



Lors du Carrefour des Experts GBTA du 3 février, nos partenaires présenteront dans un format dynamique leur **vision des problématiques non encore résolues et les solutions d'avenir face aux changements du marché.**

**Ces thématiques « quick visions » sont classées en 6 catégories :**

- La technologie au service de l'environnement et du bien-être des voyageurs
- La data et l'intelligence artificielle mieux exploitées dans le Travel et le MICE
- Les adaptations nécessaires face aux nouveaux comportements
- L'intégration des nouvelles tendances de la mobilité
- Plus de clarté et de transparence dans l'hôtellerie
- Les enjeux MICE de demain

**Nous vous invitons à en découvrir les détails ci-dessous.**

# La technologie au service de l'environnement et du bien-être des voyageurs



**Stéphanie Zetlaoui**, Senior Consultant Travel, **SAP Concur**

## **Enjeux et défis des entreprises dans la réduction des émissions de Co2, et si les OBT pouvaient vous aider ?**

Enjeux et défis des entreprises dans la réduction des émissions de Co2, et si les OBT pouvaient vous aider ? Dans le cadre de la RSE et de la réduction des émissions de Co2, il y a 3 grandes catégories :

- Les émissions liées directement à l'activité de l'entreprise
- Les émissions liées à la consommation énergétique des entreprises
- Les émissions non maîtrisées par les entreprises (fournisseurs, employés...)

C'est dans cette dernière qu'il est possible d'agir à travers une politique voyage responsable, mais comment s'y prendre ? Que pouvons-nous mesurer ? Que pouvons-nous contrôler ? Comment influencer les voyageurs ? Les OBT offrent des outils et des fonctionnalités qui vous aident à mieux maîtriser et contrôler les émissions liées aux déplacements professionnels.



**Ronan BERGEZ**, Head of SME Sales EMEA, **Egencia**

## **La digitalisation comme facteur d'accélération Éco-responsable pour les entreprises**

Dans le monde, de nombreuses entreprises, quelle que soit leur taille, continuent de se fixer des objectifs de durabilité de plus en plus élevés et audacieux. En réponse, les sociétés leaders du secteur conçoivent des solutions en libre-service novatrices qui permettent aux voyageurs de réduire leurs émissions de carbone en proposant des options de transport alternatives. Ils peuvent ainsi gagner du temps et de l'argent, tout en opérant des choix volontaires en matière de planification de voyages pour l'avenir.

Dès lors que les voyages d'affaires reviennent à la normalité, de nouvelles fonctionnalités devraient permettre aux entreprises disposant de la technologie adéquate d'opérer des choix de voyages responsables et durables. Découvrez comment l'industrie du tourisme d'affaires, en accélérant la digitalisation de ses solutions, a permis de créer de la valeur.



**Bertrand Flory**, Directeur des ventes, **Emirates**

### **Distribution dans l'aérien : la technologie en réponse aux nouveaux besoins**

La pandémie a accéléré les besoins de transformation de l'industrie du transport pour répondre aux nouvelles attentes des entreprises et des voyageurs.

Dans ce contexte, les acheteurs et les Travel Managers ont besoin d'un contenu plus riche et plus adapté mais ils souhaitent également intégrer d'autres dimensions (écologique par exemple) dans leurs stratégies de mobilité.

Grâce à la technologie, le futur de l'aérien se construit à travers une distribution innovante (SBT, NDC) et responsable ainsi qu'une optimisation des vols pour une meilleure expérience des voyageurs.

**\*\*\***

## **La data et l'intelligence artificielle mieux exploitées dans le Travel et le MICE**



**Louis Mercier**, WW Partner Director, **Jenji**

### **La donnée : pièce maîtresse d'une stratégie Travel moderne et responsable**

Les données recueillies par les organisations du Travel sont de plus en plus conséquentes, mais elles demeurent partielles. Au sein des entreprises, leur utilisation se cantonne encore à du simple reporting analytique, laissant une partie de leur potentiel inexploité. Aujourd'hui, grâce aux bons outils technologiques, et notamment à l'Intelligence Artificielle, il est possible d'exploiter sa donnée afin d'optimiser sa stratégie budgétaire dédiée au Travel et mener une politique de déplacement plus verte. La gestion des voyages professionnels sera ainsi plus efficace et responsable grâce à un usage optimal de vos données.



