente – le thème des réseaux sociaux est ici également beaucoup plus fortement intégré dans l'entreprise.

AirPlus International:
AirPlus est un prestataire international majeur de solutions pour la gestion courante des voyages d'affaires. Plus de 40'000 entreprises clientes s'en remettent à AirPlus pour le paiement et l'analyse de leurs frais de voyages professionnels. Les produits et solutions de l'entreprise sont exploités dans le monde sous la marque AirPlus International. L'AirPlus Company Account est le compte de facturation centralisée sur la base de l'UATP qui connaît le plus de succès. Informations complémentaires sur www.airplus.com.

Pour les médias:

AirPlus International AG
Tobias Frei
Tél: +41 (0)43 210 37 50
E-Mail: tfrei@airplus.com

Primus Communications S.à.r.l.
Nina Aryapour
Tél: +41 (0)44 421 41 25
nina.aryapour@primuscommunications.ch