

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Voyages d'affaires: la sécurité des données et le développement durable sont les tendances les plus marquantes

Les voyageurs d'affaires ont une longueur d'avance sur les gestionnaires de voyage quant à l'identification des tendances en matière de voyages d'affaires. Cette lacune devrait être comblée: telle est l'une des conclusions clés de la 11^{ème} International Travel Management Study d'AirPlus.

Zurich, le 16 août 2016 – En ce qui concerne les tendances dans le segment des voyages d'affaires, les gestionnaires de voyages et les voyageurs d'affaires des 24 marchés d'AirPlus ne partagent pas la même opinion. C'est ainsi que, dans le monde, davantage de gestionnaires de voyages (43%) sont d'avis que les questions de sécurité des données, de globalisation, de réseaux sociaux, de «big data», d'économie de partage et de voyages écologiques sont des tendances nouvelles et en pleine croissance. 47% des voyageurs d'affaires considèrent plutôt que ces tendances – à l'exception des voyages relevant du développement durable – sont, aujourd'hui déjà, à l'ordre du jour. Interrogés sur l'utilisation de possibilités de paiement virtuelles et mobiles, sur le recours aux applications concernant les voyages d'affaires et le comportement en matière de voyages de la jeune génération, les voyageurs d'affaires (75%) sont plus nombreux que les gestionnaires de voyages (62%) à s'attendre à des retombées sur les activités de voyages d'affaires.

Les gestionnaires de voyages doivent déceler les tendances

Il s'agit indubitablement d'estimations subjectives, mais ces dernières, en raison des différences observées dans la perception de ces tendances, devraient tirer la sonnette d'alarme chez les gestionnaires de voyages. Ceux-ci – précisément dans le secteur technique – anticipent-ils les changements plus lentement que leurs collègues qui voyagent? Cette lacune devrait être comblée: telle est l'une des conclusions de la 11^{ème} International Travel Management Study d'AirPlus.

De nos jours, l'un des plus grands défis dans le segment des voyages d'affaires est que les voyageurs ont à leur disposition les outils appropriés non seulement pour la réservation mais aussi, par exemple, pour le paiement et la communication, de manière à ce qu'ils puissent agir dans le cadre des directives de leur entreprise en matière de voyages. A cette fin, les gestionnaires de voyages doivent connaître les dernières tendances, sans quoi les voyageurs feront appel aux moyens techniques de leur environnement privé, lesquels répondent certes mieux à leurs besoins, mais ne sont pas toujours compatibles avec les directives des entreprises.

Le paiement virtuel et mobile progresse dans le monde entier – réticences en Suisse?

Environ trois cinquièmes des 847 gestionnaires de voyages et trois quarts des 1158 voyageurs d'affaires interrogés dans le monde sont d'avis que les solutions de paiement virtuelles et mobiles ont

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

des retombées sur le segment des voyages d'affaires. Les experts considèrent que le recours aux cartes de crédit virtuelles va encore s'accroître à l'avenir en raison des possibilités d'utilisation et de contrôle ciblées. Grâce à des entreprises telles que Apple, Google ou Samsung, les solutions de paiement mobiles sont utilisées aujourd'hui déjà dans la vie privée de tous les jours. Tant les voyageurs (76%) que les responsables des voyages (61%) s'attendent par conséquent à ce que la technologie ait aussi à l'avenir de l'influence sur les voyages d'affaires.

Les gestionnaires de voyages ont des avis divergents en ce qui concerne la jeune génération des voyageurs d'affaires – 27% d'entre eux seulement s'attendent à ce que d'importants changements soient induits par les représentants de la «génération du millénaire». Le débat est connu: une partie des gestionnaires de voyages est d'avis que les jeunes devraient avoir davantage de liberté quant au lieu et à la manière dont ils réservent les voyages. D'autres estiment que les plus jeunes voyageurs devraient suivre les mêmes directives que leurs collègues plus âgés.

En Suisse, l'on manifeste des réticences concernant ces tendances. 18% seulement des gestionnaires de voyages s'attendent à ce que les solutions de paiement virtuelles aient des retombées sur les voyages d'affaires. C'est la valeur la plus faible parmi les pays de l'Europe occidentale qui ont été sondés. On observe une situation identique pour ce qui concerne les solutions de paiement mobiles – 23% des Suisses seulement s'attendent à des retombées plus importantes (moyenne de l'Europe occidentale : 32%).

