

Voyages d'affaires 2009 pour les Européens : trop élevés selon 80 % des PME

Info

Posté par : JPilo

Publié le : 22/1/2009 15:00:00

La pertinence des conférences virtuelles se renforce

Easynet, entreprise spécialisée dans les solutions administratives de réseaux et d'hébergement et Toluna, spécialiste des panels et technologies d'études de marché en ligne, présentent une étude européenne, « Face à phase : convergence entre voyages d'affaires et réunions virtuelles » démontrant la demande croissante des entreprises pour les solutions de téléprésence.

En Europe, 80 % des sociétés sont conscientes que les voyages d'affaires ponctionnent largement les budgets et les emplois du temps. Selon les décideurs d'entreprises européennes, seulement 55 % de la durée d'un déplacement professionnel correspond à une période de travail active ; les 45 % restants représentent du temps passé à attendre l'avion suivant ou dans une chambre d'hôtel entre deux rendez-vous.

Pour leurs réunions professionnelles, les cadres européens sont donc partisans de recourir plus fréquemment à des vidéoconférences haute définition. Deux tiers des voyageurs d'affaires pensent qu'une combinaison alliant rencontres réelles et virtuelles serait la solution idéale.

La téléprésence, une solution alliant réduction des coûts et amélioration de la productivité.



À

De manière générale, en Europe, un voyageur d'affaires sur six n'est pas satisfait de la quantité de temps qu'il passe dans ses déplacements professionnels. Les décideurs allemands, français, suisses et espagnols préféreraient réduire les voyages et multiplier les réunions virtuelles. En Grande-Bretagne, aux Pays-Bas, en Italie et en Belgique, le problème du volume des déplacements semble moins important.

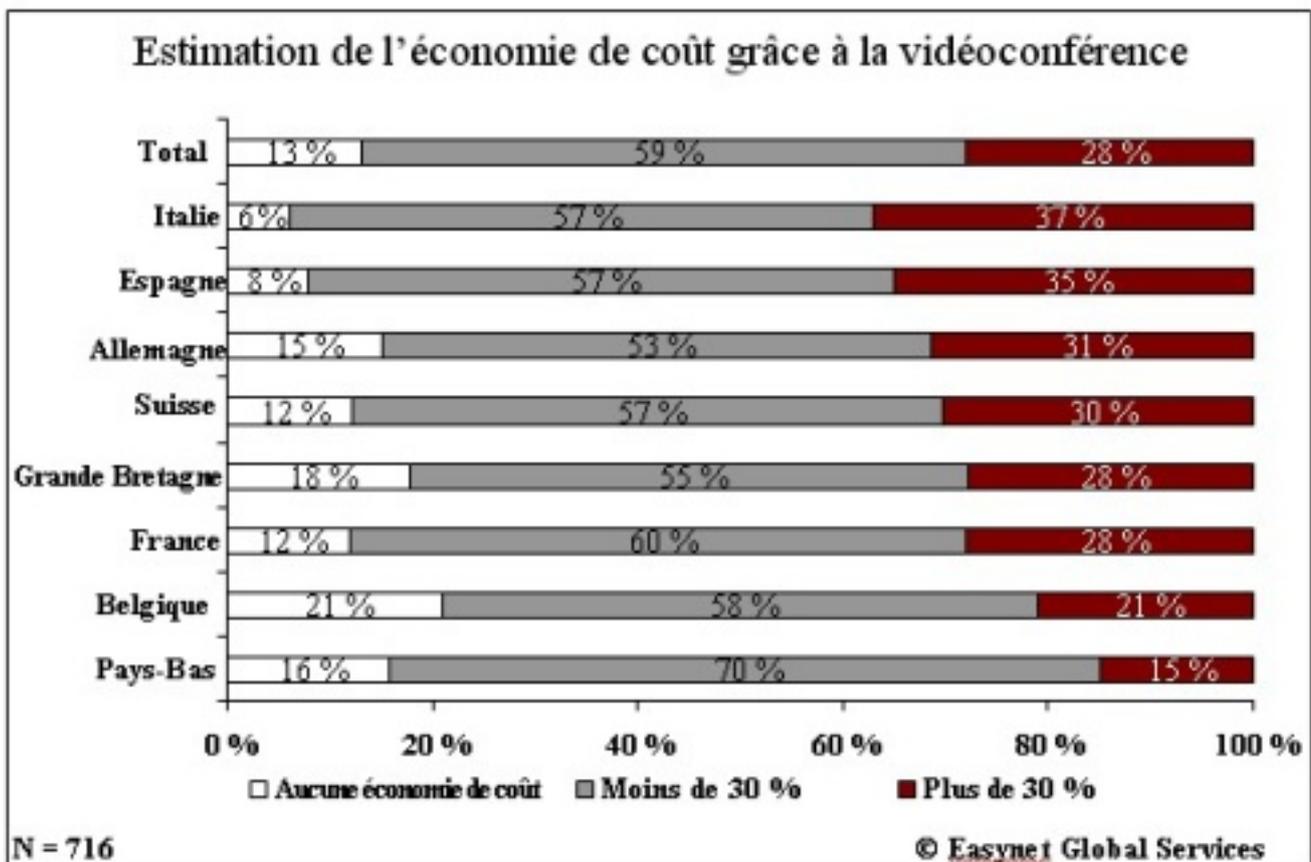
Les Italiens sont ceux que les déplacements professionnels dérangent le moins en comparaison avec leurs homologues européens : seulement 13 % d'entre eux estiment passer trop de temps à voyager.

