

INFORMATIONS i pratiques

Les enjeux

On estime à 20 milliards d'euros les dépenses annuelles des Français liées aux voyages. Si l'on considère qu'une personne sur dix se déplace pour le compte d'une entreprise, la dépense individuelle s'établit à un peu plus de 15 000 €/ an par « voyageur professionnel ».

Ces coûts représentent une part notable des frais de fonctionnement des sociétés. D'où l'importance attachée à ce poste qui véhicule l'image de l'employeur et s'accompagne souvent de prestations individualisées.

Les métiers

Des prestataires concentrés

• Les différentes prestations du voyage — transport, hôtellerie et location de véhicules — sont entre les mains de spécialistes qui ont tendance à se concentrer ou à signer des accords entre eux.

L'hôtellerie échappe encore à ce type de concentration en Europe. C'est donc dans ce domaine, qui représente près de 20 % des dépenses engagées pour les déplacements professionnels, que le potentiel d'économies est le plus important.

Pour les autres prestations, même si elles ont déjà été négociées, il ne faut jamais oublier que le marché change vite et que de nouvelles opportunités vont se présenter.

Le responsable des déplacements professionnels en entreprise

Il est fondamental que la prestation globale soit suivie par un représentant salarié de l'entreprise. Il n'y a pas d'exemple de réussite dans cette activité sans cet indispensable salarié.

• Outre leur poids économique et les différents aspects du travail, les déplacements professionnels font intervenir nombre de variables susceptibles de changer rapidement. Il faut suivre cette prestation étroite-ment.

• Chaque entreprise a son passé, sa sociologie, l'image qu'elle veut donner, éléments qu'il convient de très bien connaître pour apporter un service convenable à tous.

Les agences de voyage

Même si le nombre d'agences (5 000 en France) est élevé, cette activité billetterie est déjà fortement regroupée.

Les trois grands du voyage sont :

- Havas-Amex-Via Voyages (HVAE),
- Carlson-Wagons Lits,
- Protravel,

Les deux réseaux d'adhérents, Manor et Sélectour, réalisent près de 4,6 milliards d'euros de C.A. et représentent un peu moins de 50 % du volume de ce marché. Le SNAV (Syndicat national des agents de voyages regroupe 3500 points de vente qui se partagent 1300 licences d'agents de voyages, ce qui représente les deux tiers du chiffre d'affaires de la profession.

Les loueurs de voitures

La location de voiture de courte durée représente 11 % des dépenses de voyages. Les loueurs offrent une prestation internationale pour les plus grands. Avis, Hertz et Europcar sont très solidement implantés. Ces compagnies réalisent environ 50 % d'un marché estimé à 1,22 milliards d'euros en France. Budget approche les 10 % de ce même marché. Les autres loueurs se partagent les 40 % restants. 75 % du chiffre d'affaires est réalisé à partir des aéroports. Les contrats d'assurance liés à la location de voitures, en particulier les compléments tous risques (CDW) ou vol (TPC ou TW) ou assurance des personnes transportées, sont très importants.

Les franchises en matière d'accident et de vol peuvent être très élevées et dépasser largement les 1 500 €.

Un très grand utilisateur de location de voitures peut se permettre de mutualiser ce risque à son niveau. Mais cette pratique est tout à fait déconseillée lorsque les locations sont rares (ou pire si elles sont effectuées à titre personnel).

Les hôteliers et restaurateurs

- Autant les transporteurs ferroviaires, les loueurs et les distributeurs de billetterie sont groupés, autant les hôteliers et surtout les restaurateurs sont dispersés.
- En France, seul le groupe Accor est réellement organisé comme tel, les clients ayant cependant quelquefois un peu de mal à s'y retrouver dans les diverses enseignes du groupe.
- Il n'existe pas non plus de véritable centrale hôtelière, d'où une extrême diversité de prix. Néanmoins, il existe des regroupements d'hôteliers indépendants, traitant de leurs tarifs de façon centralisée.

C'est notamment le cas d'Inter-Hôtel et de Best-Western.