D'une part, étant donné qu'en Suisse on utilise encore de l'argent liquide pour les paiements, cette attitude des gestionnaires de voyages est compréhensible. D'autre part, 44% des voyageurs d'affaires suisses considèrent que les solutions de paiement tant virtuelles que mobiles auront à l'avenir d'importantes retombées sur leurs voyages d'affaires. C'est une fois de plus la valeur la plus élevée parmi les pays de l'Europe occidentale. Les voyageurs mettront-ils ainsi un terme à la «mentalité de l'argent liquide» en Suisse?

La sécurité des données et les voyages écologiques sont les tendances à la hausse les plus marquantes

Dans le monde, la sécurité des données est, de l'avis des gestionnaires de voyages (54%), la tendance qui connaît la croissance la plus rapide. Cette attitude a gagné en importance ces dernières années, par exemple en raison des doutes concernant l'espionnage économique, la surveillance financée par l'Etat ainsi que l'invalidation de l'accord du Safe Harbor entre l'UE et les Etats-Unis. La globalisation (52%) reste un thème d'actualité pour les gestionnaires de voyages – ceux-ci s'attendent par conséquent, à l'avenir aussi, à une augmentation des activités de voyages et à des dépenses plus élevées (voir la première partie de l'International Travel Management Study). La tendance la plus marquante chez les voyageurs d'affaires est celle des voyages écologiques (45%). Cela amène à poser la question de savoir si cette tendance, en dépit de la globalisation et de l'augmentation de

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

l'activité en matière de voyages qui en découle, pourrait agir comme un frein sur leur comportement concernant les voyages.

En Suisse également, la majorité des gestionnaires de voyages (64%) accorde une importance accrue à la sécurité des données (54% dans le monde). Ceci atteste que la Suisse est un pays possédant une culture très marquée en matière de sphère privée et des lois très sévères quant à la protection des données. Ces dernières années, les entreprises suisses ont vérifié de plus en plus où les données de leurs voyageurs d'affaires étaient stockées et comment elles étaient protégées. De nos jours, les entreprises suisses partent souvent du principe que les données sont stockées en Suisse ou dans l'UE. Les réseaux sociaux sont un sujet qui gagne également en importance pour 61% des gestionnaires de voyages suisses (moyenne en Europe occidentale: 47%). La question que doivent désormais se poser les gestionnaires de voyages est celle de savoir comment l'utilisation très importante du smartphone et les possibilités offertes par les réseaux sociaux peuvent être exploitées dans le secteur des voyages d'affaires.

La globalisation est une autre tendance que 87% des responsables de voyages suisses ont déjà décelée ou dont ils pensent qu'elle va continuer à progresser. Compte tenu des nombreuses entreprises multinationales en Suisse, ces attentes ne sont toutefois que peu surprenantes.

L'International Travel Management Study d'AirPlus a été effectuée pour la onzième fois déjà et est considérée comme le baromètre de la branche des voyages d'affaires. Pour la deuxième partie de la récente étude, l'entreprise internationale d'étude de marché 2hm a interrogé au total, en automne 2015, 874 gestionnaires de voyages et, pour la première fois, également 1158 voyageurs d'affaires dans 24 pays.

AirPlus International:

AirPlus est un important prestataire international de solutions pour la gestion quotidienne des voyages d'affaires. Plus de 46'500 entreprises clientes misent sur AirPlus pour le paiement et l'évaluation de leurs voyages d'affaires. Les produits et prestations sont distribués dans le monde entier sous la marque AirPlus International. Le Company Account d'AirPlus est le système de facturation le plus performant au sein de l'UATP. Informations complémentaires sur www.airplus.com.

Contact:

AirPlus International SA
Tobias Frei
Téléphone: +41 (0)43 210 37 50
E-mail: tfrei@airplus.com

PrimCom
Simon Benz
Téléphone: +41 (0)44 421 41 21
E-mail: s.benz@primcom.com