

8.5. Voyager pour affaires : oui, mais pas à n'importe quel prix !

Les études sont unanimes : même si le voyage d'affaires a clairement subi la crise de plein fouet, les déplacements professionnels restent de rigueur dans la plupart des entreprises, petites et grandes. Pour concilier rationalisation des coûts et stratégie de développement, les entreprises redéfinissent néanmoins leur politique voyages. Le mot d'ordre consiste désormais à voyager à moindre coût tout en garantissant un meilleur retour sur investissement.

LE TOURISME D'AFFAIRES s'est métamorphosé au cours de ces dernières années. Sous l'effet de la mondialisation, les entreprises ressentent de plus en plus le besoin d'opérer à l'international et leurs besoins en déplacements ne cessent de croître. La crise économique n'a dès lors pas encore sonné le glas des voyages d'affaires. Et pour cause : la grande majorité des entreprises (83% selon American Express Voyages d'Affaires) considère les dépenses de voyages comme indispensables au développement commercial de l'entreprise. Les rendez-vous face à face sont en effet essentiels pour construire des relations professionnelles solides et garantir une bonne communication avec ses interlocuteurs à l'étranger. Un congrès en bord de mer, un salon dans un monument historique, une réunion à proximité d'un parcours de golf, un séminaire aux pieds des pistes de ski, toutes les combinaisons sont possibles pour provoquer les rencontres entre partenaires d'affaires, former, motiver ou stimuler une équipe.

Hélas, il n'en reste pas moins que de telles escapades coûtent cher aux entreprises, qui, dans la conjoncture actuelle, se sont justement lancées dans la chasse au gaspi. De plus, la hausse du prix du carburant n'arrange rien et se traduit par une augmentation croissante du prix des vols, ce qui se répercute sur le coût des voyages professionnels. C'est pour cette raison que votre patron vous a sans doute demandé de limiter vos déplacements. Sachez qu'il n'est pas le seul: le mouvement a été généralisé. Selon le baromètre annuel American Express Voyages d'Affaires, effectué auprès de plus de 300 entreprises européennes, en 2009, 66% d'entre elles ont réduit leur budget voyages, 23% l'ont laissé stable et seulement 11 % l'ont augmenté. Les grands groupes ont réduit leurs dépenses voyages d'environ 50% et les PME de 20%. Le budget moyen d'un déplacement professionnel qui avoisinait les 800 euros avant la crise, est aujourd'hui de 200 à 350 euros.

Pourtant, si l'on en croit le cabinet britannique Oxford Economics, il semblerait que la réduction des voyages d'affaires soit une erreur fondée sur un manque de compréhension des bénéfices à long terme générés par les contacts établis en allant à la rencontre des clients et/ou prospects. Le retour sur investissement des voyages d'affaires établi par Oxford Economics se calcule ainsi: pour chaque dollar investi en voyage d'affaires, une entreprise enregistre en moyenne une croissance de ses revenus équivalente à 12,50 dollars. Au fil du temps, le voyage d'affaire est ainsi devenu pour les entreprises un investissement d'intérêt économique, nécessaire à leur développement. Aujourd'hui, même pour une PME, il est impossible de conduire des affaires sans se déplacer. Les professionnels doivent être mobiles pour conquérir des marchés, fidéliser des clients, rencontrer des prestataires et des fournisseurs. En outre, la population des voyageurs d'affaires s'est démocratisée. A côté du directeur général, le cadre commercial mais aussi l'ingénieur technique sont amenés à voyager. Et si des technologies, comme la visioconférence, permettent de supprimer certains déplacements, rien ne vaut le contact direct.

Vers un contrôle des dépenses renforcé

Si les entreprises n'ont pas encore réalisé systématiquement des coupes drastiques dans les budgets alloués aux voyages d'affaires, elles sont néanmoins plus rigoureuses quant aux dépenses engagées. Ainsi, pour s'assurer que le budget voyages relève d'avantage de l'investissement que du coût, elles mettent en place des stratégies visant à établir une notion de retour sur investissement. Certains déplacements jugés non stratégiques se voient ainsi annulés; d'autres - notamment ceux s'inscrivant dans le cadre de la stratégie commerciale de l'entreprise - sont maintenus mais mieux encadrés en termes de budgétisation.

La diminution de la fréquence des déplacements professionnels est donc une première conséquence de cette nouvelle stratégie.

Des comportements de voyages en évolution

Alors que les grandes entreprises ont nettement réduit le nombre de leurs déplacements, en privilégiant notamment la vidéoconférence, les PME ont, quant à elles, plutôt fait le choix de réduire le budget de chaque déplacement. Les méthodes pour y parvenir varient d'une entreprise à l'autre. Mais d'une manière générale, la tendance est à voyager différemment: les billets de la classe font désormais partie du passé. De plus en plus d'entreprises privilégient les billets non flexibles, les compagnies low cost et anticipent davantage leurs déplacements. Le développement du rail et des lignes à grande vitesse offre aussi aux voyageurs une nouvelle alternative moins onéreuse en matière de transport. L'évolution de ce comportement concerne également l'hébergement. Les catégories de chambres sont descendues en cascade. Et c'est le haut de gamme, hors palaces, qui a le plus souffert. La tendance est à la baisse de la durée du séjour moyen pour les voyages de plus de deux nuits. La montée du « one day travel », avec des départs tôt le matin et des retours en fin de journée, enregistre ainsi une croissance importante ces dernières années. C'est donc incontestablement l'organisation des voyages qui a fait l'objet d'une évolution certaine.

Nouvelle stratégie des PME : voyager intelligent

Une chose est sûre: malgré la crise économique et le développement d'outils de communication à distance, tels que la visioconférence, les PME continuent de voyager. Mais leurs déplacements sont désormais très étudiés et toujours nécessaires au développement de leur activité et d'une relation client de proximité. Par ailleurs, si elles autorisent encore leurs collaborateurs à se déplacer, les PME ont néanmoins changé leur comportement en matière de voyages. Plutôt que de diminuer drastiquement le nombre de leurs déplacements, elles tendent plutôt à voyager moins cher et plus intelligemment. Elles étudient rigoureusement les coûts et le retour sur investissement des déplacements et mettent l'accent sur la justification économique de leur pertinence. Cette rationalisation des dépenses de voyages d'affaires suppose aussi l'établissement de règles strictes à cet égard. Ainsi, les entreprises du mid market n'ayant pas encore de politique voyage d'affaires clairement définie commencent à se pencher sérieusement sur la question, tandis que les autres tendent d'adapter leur politique à la conjoncture actuelle, notamment en renégociant leurs tarifs avec les fournisseurs. Toujours dans le souci de minimiser les dépenses, les PME incitent de plus en plus leurs employés à opter pour le one day travel.

Top 10 des destinations d'affaires: Londres détrône Paris

Dans le top 10 des destinations d'affaires les plus fréquentées par les voyageurs d'affaires du Benelux en 2009, établi par BCD Travel, Londres prend la tête du classement, suivi de Paris, Francfort, Munich, Milan, Copenhague, Zürich, Vienne, Madrid et Barcelone. New York redevient la première destination hors Europe, talonnée par Dubaï, Singapour, Istanbul, Moscou, Shanghai, Hong Kong, Pékin, Manille et Johannesburg. On constate une forte représentation des pays du Golfe auprès des voyageurs belges et des pays asiatiques auprès des Néerlandais.

Pascale Tant
PME-KMO Business Magazine
N° 290 – Juin 2010