

Voyages d'affaires

Indice de durabilité

THE BEST RUN



SAP Concur

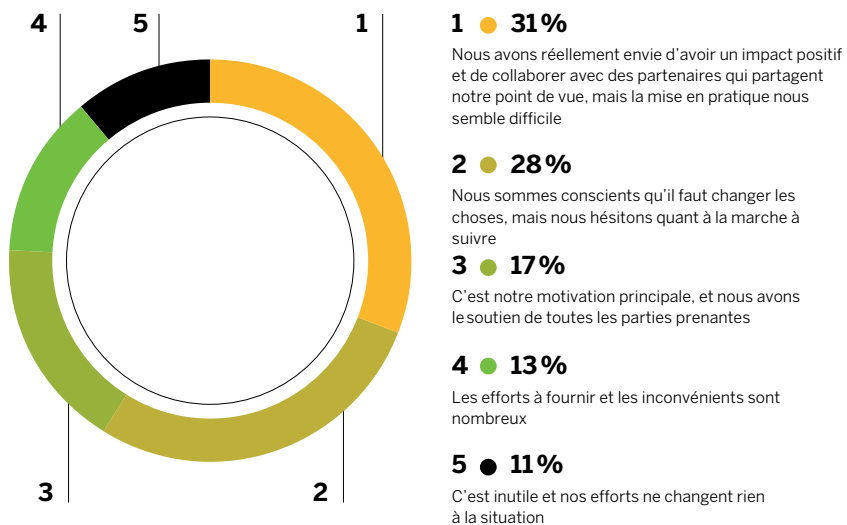


Résumé

METTRE LE CAP SUR DES déplacements durables

Les entreprises veulent introduire des initiatives durables dans les voyages d'affaires et doivent tenir compte de l'impact sur la population, la planète et le profit.

Sentiment prédominant des entreprises à l'égard de la durabilité des déplacements professionnels



Dans la société actuelle, les individus comme les entreprises n'ont jamais été aussi conscients de leur impact sur la planète, et la durabilité des voyages d'affaires est sous le feu des projecteurs.

Après avoir brièvement perçu les avantages d'une activité humaine moins polluante à l'occasion de la crise du COVID-19, les consommateurs seront de plus en plus demandeurs de solutions durables. Les entreprises doivent donc introduire des principes de développement durable dans leurs programmes de déplacements professionnels et leurs chartes de valeurs.

Pourtant, les résultats de l'étude *Voyages d'affaires - Indice de durabilité 2020* montrent que si de nombreuses entreprises ont conscience que des ajustements sont nécessaires, elles sont loin de toutes avoir un plan d'action. Nous avons découvert que les données sont d'une importance capitale, et que les entreprises qui s'en servent à bon escient sont les mieux placées pour bâtir un avenir durable.

Notre étude comporte deux grands volets. Le premier vise à évaluer les efforts de durabilité des entreprises et de calculer un indice, tandis que le second cherche à compléter l'enquête en y superposant le point de vue des utilisateurs afin de produire des informations exploitables.

Cette étude ne se contente pas de comparer les performances des entreprises dans les principales dimensions du développement durable, elle en révèle la valeur ajoutée.

PASSER DE L'INTENTION À L'ACTION

Le développement durable est en plein essor. Selon l'étude *Voyages d'affaires - Indice de durabilité 2020*, près des deux tiers des décideurs de déplacements professionnels (65%) jugent leur approche complètement durable (9%) ou affirment que la durabilité fait au minimum partie intégrante de leur politique (56%).

Les tendances et les moteurs sous-jacents sont pourtant bien moins développés et définis. Ainsi, près de six professionnels sur dix (59%) reconnaissent ouvertement qu'ils ne se sentent pas suffisamment équipés ni soutenus pour mettre en œuvre une politique de déplacement durable.

Du côté des voyageurs professionnels, les sentiments sont tout aussi mitigés, même si plus des deux tiers d'entre eux s'attendent à prendre beaucoup moins

l'avion au cours des 10 prochaines années en raison des enjeux environnementaux.

