

## Achats Travel & MICE

### In-house ou Outsourcing ? Avantages, inconvénients, risques, Comment garder le contrôle sur la stratégie globale ?

Avec ses partenaires Travel et MICE, GBTA France souhaite répondre à la question  
« **In-house ou Outsourcing ? Avantages, inconvénients, risques - Comment garder le contrôle sur la stratégie globale ?** »

**Cette brochure digitale réalisée grâce à la contribution des sponsors de GBTA France,**  
servira de support de discussion lors du Carrefour des Échanges GBTA du 24 novembre.  
Nos partenaires vont donc vous présenter leur vision et leurs propositions pour répondre à la  
question du choix de la gestion des Achats in-house ou outsourcée.  
Vous pouvez retrouver leur contribution classée par catégories.

#### Conseil



#### Hôtels



#### Meetings & Events



## In-house ou Outsourcing ? Avantages, inconvénients, risques, Comment garder le contrôle sur la stratégie globale ?

### Aurélie Duprez

Associée Fondatrice  
Areka Consulting



### Notre vision

Depuis que le Travel est géré dans les entreprises comme une catégorie à part entière, les **besoins d'optimisation** existent. Pour ce faire, les groupes internationaux se tournent parfois vers des **consultants spécialisés**, pour des besoins divers :

- Bonnes pratiques dans le cadre de la construction d'une stratégie
- Outils et formats types en vue d'un lancement d'appels d'offres
- Benchmark dans le cas de négociations fournisseurs
- Ressources additionnelles pour le déploiement d'un nouvel outil ou une nouvelle agence

Mais toujours, l'acheteur ou le travel manager se retrouve confronté à ces questions : comment faire pour que mon besoin ne soit pas interprété comme un manque de compétences ? Et vais-je vraiment obtenir de la valeur de la mission que je vais confier au consultant ?

Chez Areka, nous vous accompagnons depuis 12 ans sans prendre votre place, pour renforcer votre action.

### Nos propositions

Pour assurer un bon fonctionnement de la relation client-consultant, nous avons identifié des facteurs de succès :

1/ Le consultant doit **partager les bonnes pratiques de marché, s'adapter à la culture de l'entreprise cliente**, sans chercher à coller un modèle uniforme. Les pratiques et politiques voyages sont souvent très différentes d'un groupe à un autre !

2/ Le consultant doit être capable de **proposer à son client global de l'expertise régionale et locale**. Les pratiques voyages sont bien différentes en Amérique ou en Asie, qu'il s'agisse de l'aérien, de l'hôtellerie, des agences ou des outils.

3/ Le consultant doit apporter de la valeur par la **force de ses outils et ses capacités analytiques**, car la catégorie business travel demande une connaissance fine des nombreuses **sources de données**, afin d'éviter les mauvaises interprétations.

Avec, côté client, un mandat du top management et une volonté de collaborer, alors tout est réuni pour un projet réussi !

### Liens utiles

[www.ureka-consulting.com](http://www.ureka-consulting.com)

### Nous contacter

Aurélie Duprez  
[aduprez@ureka-consulting.com](mailto:aduprez@ureka-consulting.com)  
06 17 10 07 58



## Achats Travel & MICE

### In-house ou Outsourcing ? Avantages, inconvénients, risques, Comment garder le contrôle sur la stratégie globale ?

#### Julien Chambert

Associé  
CBT Conseil



#### Notre vision

**Le métier du Travel** évolue vers une palette de services plus larges avec le mobility management, allant des achats Travel, aux flottes de véhicules en passant par les solutions liées. Les besoins sont multiples, et nécessitent des compétences expertes, capables de mener des projets, suivre le quotidien et dialoguer avec toutes les parties prenantes internes.

La **décision de l'in-house ou de l'outsourcing** doit se poser en fonction des questions suivantes :

- Travel et MICE sont-ils identifiés comme stratégiques pour l'entreprise, comme un investissement ou une charge ?
- Compétence interne existante, pérenne et disponible ?
- Compétences multiples : métiers, technologiques et relationnelles ?
- Quelle est la stratégie RSE de l'entreprise et comment le Travel contribue ?