- La multiplicité des formes de règlement (espèces, chèque bancaire, cartes de crédit...) et la facturation généralement individuelle de la prestation hôtelière rendent quasi impossible une consolidation permettant une véritable négociation, sauf disposition particulière prise par l'entreprise. Dans le choix d'un hôtel peut intervenir la notion de proximité ou la notion de chaîne.

La loi

Le transport aérien est soumis aux obligations de la convention de Varsovie, notamment en ce qui concerne sa responsabilité. En France c'est le code de l'Aviation Civile qui légifère sur les transports aériens et notamment les articles L 322-1 à 4 et L 330-1 à L 330-9.

Outils pratiques

Politique voyage

- Les sommes en jeu et le nombre de personnes concernées ont amené les entreprises à définir les droits et obligations de chacun, en particulier les :
 - Niveaux de classes proposés par les transporteurs aériens.
 - Catégories hôtelières.
 - Catégories de véhicules et loueurs de voitures.
 - Récupération des heures hors standards.
 - Modalités de paiement et de remboursement des frais exposés.
- 80 % des entreprises disposant d'un budget voyages significatif ont une politique voyages, écrite dans la quasi-majorité des cas.
- Toute action dans ce domaine commence donc par l'élaboration, la rédaction, la publication, la mise en place et le suivi d'une « politique voyages ».
- Cette charte doit rappeler en premier lieu les autorisations à obtenir pour engager un déplacement professionnel (certains voyages peuvent être évités).

Les réseaux de distribution

La « politique voyage » dit comment se procurer les titres de transport, lesquels ne peu-

vent être vendus sans une autorisation matérialisée par une licence réservée aux spécialistes du métier. Compte tenu de ses critères d'obtention, trois solutions sont possibles :

- **Consulter une agence de voyages.**

Il en existe 5 000 en France appartenant à des groupes ou sociétés « individuelles ». C'est la solution la plus simple, la plus courante et la plus rapidement accessible.

- **Installer un implant**

C'est une solution réservée aux grandes entreprises qui acceptent de « loger » chez elles une agence de voyages à laquelle est confiée l'intégralité de la billetterie de ladite entreprise.

- C'est une formule déjà ancienne et bien rodée. Bien que le seuil théorique pour l'installation d'un implant soit inférieur à 1,5 million d'euros / an, un bon service où performance et compétence ne font jamais défaut ne peut être assuré qu'à partir d'un effectif de trois personnes et un CA annuel de l'ordre de 3 millions d'euros. Malgré ces critères limitatifs (par le CA à réaliser), on compte près de 400 implants en France.

- **Se servir auprès d'un plateau d'affaires**

- Le plateau d'affaires regroupe en fait un ou plusieurs petits implants et des agences qui associent connaissances et compétences de proximité.
- C'est un moyen terme entre les deux solutions précédentes. Il connaît un certain succès puisqu'on en dénombre environ 300 dans l'Hexagone, surtout concentrés dans les grandes zones de bureaux.

Bon à savoir

Transport aérien

- Les transports aériens représentent 43 % des dépenses de voyages.
- C.A. annuel de l'ordre de 9,10 milliards d'euros : ce mode de déplacement a toutes les faveurs.
- **Il s'est prodigieusement standardisé et internationalisé.**
- Il est toujours possible de trouver moins cher, car il y a toujours quelque part un transporteur qui préfère proposer un prix marginal plutôt que laisser partir un avion trop mal rempli.
- Les offres de spécialistes du courtage aérien consistent à mettre sur le marché (avec marge et parfois sans) des réservations de places achetées à des prix très négociés.
- Toutes les compagnies n'ont pas le même potentiel technique, humain... ni les mêmes exigences en matière d'entretien, d'infrastructure... Il convient d'en tenir compte quand on compare les offres de prix.
- La politique voyages de l'entreprise doit préciser les classes d'avion autorisées. Voyager « éco » en Europe n'est plus exceptionnel.