Au-delà d'une économie de temps, 60 % des personnes interrogées pensent que les vidéoconférences permettraient une nette diminution de coûts. Une société sur quatre

estime que les économies potentielles représentent plus de 30 % de leur budget de voyages. En Italie, Espagne, Allemagne et Suisse, on trouve les réponses les plus optimistes : un cadre sur trois y juge que la réduction du coût des voyages grâce à la technologie dite de téléprésence serait d'au moins un tiers.

Dans les pays du Benelux, les réponses étaient plus prudentes ; aux Pays-Bas, près de la moitié des personnes interrogées pense que l'économie se monterait à 20 % au maximum ; un sondé sur cinq en Belgique ne voit aucun avantage à la vidéoconférence en termes de coût par rapport au voyage d'affaires. Denis Planat, Chief Operating Officer du Groupe Easynet déclare :

« **Beaucoup de sociétés ne savent pas que les fournisseurs en téléprésence proposent bien davantage que la simple installation technique. Les fournisseurs de service complet peuvent soulager les participants à la conférence de telle manière que le budget de voyages soit nettement réduit.** »



Bon nombre de sociétés ont conscience des économies de coût potentielles ; une sur cinq prévoit un recours fréquent à la vidéoconférence haute définition. En matière d'optimisation des coûts de voyages, les sociétés qui fournissent des solutions de vidéoconférence en service complet prennent de plus en plus d'importance ; elles s'occupent de l'ensemble de l'organisation et soulagent à la fois les participants et les services informatiques.

Actuellement, de nombreux cadres d'entreprises organisent eux-mêmes leurs conférences, et ce en dépit de calendriers serrés. Un cadre supérieur sur cinq en Europe préfère lui-même l'installation technique, perdant ainsi une partie de l'économie de temps. Aux Pays-Bas, un

décideur sur quatre réserve lui-même ses réunions virtuelles.

En outre, les services informatiques internes sont souvent mis à rude épreuve pour assurer le support technique de ces systèmes. C'est pourquoi une large part de l'économie de coût envisagée ne se concrétise pas.

L'une des conséquences indirectes importantes de la vidéoconférence est l'amélioration de la qualité de l'équilibre vie professionnelle-vie privée. Ce sont les cadres allemands, italiens et britanniques qui ressentent le plus clairement la tension liée aux voyages d'affaires. La moitié d'entre eux perçoit les effets de déplacements professionnels fréquents sur leur vie personnelle.

Les Hollandais et les Belges se font beaucoup moins de souci à cet égard. Moins d'un tiers des personnes interrogées pense que de fréquents voyages d'affaires peuvent entraîner des problèmes de santé.

Annexe :

L'étude Face to Phase: The Convergence of Business Travel and Virtual Meetings présente les résultats d'une enquête en ligne effectuée pour Easynet Global Services en coopération avec Toluna. En octobre et novembre 2008, des cadres d'entreprises ont été interrogés sur leur opinion concernant les voyages d'affaires et la vidéoconférence.

Ont participé 716 personnes travaillant en Allemagne, Grande-Bretagne, France, Italie, Espagne, Belgique, Suisse et aux Pays-Bas. L'enquête a été réalisée dans la langue du pays concerné.

À propos de Toluna

Toluna est le fournisseur de panels et de technologies d'enquêtes en ligne qui connaît la plus forte croissance en Europe. La société fournit des échantillons de profils ciblés, des prestations de programmation de questionnaires et de création de panels à plus de 400 instituts d'études mondiaux, et ce depuis ses différents bureaux implantés en Europe, aux États-Unis et en Asie Pacifique.

Toluna gère un panel de plus de 2,5 millions de membres actifs dans 30 pays. Hautement qualifiés sur 16 grandes thématiques, les panels Toluna permettent d'accéder à des profils ciblés pour des problématiques spécifiques dans les meilleures conditions de qualité et d'efficacité.

En outre, PanelPortal, la plateforme de gestion et d'administration de questionnaire et de panels en ligne, a été conçue par Toluna pour permettre aux professionnels du marketing de réaliser en ligne leurs propres enquêtes avec leurs propres panels.

Toluna a été récemment élu Exportateur de l'année par la Chambre du commerce française de Grande Bretagne et a été désigné Société française connaissant la plus forte croissance entre 2003 et 2007 par le magazine l'Entreprise.

À propos d'Easynet :

Easynet Global Services, opérateur international de réseaux et d'hébergement fournit des solutions administrées avec excellence aux entreprises. La société, qui dispose d'une importante infrastructure nationale et internationale de réseaux et d'hébergement, se distingue également par la qualité de son service clientèle.

Easynet s'est forgé une solide réputation pour la qualité de ses services d'analyse, de

conception, de prestation et de gestion des solutions clients, ainsi que pour sa capacité de collaboration avec ses partenaires et son souci de la qualité.

Easynet est actuellement présent à travers l'Europe ainsi qu'en Asie et aux Etats-Unis. Easynet compte parmi sa clientèle des sociétés aussi réputées que Ford Motor Company, ViaMichelin, Kia Motors, Calor, Tchibo, Kellogg Italia et Kooka. Easynet est une société du groupe British Sky Broadcasting dont la capitalisation boursière totalise plus de 18.2 milliards d'Euros.

[Pour plus d'informations](#)