#### Nos propositions

Si le **Travel est stratégique**, que la volonté de piloter et de contribuer à la marque employeur sont réelles, il est important de **conserver une ressource en interne**, garante de la politique de mobilité, de son innovation et relais avec les parties prenantes.

Une **solution hybride** reste intéressante : ressource interne à temps partiel sur le Travel et conseil externe qui apporte expertise, veille, benchmark et solutions technologiques notamment en matière de RSE et reporting pour aider à piloter l'activité. La société se concentre sur la prise de décision et le pilotage.

Dans les autres cas, l'**outsourcing** est une solution efficace car simple à budgéter, piloter et dont la performance est facile à suivre via des KPI prédéfinis.

CBT Conseil propose des ressources expertes et une solution dédiée à la mise en place et au suivi des politiques RSE : « K LAPOTI x CBT »

#### Liens utiles

[Loi LOM et les nouveaux enjeux pour le travel management](#)  
[Notre solution innovante et dédiée à la RSE avec son focus mobilité](#)  
[Innovar avec la mise en place d'un forfait mobilité durable](#)

#### Nous contacter

Julien Chambert  
[Julien.Chambert@cbtconseil.fr](mailto:Julien.Chambert@cbtconseil.fr)  
 06-32-82-68-01



## Achats Travel & MICE

### In-house ou Outsourcing ? Avantages, inconvénients, risques, Comment garder le contrôle sur la stratégie globale ?

#### Charlotte Morot

Directrice des Ventes  
HRS



#### Notre vision

Beaucoup d'acheteurs se voient confier plusieurs catégories d'achat et n'ont pas le temps de s'occuper de certaines catégories jugées complexes. Être **expert dans les domaines du Travel et du MICE** est un travail à plein temps. En particulier, pour ces marchés ultra fragmentés et encore assez opaques en matière de stratégie tarifaire et d'empreinte carbone.

HRS a la conviction que les acheteurs et les agences (TMC, MICE) pourraient et devraient outsourcer les catégories Hôtels et Simple Meetings à des spécialistes, de manière à **optimiser leur temps, apporter de la valeur, et être en ligne avec les objectifs stratégiques des entreprises.**

#### Nos propositions

Pour les **programmes hôtels** : vous n'avez pas **les données vous permettant de comparer vos tarifs** pour chaque destination dans le monde, ni la connaissance fine des stratégies tarifaires des hôteliers ? confiez vos négociations à des spécialistes.

Vous avez des difficultés à **capturer toutes les dépenses Hôtels et MICE** ? Optez pour des plateformes en ligne qui proposent un contenu optimisé, et capturent non seulement toutes les réservations mais qui gèrent les paiements (et dépôt pour le MICE) et fournissent les pièces comptables intégrables facilement.

Pour la **mesure de l'empreinte carbone** : comment comparer des indicateurs venant de sources différentes et dont les critères de mesure ne sont pas homogènes ? Appuyez-vous sur un expert qui applique une méthode uniforme sur votre périmètre de dépense. Il vous aidera à estimer votre impact environnemental actuel et à appliquer le plan d'actions nécessaire à sa diminution.

Sécurité, santé, satisfaction des voyageurs sont aussi des éléments essentiels de votre politique Travel mais vous ne savez pas comment les associer à votre stratégie d'achat. Sollicitez les Pure Players du Sourcing hôtelier dont les plateformes intègrent ces dimensions.

#### Liens utiles

[www.hrs.com/entreprise/](http://www.hrs.com/entreprise/)

#### Nous contacter

Charlotte Morot  
[charlotte.morot@hrs.com](mailto:charlotte.morot@hrs.com)  
06 46 24 59 03

## In-house ou Outsourcing ? Avantages, inconvénients, risques, Comment garder le contrôle sur la stratégie globale ?

### Héloïse Devaux

Account Executive  
Kactus x Bird Office



### Magali Sombandhit

Head of Brand & Communications  
Kactus x Bird Office



### Notre vision

Notre vision a toujours été d'affirmer que les missions à forte valeur ajoutée doivent être in-house laissant ainsi tout ce qui est chronophage et/ou faisant appel à des compétences techniques particulières aux mains de business partners - prestataires et fournisseurs experts de leur cœur de métier.