Lexique

- Abonnement : permet une réduction sur certaines lignes aériennes et à la SNCF.
- Accords corporate : accords des agences de voyages avec leurs partenaires sur des tarifs plus avantageux pour leurs clients.
- Allotement : engagement sur un certain nombre de réservations à l'année.
- Amadeus : système informatique de réservation utilisé par les agences de voyages.
- Apex/Superapex (Advance Purchase Excursion Fare) : billet d'avion à tarif réduit sous certaines contraintes.
- ATB (Automated Ticket and Boarding pass) : nouveau billet utilisé par Air France. Il comporte toutes les informations du voyage et permet un enregistrement plus rapide.
- Boarding pass : carte d'embarquement.
- Carte corporate : carte de paiement société.
- Charter : vol affrété par un loueur à une date fixée d'avance et sur une destination précise.
- Check in : enregistrement à l'aéroport ou dans un hôtel.
- Check out : Formalités de règlement lorsque l'on quitte l'hôtel.
- Commission : rémunération versée par les prestataires (compagnies aériennes, hôteliers, etc.) aux agences de voyages.
- Contremarque : remplace le billet, mais est sans valeur de remboursement.
- Double booking : une même personne réserve plusieurs vols pour la même date.
- Esterel : logiciel de réservation informatisée.
- Explant ou Outplant : implant extérieur à l'entreprise (cliente), mais dédié exclusivement à son service, par l'agence.
- Frequent flyers program : le passager en voyageant obtient des points (ou des miles) qui lui donnent droit à terme à une gratuité. Ces bénéficiaires échappent le plus souvent aux entreprises.
- Galiléo : logiciel de réservation informatisée.
- GDS (Global Distribution Systems) : systèmes globaux de distribution informatique créés par les compagnies aériennes (sabre-amadeus-galiléo-worldspan).
- Implant : personnel détaché de l'agence de voyages et implanté dans les locaux de l'entreprise cliente pour son service exclusif.
- Implant ouvert : l'entreprise cliente recevant l'implant accepte qu'il serve également d'autres entreprises.
- Jet lag : conséquences physiques et psychologiques sur le voyageur aérien du décalage horaire.
- LTP (Local Ticket Printer) ou STP (Satellite Ticket Printer) : imprimante de billets pouvant être installée directement dans l'entreprise.
- MCO (Miscellaneous Charge Order) : bon pour services divers.
- No show : passager qui ne se présente pas à l'embarquement.
- Open : « Billet ouvert » : le trajet est fixé, mais la date d'utilisation n'est pas fixée.
- Package : prestation regroupant plusieurs prestations différentes (avion+ hôtel+location voiture par exemple).
- Pax : passager.
- Pex/Superpex (Purchase Excursion Fare) : billet d'avion à tarif réduit utilisable sous certaines conditions.
- Plateau d'affaires : agence de voyages spécialisée dans les voyages d'affaires et ne servant pas de clientèle individuelle.
- Prepaid : billet payé d'avance et tenu à disposition à l'aéroport par exemple.
- Remises : rétrocessions d'une partie des commissions versées par les compagnies, accordées par certaines agences de voyages à leurs clients.
- Rerouting : changement d'itinéraire demandé par le passager en cours de voyage.
- Sabre : logiciel de réservation informatisée.
- Socrate : logiciel de réservation informatisée utilisé par la SNCF.
- Souche : reçu passager non valide pour le transport.
- Stand-by : passager inscrit sur une liste d'attente.
- Stop over : interruption d'un voyage en cours prévue à l'émission du billet.
- Sticker : ticket autocollant rajouté sur un billet et utilisé pour revalider des changements de réservation.
- Surbooking : pour couvrir les risques de non-présentation des passagers, les prestataires vendent plus de billets que de places réellement disponibles.
- Sur classement : le passager voyage dans une classe supérieure à celle qu'il a réellement payée.
- Tag : étiquette apposée sur le bagage à l'embarquement. Une seconde étiquette est collée sur le coupon de vol.
- Taxe d'aéroport : en principe perçue par les aéroports, elle est souvent comprise dans le prix du billet.
- Transfert : escale sans changement d'appareil.
- Transit : escale avec changement d'appareil.
- Vol non-stop : sans escale.
- Voucher : coupon permettant de régler des prestations définies.

En matière de prix, il ne faut pas oublier que tout se paie :

- l'heure du départ,
- la certitude de pouvoir partir à l'heure retenue,
- la place souhaitée,
- la qualité du service,
- la possibilité de changer d'horaire,
- l'assurance que si le vol est décalé un autre suivra dans un délai raisonnable...

