

Les Echos SPÉCIAL

VOYAGE D'AFFAIRES

TRANSFORMATION // Les habitudes des voyageurs d'affaires ont fortement évolué sous l'impulsion du numérique. Dans les entreprises, les start-up et les offres alternatives révolutionnent la gestion des déplacements professionnels.

La gestion des voyages d'affaires bousculée par les technologies

Julie Le Bolzer

Last call pour le travel management à l'ancienne... L'époque où les voyageurs d'affaires partaient avec une pile de vouchers est bel et bien révolue. Sous l'impulsion du numérique, ces voyageurs ont pris en main leurs déplacements. Désormais, c'est eux qui choisissent. Et pas forcément les offres traditionnelles ni celles négociées par leur entreprise. « A Lyon, pour le Salon Pollutec, j'ai opté pour un appartement à 200 mètres du métro. J'ai jugé que c'était plus pratique pour mes déplacements. Surtout, plus chaleureux qu'un hôtel », reconnaît, par exemple, Clément Philizot, responsable commercial de Bermplast. Ce point de chute, il l'a trouvé sur MagicStay, un site de réservation d'hébergements alternatifs dédié aux voyages d'affaires.

Avec huit autres start-up françaises (*), MagicStay a créé Alliance Biz Travel, une seule et même plateforme où sont disponibles des solutions complémentaires : location d'appartements ou de salles de réunion, VTC, covoiturage, repas d'affaires, gestion des frais, réseau social d'entreprise, indemnisation... Un même credo unit tous les acteurs de ce consortium : l'expérience utilisateur ou « user experience » (UX). Celle-ci concerne d'abord l'outil numérique. « Nous nous attachons à proposer des interfaces simples, fluides et transparentes. C'est un atout différenciant », estime Arnaud Katz, CEO et cofondateur de Bird Office, site de location de salles de réunion.

Chez Uber France, il est fréquent que les collaborateurs fassent appel à Bird Office. En ayant la main. « De façon autonome, les opérationnels réservent des salles de la taille de leur

choix, pour une journée, une demi-journée ou une paire d'heures, en fonction de leurs besoins, explique Matthieu Faure, directeur marketing France d'Uber. Cette solution a plusieurs avantages : c'est très rapide, il arrive qu'on demande une salle la veille pour le lendemain ; la facturation est centralisée ; et puis c'est une offre proposée par une start-up, donc nous parlons le même langage. » En effet, les codes sont identiques : une ergonomie dynamique, une information clairement identifiable, une simplicité d'usage...

Simplification des process

L'UX porte également sur le service. « L'une des propositions de valeur des start-up du voyage d'affaires est d'allier qualitatif avec optimisation des coûts », observe Yves Weisberger, cofondateur de SnapCar, un service de VTC. En réduisant les intermédiaires, les membres d'Alliance Biz Travel entendent simplifier les process mais aussi et surtout faire baisser les prix : sur certaines prestations, le site promet 50 % d'économies.

Au-delà de l'aspect financier, les start-up gagnent des parts de marché parce qu'elles apportent des solutions innovantes à des besoins qui ont considérablement évolué. Le voyageur d'affaires du XXI^e siècle a adopté de nouveaux comportements. Ultraconnecté, il mixe professionnel et personnel, et est sans cesse en quête de réseau. « Je suis en demande de savoir qui vient dans ma ville ou qui réside là où je compte me rendre. Grâce à la plateforme hubtoobe, je peux contacter la personne et lui proposer d'aller prendre un verre », remarque Nolwenn Germain, Française résidente en Grande-Bretagne et membre du club Business and Professional Women UK.



Sous l'impulsion du numérique, les voyageurs ont pris en main leurs déplacements. Photo Shutterstock

Même les acteurs historiques du déplacement professionnel intègrent ces nouveaux usages. Carlson Wagonlit Travel (GRT) a ainsi créé l'outil Travel Gamification, jeu qui incite le voyageur à opter pour la solution la moins coûteuse. Une solution de coconstruction appréciée des voyageurs, car comme le souligne Thibault de Guillebon, CEO et fondateur de hubtoobe : « ceux-ci recherchent la transparence, et ils veulent éprouver un sentiment de liberté ». Et aussi parce que les voyages sont appréciés. Selon une étude de Booking.com Business, un quart des salariés français accepteraient un salaire inférieur en échange de voyages d'affaires plus fréquents.

* AirRefund, Bird Office, Business Table, Expensya, hubtoobe, MagicStay, Roaming By Me, SnapCar et TravelEnsemble.

Le chiffre clef

60 %

DE HAUSSE CHEZ AIRBNB
Entre 2015 et 2016, le montant dépensé par les voyageurs professionnels sur le site de réservation Airbnb a progressé de 60 %, et le nombre de voyageurs de 59 %. Ce chiffre est issu de l'analyse des notes de frais des clients de Concur au Royaume-Uni, en France et en Allemagne.

Les voyageurs d'affaires, cibles de nombreuses start-up



TravelEnsemble se voit en « BlaBlaTaxi »
Comment adapter le modèle du covoiturage au déplacement professionnel ? TravelEnsemble propose une plateforme de réservation et de partage de trajets en communauté fermée (en intraentreprise pour les grands comptes, en interentreprises pour les PME d'une même zone d'activité). « Nous mettons les collaborateurs en relation, nous réservons les taxis auprès de 130 flottes, nous supprimons les notes de frais et nous appliquons la facturation centralisée », détaille Renaud Cornu, le fondateur. Les voyageurs plébiscitent la convivialité et l'aspect écocitoyen.



Air Refund fait valoir vos droits

Grève, refus d'embarquement, retard important, annulation de vol... Chaque année, plus de 10 millions de personnes pourraient prétendre à un dédommagement, soit un total de 4 milliards d'euros. Pour accompagner la demande d'indemnisation (de 250 à 600 euros), Thomas Benita a créé AirRefund, au départ une offre dédiée aux seuls voyageurs d'affaires. Ce service, 100 % digital, est disponible en cinq langues. En trois ans d'existence, la start-up a aidé des passagers de 60 nationalités, des dossiers portant sur plus de 250 compagnies aériennes.

Boutique aérienne

LA COMPAGNIE



“LE BUSINESS
CHANGE.
LA BUSINESS
AUSSI.”

Seulement 74 sièges inclinables à 180°

Un service à taille humaine

Des menus de saison élaborés avec soin

Un accès aux lounges aux aéroports

Un accès prioritaire aux contrôles de sécurité

Un programme de fidélité simple et généreux

PARTEZ EN CLASSE AFFAIRES AU MEILLEUR PRIX

PARIS - NEW YORK

À PARTIR DE 1390€ A/R⁽¹⁾ EN BUSINESS CLASS⁽²⁾

www.lacompagnie.com
 ☎ 0892 230 240
(0,45€/min), du Lundi au Dimanche, de 9h à 19h

(1) Tarif soumis à conditions incluant taxes et surcharges hors frais de services, non remboursable, sous réserve de disponibilité dans la classe tarifaire indiquée. (2) Business class = Classe affaires