À l'avenir, l'attitude des voyageurs et du personnel sera déterminante, assure Pierre-Emmanuel Tetaz, vice-président senior et directeur général EMEA de SAP Concur. Dans le domaine des frais et déplacements professionnels, de nombreuses tendances ont vu le jour sous l'impulsion des collaborateurs, poursuit-il. « L'adoption de mesures durables dans le secteur du voyage d'affaires n'échappera pas à la règle. »

Le bien-fondé du déplacement durable doit néanmoins s'appuyer sur des informations exploitables.

AIDES ET OBSTACLES

L'attitude de la direction arrive en tête à la fois dans la catégorie des obstacles et dans celle des aides, ce qui est peut-être le résultat le plus intéressant de l'étude.

La question des connaissances personnelles et de la sensibilisation aux problèmes de développement durable arrive en deuxième position dans les deux catégories.

Côté voyageurs, il reste beaucoup de progrès à accomplir. Ainsi, près de la moitié des plus jeunes, âgés de 18 à 24 ans et sans doute les plus sensibles aux problèmes d'environnement (49%), reconnaissent que l'aspect durable de leurs déplacements professionnels ne leur est jamais venue à l'esprit. Ceci étant dit, l'un des premiers réflexes des voyageurs qui cherchent à réduire leur impact sur l'environnement consiste à prendre le train plutôt que l'avion, lorsque c'est possible.

En termes d'incitations destinées à changer les comportements et les pratiques, les contreparties financières font partie des mesures les plus appréciées de près de la moitié des personnes interrogées (47%), ce qui n'a rien d'étonnant. Fêter et partager les succès obtenus est tout aussi prisé, tandis que les initiatives de compensation des émissions de carbone affichent un point de plus (48%).

Obtenir le bon dosage d'incitations repose sur la visibilité et les données, affirme Pierre-Emmanuel Tetaz.

« Une gestion efficace des données est indispensable. Sans visibilité sur le comportement et la perception des voyageurs — pour comprendre ce qu'ils veulent et ce dont ils ont besoin, en train, sur la route ou dans les airs —, il est pratiquement impossible de gérer le changement de manière durable, crédible et cohérente. »

OUVRIR LA VOIE DE LA DURABILITÉ

L'énorme fossé qui sépare les dirigeants et spécialistes des voyages d'affaires de leurs collègues exerçant des fonctions plus opérationnelles est évident.

L'étude montre d'ailleurs que les personnes occupant des postes de direction ont davantage tendance à juger l'impact de leur activité sur la population, la planète et le profit « complètement durable » ou « durable » que leurs collègues situés moins haut dans l'organigramme.

S'agissant de la manière dont l'entreprise utilise les données et l'information pour contrôler et suivre la durabilité, les directeurs financiers sont deux fois plus nombreux à la qualifier d'« exceptionnelle » (33 %) que les responsables financiers (15 %) ou les responsables des achats (16 %). Par ailleurs, les responsables voyages affichent un score inférieur à leurs directeurs lorsqu'il s'agit d'évaluer les efforts de durabilité de leur entreprise.

Si le changement doit être opéré de manière descendante, c'est aux dirigeants qui fixent les échéances qu'il revient de combler cet écart. Selon Pierre-Emmanuel Tetaz, il est toutefois préférable d'avoir une approche globale, du service voyages aux départements financier, RH et informatique.

LES RETOMBÉES CONCRÈTES DES DÉPLACEMENTS DURABLES

L'étude souligne la volonté des entreprises d'investir davantage dans des programmes de transport durable, ce qui est très positif. La quasi-totalité d'entre elles (98 %) sont ainsi prêtes à augmenter leurs budgets de déplacements professionnels. Curieusement, ceux qui décident des déplacements sont quatre fois plus nombreux que les voyageurs eux-mêmes à vouloir augmenter les dépenses dans ce domaine.

Les réponses des utilisateurs sont une autre bonne nouvelle, puisque les voyageurs d'affaires sont prêts à concéder beaucoup de temps au profit de déplacements plus durables. Plus d'un tiers d'entre eux (34 %) sont heureux de sacrifier de deux à quatre heures, et 26 % seraient prêts à en perdre de quatre à huit.

S'agissant du triptyque « population, planète et profit », les trois premiers critères de durabilité des employés sont les suivants : l'état de santé et la condition physique

(40 %), la santé et la sécurité (40 %) et enfin, la santé mentale et le bien-être psychologique et émotionnel (38 %).