Commissions versées aux agences

Ces commissions sont appelées à baisser sinon à disparaître...

- Transport aérien national : 5%
- Transport aérien international : 7%

L'idéal pour l'agence de voyage est le billet international plein tarif.

Depuis quelques années, les grandes compagnies aériennes, Lufthansa, British Airways, Air France diminue de manière très importantes les commissions qu'elles versaient aux agences de voyage, ainsi d'ailleurs que les super-commissions (ou marges arrières) versées aux agences sur l'augmentation de leur chiffre d'affaires avec leur compagnie.

Par conséquent, l'équilibre des comptes des agences de voyage, devient de plus en plus fragile, et la plupart des agences, quelle que soit leur taille, commencent à négocier avec leurs clients des formules de rémunération, soit au partage du compte d'exploitation, soit aux fees (prix par billet émis).

Les temps ne semblent pas loin où les donneurs d'ordre français devront réellement payer leurs agences de voyages comme aux Etats Unis où déjà 84% des agences de voyages ont mis en place des systèmes d'honoraires et facturent tout ou partie de leurs services.

Avantages accordés

Les écarts de prix excluent toute comparaison directe.

- Néanmoins et de plus en plus, les entreprises signent des accords avec les compagnies aériennes. On parle alors « d'accords firmes » et de ristournes convenues pour un ensemble de destinations définies, choisies parmi les plus fréquentées.
- Il est également possible d'appliquer cette ristourne directement sur le prix du billet. Dans ce cas, on parle de « net remis », dont l'incidence financière peut être significative, mais reste toujours liée au volume que l'entreprise peut requérir.
- Lorsqu'une entreprise n'a pas un volume considérable, elle doit rechercher une agence compétente, connaissant bien son métier et qui saura la conseiller sur les horaires et les compagnies. Elle lui offrira des économies largement supérieures aux ristournes qu'un faible volume permet d'espérer.
- Il est parfaitement possible de mettre en place une formule de partage des gains réalisés par des suggestions astucieuses. La difficulté est de définir la base de référence, ce qui n'est pas facile quand on entre dans une période de guerre des prix.

• Ristourne ou « net remis », les négociations ont intérêt à porter également sur les axes les plus fréquentés. Il est souhaitable d'avoir, en face de la compagnie aérienne la plus utilisée (Air France, le plus souvent, pour la France) une concurrence aussi peu dispersée que possible (par exemple Continental sur New York).

• De plus en plus de compagnies aériennes proposent à leurs passagers réguliers (« Frequent Flyers ») des systèmes de points et autres avantages.

- Ceci peut avoir comme conséquence que le salarié concerné privilégie la compagnie aérienne lui offrant le meilleur avantage. Mais ce choix est-il celui de l'entreprise et est-il compatible avec la politique voyages évoquée précédemment ?
- Ensuite ce passager bénéficie d'un avantage né d'une dépense faite pour lui dans un cadre professionnel. Doit-il le conserver ?
- Le débat est quasi philosophique. Il appartient à l'entreprise de trancher. Mais la position doit être claire, quelle que soit la solution retenue (abandon des avantages au profit du salarié ou restitution de ceux-ci à l'entreprise) de façon à éviter notamment que, le voyageur choisisse « sa » compagnie et non celle qui convient à l'entreprise, laquelle acquitte le prix du billet qui fait naître l'avantage et devrait bénéficier en quelque sorte d'un droit de préemption.
- Une norme classique à imposer est celle qui consiste à laisser le choix du transporteur à l'agence avec, pour le départ, une plage d'une heure pour les vols en Europe et de trois heures à l'international. L'agence dispose alors des moyens pour vous faire bénéficier d'un maximum d'économies.

À propos des commissions et d'Air France

Air France et le SNAV (Syndicat National des Agences de Voyages) ont récemment signé un accord concernant les commissions versées par Air France aux agences de voyage.

