

Enquête mondiale de CWT : en 2011 les acheteurs continueront à privilégier les économies tout en améliorant l'expérience des voyageurs

Si les mesures d'économies restent la première de leurs priorités, les entreprises prévoient également d'améliorer l'expérience des voyageurs et la sécurité

PARIS, 24 janvier 2011 — D'après l'enquête annuelle que Carlson Wagonlit Travel (CWT), un leader mondial spécialisé dans la gestion des voyages d'affaires, a réalisée auprès de ses clients, le meilleur respect de la politique par les voyageurs, le renforcement de l'adoption en ligne, la recherche d'économies sur les transports terrestres et aériens et l'optimisation des dépenses hôtelières représentent les quatre priorités principales des acheteurs de voyages en 2011. À côté de ces mesures d'économies, plus de 30 % des acheteurs de voyages ont désigné l'amélioration de l'expérience des voyageurs et/ou les questions de sécurité comme d'autres domaines prioritaires pour cette année. Les résultats sont disponibles dans un rapport publié par CWT qui expose également les événements importants pour le marché du voyage d'affaires et produit des conseils sur la mise en œuvre des programmes voyages.

Le rapport **Les priorités 2011 de la gestion des voyages : Au cœur de la reprise** est la troisième enquête annuelle de CWT consacrée aux principales priorités des acheteurs de voyages pour l'année à venir. Réalisé fin 2010, il présente les résultats d'une enquête effectuée auprès d'environ 200 professionnels de la gestion des voyages du monde entier. Le graphique suivant montre les principales priorités des acheteurs de voyages pour 2011, par ordre d'importance décroissante :

Importance	Priorité
1	Renforcer le respect de la politique voyages
2	Optimiser l'adoption en ligne
3	Augmenter les économies sur le transport aérien et terrestre
4	Optimiser les dépenses hôtelières
5	Améliorer l'expérience du voyageur
6	Optimiser la politique voyages
7	Développer des indicateurs clés de performance
8	Traiter les besoins en matière de sécurité
9	Accroître la consolidation du programme voyages
10	S'attaquer aux réunions et événements
11	Rendre le programme voyages plus respectueux de l'environnement

Source : CWT Travel Management Institute

Basé sur une enquête réalisée auprès de 187 gestionnaires de voyages dans le monde, septembre – novembre 2010

Le rapport de CWT revient également sur les événements majeurs qui auront un impact sur les programmes voyages au cours de l'année à venir. La hausse des coûts dans les principaux domaines de la gestion des voyages sera particulièrement problématique pour les acheteurs, notamment :

- Dans l'ensemble, les tarifs **aériens** devraient relativement augmenter suite à la majoration des tarifs de base et des suppléments, à la hausse et l'ajout des frais annexes et à l'apparition de nouvelles « écotaxes » dans certains pays.
- Globalement, les tarifs **hôteliers** seront en hausse, avec des écarts importants selon la région et la ville, ainsi que selon les catégories de service.
- En matière de **transport terrestre**, les voyages en train devraient coûter plus cher, la hausse restant néanmoins limitée sur les trajets subissant la concurrence directe de l'avion. Pendant ce temps, les tarifs des véhicules de location demeureront stables sur certains marchés, en raison des contrats d'entreprise à long terme négociés pour acquérir et conserver la clientèle des professionnels.
- Avec la reprise de l'activité des **réunions et événements**, les fournisseurs seront moins enclins à proposer des remises significatives aux organisateurs. Pour réaliser des économies, davantage d'entreprises devront mettre en œuvre un programme stratégique de gestion des réunions.

« Les multiples interruptions de voyages liées à des événements d'origine naturelle, politique et à d'autres causes externes survenues l'année dernière ont donné un sens nouveau à l'expression "forçat de la route" », explique Cathy Voss, Executive Vice President, Global Program Solutions. « Nous sommes tous de plus en plus conscients des contraintes que peut subir le voyageur d'affaires. En 2011, les entreprises vont faire appel à des technologies permettant d'améliorer l'expérience des voyageurs et rechercheront des moyens supplémentaires de garantir la sécurité. » Parallèlement, Mme Voss reconnaît que les acheteurs seront encore tenus de limiter la hausse du budget voyages de leur entreprise. Bien que cette mission s'apparente à un véritable casse-tête en raison des nombreuses augmentations tarifaires identifiées par CWT dans son rapport, Mme Voss rappelle qu'un programme voyages bien géré peut limiter ces surcoûts de bien des manières. En définitive, la gestion efficace des voyages sera plus importante que jamais en 2011.

Il est probable que la plupart des programmes voyages se voient opposer des hausses de tarifs, ce qui va durcir les négociations à peu près partout. De plus, CWT prévoit des difficultés récurrentes pour les acheteurs de voyages, car les derniers événements dans le secteur de la distribution laissent planer une incertitude sur la possibilité d'accéder efficacement aux données des compagnies aériennes, et donc sur la maîtrise des coûts dans ce secteur. Comme toujours, il est recommandé aux acheteurs de voyages, lors de leurs discussions avec les fournisseurs préférés, de regarder au-delà du prix et de prendre en compte d'autres facteurs, par exemple les frais annexes appliqués par de nombreux hôteliers, transporteurs terrestres et compagnies aériennes, les clauses de dernière chambre disponible et les pratiques des fournisseurs en termes de développement durable.

Vous pouvez télécharger le rapport complet *Les priorités 2011 de la gestion des voyages : Au coeur de la reprise* sur www.carlsonwagonlit.com.

Méthodologie de l'enquête

L'enquête de CWT sur les priorités 2011 de la gestion des voyages a été réalisée de septembre à novembre 2010, auprès de 187 acheteurs de voyages de 56 entreprises ayant des activités dans le monde entier. CWT a pondéré les résultats bruts pour tenir compte du classement effectué par les acheteurs de voyages (leurs cinq priorités principales) et de la fréquence à laquelle chaque domaine prioritaire ou mesure spécifique était cité.

À propos de Carlson Wagonlit Travel

Carlson Wagonlit Travel (CWT) est un leader mondial spécialisé dans la gestion des voyages d'affaires. Présent dans plus de 150 pays, CWT sert les entreprises de toutes tailles, ainsi que les administrations et les organisations non gouvernementales. En s'appuyant sur l'expertise de ses équipes et sur des technologies de pointe, CWT aide ses clients à dégager une meilleure valeur de leur programme voyages en termes d'économies, de service, de sécurité et de développement durable. L'entreprise fournit également service et assistance de qualité à leurs voyageurs. Les services et solutions de CWT sont organisés en quatre lignes : Services aux voyageurs et gestion des transactions, Optimisation de programme, Sécurité, Réunions et événements. En 2009, son volume d'affaires a atteint 21,4 milliards de dollars US pour ses filiales à 100 % et ses joint-ventures. Pour plus d'informations, visitez notre site Web global www.carlsonwagonlit.com.

Contact médias :

Céline Rouilly

Carlson Wagonlit Travel
+33 (0)1 41 33 67 88
crouilly@carlsonwagonlit.fr

Camille Benguigui

Une Affaire de Presse...
+33 (0)6 71 87 57 30
camille@uneaffairedepresse.com