Côté décideurs, les droits des salariés des fournisseurs, qui recouvrent des indicateurs tels que les conditions de travail, l'équité des salaires et la rémunération des heures supplémentaires, occupent la troisième place (32 %).

L'un des principaux avantages perçus par les entreprises concerne le recrutement et la fidélisation des talents. Toutes classes d'âge confondues, près de huit voyageurs d'affaires sur dix seraient davantage disposés à travailler pour une entreprise donnant la priorité à la durabilité, la tranche 25 à 39 ans étant la plus déterminée (79 %).

LES DONNÉES FAVORISENT LA DURABILITÉ

De manière générale, il existe un lien étroit entre la capacité d'utilisation des données et les différents objectifs de durabilité pour la population, la planète et le profit.

Par exemple, les décideurs de déplacements professionnels, qui maîtrisent parfaitement l'utilisation des données, ont tendance à privilégier les « options respectueuses de l'environnement ». Dès lors, ils sont plus de quatre fois plus nombreux (53 %) à les qualifier de stratégiques que les personnes faisant état de compétences « très médiocres » ou « médiocres » en utilisation des données (12 %).

Mais surtout, les données sont essentielles pour mesurer le « retour sur déplacement », conclut Pierre-Emmanuel Tetaz :

« Pour tirer des bénéfices de leurs dépenses à vocation durable, les entreprises ont besoin d'outils pour convertir les données en business intelligence afin d'étayer et de valider leur vision stratégique, mais aussi d'alimenter efficacement la communication interne destinée aux employés et d'échanger des informations en amont et en aval de la chaîne logistique. »

Pour en savoir plus sur les trois piliers de la durabilité et découvrir pourquoi la population, la planète et le profit doivent faire partie intégrante de votre politique de déplacements, lisez l'étude complète.

La formule d'un voyage d'affaires durable

Visibilité

 **59 %**

des décideurs de déplacements professionnels qualifient leur utilisation des données de bonne ou d'exceptionnelle

 **33 %**

jugent leur utilisation des données moyenne, médiocre ou très médiocre

 **3^e**

Le manque d'outils professionnels offrant de la visibilité sur l'impact des déplacements arrive en troisième position parmi les principaux obstacles

Adhésion de la direction

 **1^{er}**

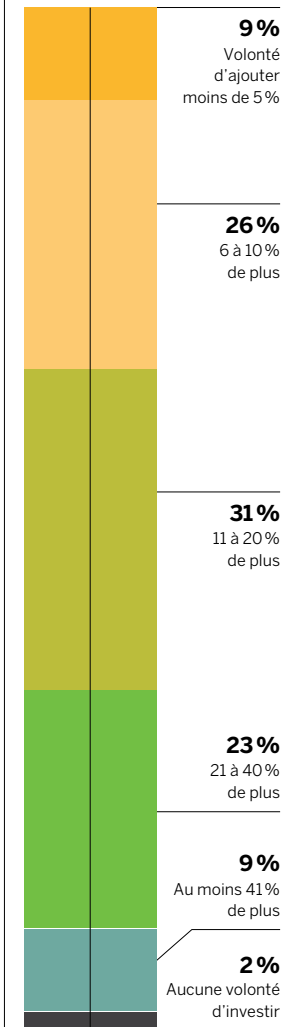
Le manque de hiérarchisation des priorités/d'adhésion de la direction arrive en première position, à la fois comme un obstacle et comme une aide à la mise en œuvre d'une politique de déplacement durable

Éducation

 **2^e**

Le manque de connaissances personnelles/sensibilisation aux questions de développement durable arrive en deuxième position, à la fois comme un obstacle et comme une aide à la mise en œuvre d'une politique de déplacement durable

Volonté des entreprises d'investir dans un programme de déplacements plus durable



Réinventer les politiques de déplacements

Face à l'augmentation de la demande en faveur de niveaux de durabilité plus élevés, votre politique est-elle encore adaptée ?