Cet accord repose sur les principes suivants :

- Le protocole portant sur la rémunération des Agences de voyages par Air France signé le 10 juillet 1998, et qui a été prolongé d'un an, jusqu'au 31 décembre 2002, semble actuellement être en négociation discrète entre les grandes agences et la Compagnie nationale..
- Air France verse à l'ensemble de la profession une somme d'argent, selon des modalités de répartition à la fois simples et équitables.
- Le SNAV et la profession se considèrent comme remplis de tous leurs droits sur l'ensemble de la période.

Cet accord qui avait permis à la profession des agents de voyages français de bénéficier du versement d'une somme signifi-

ve et d'une garantie de stabilité supplémentaire jusqu'à la fin 2002, cas unique en Europe ne devrait probablement pas être reconduit en 2003.

À propos des sur-booking des compagnies aériennes

En moyenne, les transporteurs aériens s'accordent une marge de 15 à 25 % de réservations supplémentaires. Il arrive donc que certains passagers ne puissent pas embarquer, même s'ils ont respecté les horaires pour enregistrer : c'est le « surbooking ». Depuis 1991, l'Union européenne impose un règlement accepté par quelques compagnies. Les transporteurs aériens doivent proposer une solution de rechange, la plus rapide possible, pour arriver à destination : soit une autre compagnie, soit le train, soit un bus, etc. Lufthansa essaie, comme de nombreuses compagnies américaines, d'éviter ce problème en cherchant des volontaires qui acceptent d'arriver plus tard que prévu contre dédommagement. Les passagers reçoivent en échange une somme allant de 50 à 100 € selon le retard. Les indemnisations se font rares. Il faut réclamer à la compagnie et cela peut prendre du temps. Mais les passagers lésés y ont droit. Les Etats-Unis ont été les premiers à instaurer la « denied boarding compensation ». Cette dernière s'est généralisée sur le Vieux Continent. Dans son règlement 295/91, l'Union européenne prévoit 18 € pour une destination de moins de 3 500 km et moins de deux heures. Cette somme atteint 36 € si le retard est de plus de deux heures. Pour une destination de plus de 3 500 km et de moins de quatre heures, le dédommagement s'élève, lui aussi, à 36 €. S'il y a plus de quatre d'attente, il atteint 72 €.

Les nouveaux acteurs du voyage d'affaires :

• Les compagnies « low cost »

Les deux principales Easyjet et Ryanair ont profité de la crise de l'après septembre 2001 pour développer leur offre. Le low cost, n'est pas réellement adapté aux voyages d'affaires qui supportent mal les contraintes permettant d'accéder à des billets économiques, mais certains vols de ces compagnies ne sont pas axés uniquement sur ce mode d'économies. Les compagnies « low cost » économisent d'abord sur les frais généraux (personnel et prestation à bord, aéroports secondaires, créneaux horaires, sièges moins espacés, ...). Pourtant on estime aujourd'hui à plus de 30% la clientèle « affaires » des compagnies « Low Cost »

• Les agences de voyages en ligne :

Elles sont encore fort peu nombreuses, et principalement « réservées » au tourisme (comme TravelPrice.com par exemple). Citons néanmoins celles dédiées aux voyages d'affaires : Egencia.com créée en 2000 - Getthere.com - Ebookers.com. ■



Pièges, astuces et repères

Récupération de la TVA

- En France, l'entreprise est considérée comme l'utilisateur final et il n'y a donc pas de récupération possible.

En revanche, à l'étranger et pour les pays qui ont adopté ce système fiscal, la récupération est possible. La demande est relativement longue. Elle ne doit être entreprise que pour des montants significatifs, faute de quoi le coût de recouvrement peut dépasser le montant.

Remises sur les locations de voitures de courte durée

- Des remises de 15 % sont relativement faciles à obtenir des loueurs de voitures.
- Tous les ans, les professionnels expliquent que les constructeurs automobiles deviennent plus âpres dans leurs négociations et que les tarifs de location vont devoir traduire cette âpreté. Mais jusqu'à présent, on a plutôt assisté à une baisse des prix qu'à l'inverse.
- Il n'est pas rare qu'un franc-tireur se révèle et remette en cause l'équilibre des prix du moment.
- Dans certains cas, les loueurs peuvent proposer des forfaits extrêmement attractifs dont les tarifs peuvent être inférieurs aux prix négociés par l'entreprise. Il faut préciser les catégories autorisées : A à C peuvent suffire le plus souvent, sauf longues distances ou passagers nombreux, D est déjà luxueux.