**L'outsourcing permet ainsi d'accéder à des solutions technologiques qui, non seulement permettent de réaliser des économies mais améliorent aussi la productivité des équipes.**

Pour maîtriser les risques, **agilité et anticipation** sont les maîtres-mots des directions des achats.

Le sourcing des fournisseurs est donc devenu un enjeu majeur pour les directions des achats, avec en ligne de mire le contrôle de la stratégie globale grâce à la **rationalisation des coûts**, une **meilleure maîtrise des risques** et la **réponse aux besoins de leurs clients internes**.

### Nos propositions

Les solutions technologiques apportées par Kactus x Bird Office permettent aux entreprises de structurer une stratégie MICE, de la mettre en place et d'en garder le contrôle via une centralisation des dépenses événementielles.

**Digitalisation des processus achats** (punch out, SSO), **économies d'échelle** en référençant un fournisseur unique, application de la politique MICE des entreprises (conditions de paiement, BDC obligatoire, etc.) sont quelques-unes des propositions spécifiques que nous proposons aux grands comptes.

Pour les utilisateurs, cela se traduit par une meilleure productivité : gain de temps sur l'ensemble du processus (de la recherche de lieux à la facturation) leur laissant ainsi la possibilité de se concentrer sur des missions à forte valeur ajoutée avec la possibilité d'un accompagnement adapté pour chaque besoin événementiel.

### Liens utiles

[Bird Office Corporate](#) / [Kactus Corporate](#)  
Livre Blanc : [La mutation de l'événementiel](#)

### Nous contacter

Héloïse Devaux  
Responsable Grands Comptes  
[heloise@kactus.com](mailto:heloise@kactus.com)  
06 86 05 92 61



## Achats Travel & MICE

### In-house ou Outsourcing ? Avantages, inconvénients, risques, Comment garder le contrôle sur la stratégie globale ?

#### Johann Métayer-Claret

Président  
IME



#### Notre vision

Cette catégorie d'achats est volatile de par le nombre de fournisseurs et la difficulté de traçage des dépenses. Elle concerne l'ensemble des salariés d'une entreprise et implique chaque Direction.

En internalisant la gestion, l'acheteur garde le contrôle des dépenses mais porte les **charges liées au pilotage**. Cela implique de :

- Construire un panel de fournisseurs
- Composer avec leurs modalités financières
- Vérifier leur conformité
- Piloter des AO conjoncturels
- Retraiter les dépenses
- Etablir des contrats avec les groupes hôteliers et acteurs majeurs de la filière

Cela démultiplie les interlocuteurs et les coûts.

**Avantage** de l'outsourcing : avoir recours à un **Mandataire expert** dans les Achats de **classe C**. Il a pour mission la centralisation administrative et financière, le **sourcing** qualifié et conforme des fournisseurs, la mise en avant des **économies**. Autre aspect **positif** : l'intermédiaire se positionne souvent en tant que médiateur entre le fournisseur et l'annonceur.

#### Nos propositions

En externalisant la catégorie vers une **solution outsourcing**, l'acheteur **variabilise ses charges** et peut **garder le contrôle** sur ses dépenses tout en simplifiant l'approche. La mise en place d'indicateurs via un SLA permet de mesurer la performance, le pilotage des dépenses, le traçage des économies sur les prix & coûts. L'acheteur peut s'appuyer sur l'intermédiaire Expert pour mettre en place une politique Travel/MICE en adéquation avec ses enjeux tels que la RSE, la digitalisation, la sobriété économique, etc... Pour ce faire, il est important de **construire une relation durable et transparente**. Ainsi, l'agence se positionne en tant que **tiers de confiance** pour appliquer la stratégie globale de l'annonceur.

#### Liens utiles

Livre Blanc  
[Décrypter et Structurer le MICE - AFTM – Edition 2019](#)  
Livre Blanc  
[Optimiser ses achats de Classe C – Sourcing Force – Edition 2022](#)

#### Nous contacter

[servicecommercial@ime-groupe.com](mailto:servicecommercial@ime-groupe.com)