22 %



des voyageurs d'affaires sont prêts à éviter les vols long-courrier à titre personnel

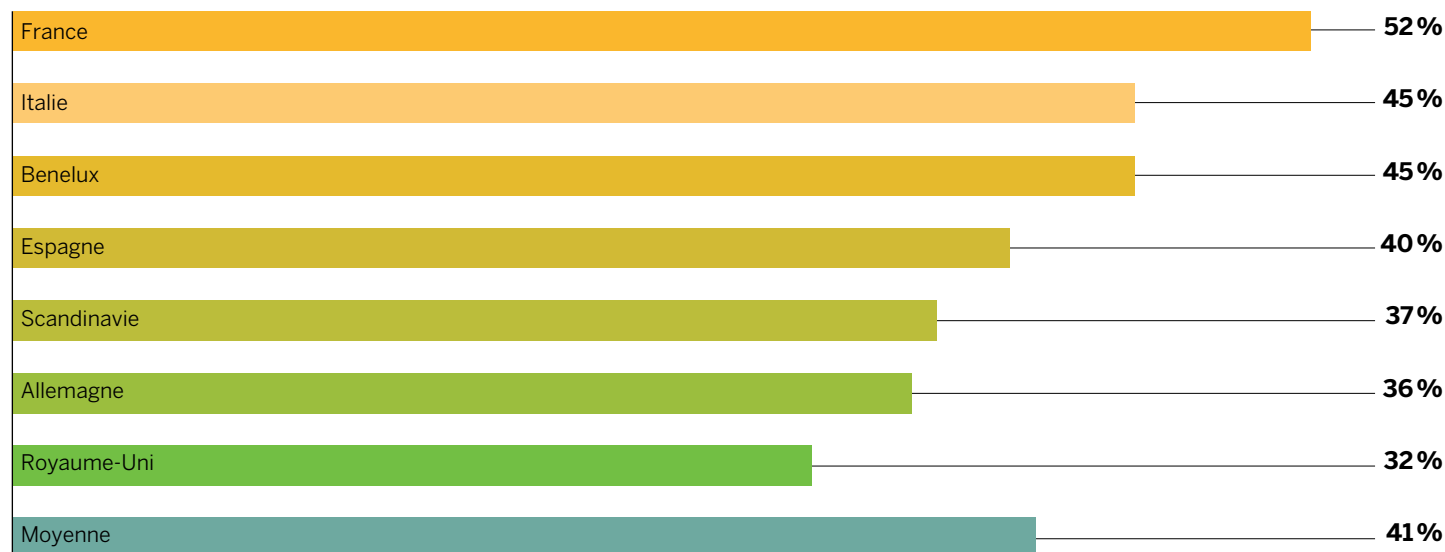
40 %



sont prêts à renoncer au plastique à usage unique à titre personnel

La durabilité devient une priorité pour les voyageurs d'affaires

Demande de compensation des émissions de carbone émanant des voyageurs d'affaires à titre personnel



Si l'on transpose ces attitudes dans la sphère professionnelle...

59%

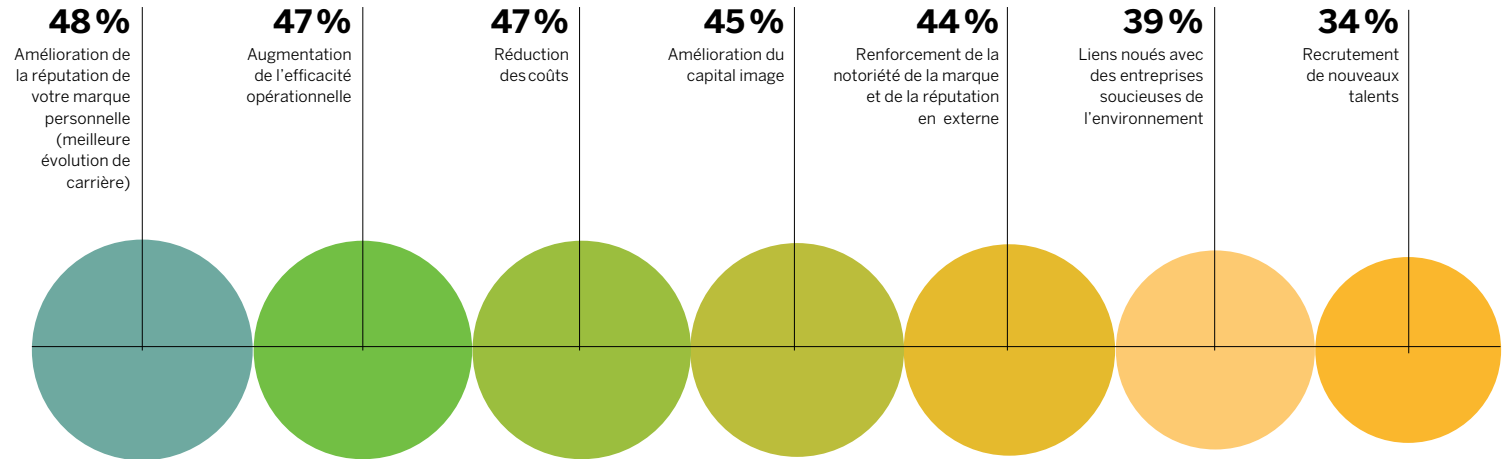
des voyageurs d'affaires jugent la durabilité très importante dans les déplacements professionnels