Transport ferroviaire

- Le transport ferroviaire représente 14 % des dépenses de voyages.
- Il reste très utilisé en France grâce au succès du TGV.
- La SNCF a copié les transporteurs aériens : en fonction des heures et des jours de déplacement, les différences de tarification peuvent être très significatives.
- Les TGV se sont internationalisés : Eurostar sur Londres, Thalys sur Bruxelles et Amsterdam. Ces trains rapides proposent des liaisons directes de centre-ville à centre-ville. Ils bénéficient de la faveur croissante des voyageurs.

Remises en hôtellerie

- La rubrique hôtellerie/restauration représente un peu plus de 20 % du coût des voyages. C'est certainement dans ce domaine que le potentiel de réduction de coût relatif est le plus élevé.
- Restreindre le nombre d'hôtels fréquentés permet de concentrer les nuitées et d'améliorer les conditions accordées.
- Plus le prix est élevé, plus la remise est forte (aussi bien en valeur absolue qu'en pourcentage).

Si Thalys consent des tarifs négociés intéressants, les prix d' Eurostar sur Londres ont rejoint et dépassent quelquefois les tarifs aériens.

Motiver son agence de voyages en l'intéressant aux économies

Les niveaux de commission des transporteurs aériens pour les agences de voyages sont actuellement revus à la baisse par les compagnies aériennes et pourraient bien disparaître.

Dans ce contexte, la remise garantie n'est pas viable pour l'agence de voyages et ce mode de relation financière agence / client ne peut garantir le client de tous les efforts de l'agence pour proposer les solutions les plus économiques adaptées à son client.

Donc, plus la prestation est chère, plus l'agence réalise de chiffre d'affaires. Son intérêt n'est donc pas de vous faire réaliser des économies.

Pour parvenir à réduire ces coûts, il est conseillé de négocier avec l'agence de voyage une formule de rémunération plus transparente accompagnée d'un intéressement aux économies réalisées.

Négocier avec les compagnies aériennes, la SNCF, les loueurs de voiture, les hôtels. On peut également négocier avec la SNCF, mais seulement à partir d'un chiffre d'affaires réalisé de 152 500 € et sous forme d'un avoir sur les transports de l'année N+1. Il est également possible d'obtenir des tarifs très avantageux sur Eurostar (Paris-Londres), qui actuellement cherche à concurrencer les compagnies aériennes et propose à ses clients fidèles des remises sur les prix publics.

Ne jamais signer un contrat d'exclusivité avec une agence de voyages. Se réserver la possibilité de travailler avec d'autres agences, voire d'utiliser toutes les ressources d'Internet pour vérifier la compétitivité de son agence de voyage.

Demander à l'agence un tableau d'économies par trimestre

Ce tableau renseignera sur le suivi par l'agence des recommandations d'économies. Il permettra de connaître ceux de ses voyageurs qui ne jouent pas le jeu et préfèrent un billet plein tarif plutôt qu'un billet favorisant l'économie.

Utiliser les cartes « corporate ». Il s'agit de cartes de crédit qui permettent au porteur de régler directement tout ou partie de ses frais de déplacements. Les frais peuvent être soit débités directement du compte de l'entreprise (le cas le plus rare), soit débité avec prélèvement différé sur le compte personnel du porteur. Cette dernière organisation, la plus fréquente, permet aux voyageurs de se faire rembourser avant que leur compte soit débité.

L'intérêt réside dans la centralisation des frais dans un même organisme et le retour d'informations sous forme statistique.

Achetez ses billets à l'étranger

Un Bruxelles-Paris-New-York sur compagnie régulière acheté à Bruxelles coûtera 40 % moins cher qu'un Paris-New-York. Bien sûr, la partie Paris-New-York est la seule utilisée et la partie Bruxelles est perdue, mais le jeu financier en vaut la chandelle. Attention, cette formule est réservée aux amateurs de risques : si un contrôle est effectué à l'aéroport, il est possible que la compagnie aérienne exige immédiatement la différence de prix.