58%

dépasseraient/contourneraient les budgets/politiques de déplacements de leur entreprise au profit d'une option de transport « plus écologique »

...et capables de les transformer en réelle valeur ajoutée

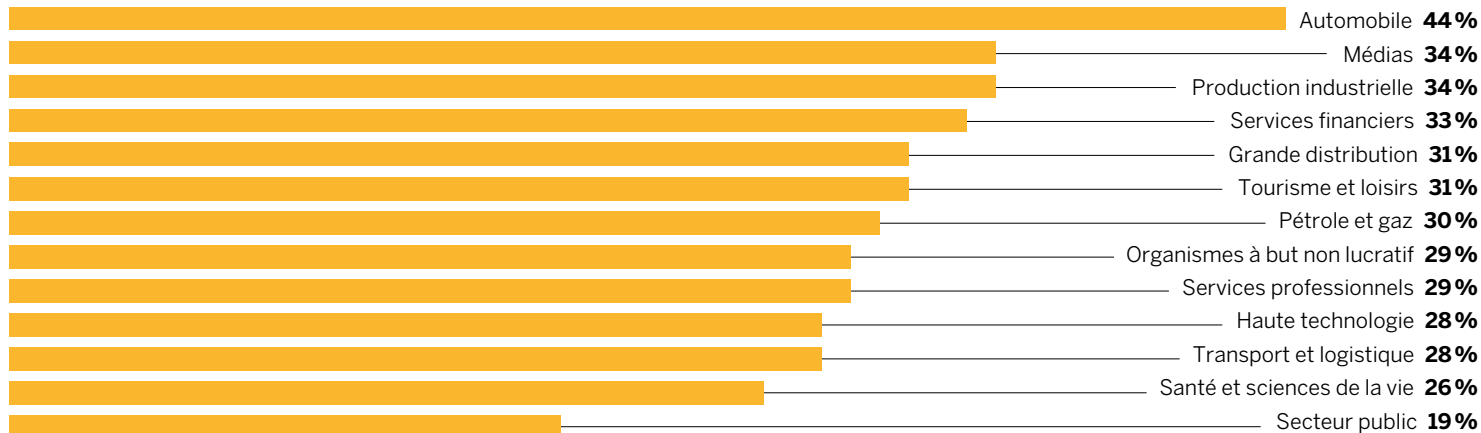
Principaux bénéfices de l'introduction d'initiatives durables dans les politiques de déplacements



Les entreprises, secteur automobile en tête, commencent à tenir compte de ce phénomène

Indice de compétence par secteur

Pourcentage de décideurs de déplacements professionnels jugeant leur entreprise très compétente en matière de déplacements durables



Mais comment s'y prendre ?

Les données sont au cœur d'une politique de déplacements professionnels durables et nécessitent d'investir dans la formation et des outils

82%



des entreprises dotées de processus de gestion des données exceptionnels estiment avoir des politiques de déplacements professionnels extrêmement durables, contre 18% de celles dont ces processus sont médiocres

SAP Concur 

 concur.fr

 twitter.com/SAPconcur

 linkedin.com/company/SAPConcur

 facebook.com/SAPConcur