**Louis-Xavier Dumoulin**, Senior Director, Global Customer Management, **CWT**

### **Comment l'intégration de données externes au voyage est-elle un prérequis pour l'avenir de la fonction voyage d'une entreprise ?**

Les responsables des voyages des entreprises vont jouer un rôle encore plus important dans la stratégie et la réussite de leurs sociétés. Les dernières années ont vu apparaître de nouveaux acteurs (Uber, AirBNB, booking.com), des nouveaux comportements d'achats et l'évolution de la distribution. Le travail et l'impact des responsables voyages sont de plus en plus complexes. En dépassant les données transactionnelles/ de réservations, et en commençant à intégrer des données RH, Finance, notes de frais, les départements auraient-ils la possibilité d'élargir leurs champs d'actions ?

**\*\*\***

## **Les adaptations nécessaires face aux nouveaux comportements**



**Jean-Christophe Carette**, Sales Director – Corporations, **Amadeus France**

### **Voyages d'affaires : le New Deal**

Dans un contexte sanitaire sans précédent, les entreprises et leurs voyageurs s'interrogent sur la pertinence de leurs déplacements professionnels. Ma mission est-elle essentielle ? Comment garantir davantage de sécurité ? Comment éviter les risques ? Comment être plus responsable ? Autant de questionnements qui témoignent de changements profonds dans l'organisation des sociétés. Nous constatons que la technologie – notamment Sans Friction- apporte des solutions pertinentes à ces nouveaux comportements. Nous tenterons de montrer comment ces nouvelles solutions simplifient la vie des voyageurs.



**Aurélien Rodriguez**, Pre-sales & Distribution Director, **HCorpo**

### **Impacts de l'évolution du monde du travail sur le Travel et le MICE**

La crise sanitaire a profondément modifié le monde du travail et ainsi impacté certaines étapes du processus achats, notamment à cause des nouveaux besoins internes, mais aussi de l'adaptation des fournisseurs. Il est essentiel de redéfinir la demande (télétravail, coworking, santé et bien-être du voyageur ...) pour construire un programme autour de la « Nouvelle Normalité », tout en prenant en compte la RSE.

Quelles solutions pour maîtriser ces évolutions ? Quels KPI's afin d'évaluer leurs performances ?



**Solenn Le Brazidec**, General Manager FR&CH, **FCM Travel**

### **Faire face à l'incertitude dans les déplacements professionnels**

Depuis deux ans, au-delà de la gestion du risque sanitaire, nous faisons face à une difficulté majeure : l'incertitude. L'incertitude liée à la situation globale : ouvertures / fermetures des frontières, conditions de déplacements... L'incertitude liée à la situation professionnelle de chaque entreprise : adaptation de la politique voyages, accompagnement en cas d'imprévus... L'incertitude liée à la situation personnelle de chacun : la peur engendrée par le déplacement, la recherche de sécurité et de confort... Les voyageurs ont désormais besoin de trouver du sens dans leurs déplacements professionnels. Le bien-être de chacun est devenu une priorité et le besoin de voyager est réévalué. Désormais, nous voyageons moins mais mieux et c'est au rôle des TMC d'accompagner les clients dans ce sens...



**Benjamin Abittan**, Directeur Général, **Chateaufarm**

### **La Culture d'Entreprise, le rempart à la "Big resignation" (*la grande démission*)**

Depuis le COVID, nous observons un phénomène en Occident appelé par les Américains, "the big resignation"\* . Les causes de ce mouvement massif de départs des salariés ont été analysées. Les principaux enseignements nous donnent les axes majeurs à mettre en place dès aujourd'hui pour les entreprises. Le sentiment de communauté et d'appartenance est essentiel aux nouvelles générations. La communauté de travail en est une : adhérer à une culture d'entreprise, comprendre le sens de ma mission et faire partie d'une cause plus large. Faire partie d'un projet commun et en partager le sens.

Comment mettre cela en place, comment accompagner ce grand projet, comment accompagner les générations ? Autant de questions que nous pourrions partager ensemble.

\* *la grande démission*

**\*\*\***

## **L'intégration des nouvelles tendances de la mobilité**



**Adélaïde Steiner**, B2B Marketing Manager, **FREE NOW For Business**

### **Améliorer le bien-être des collaborateurs grâce à la mobilité**

La mobilité urbaine a rapidement évolué ces dernières années, poussée par la situation pandémique (globalisation du télétravail, baisse des déplacements professionnels ...)

Les collaborateurs exigent davantage d'options de mobilité, notamment des solutions plus écologiques et plus sûres pour se rendre à leurs rendez-vous clients, une plus grande souplesse pour les trajets domicile-travail grâce, par exemple, à l'utilisation de solutions de micro-mobilité (trottinettes/ vélos et scooters électriques).

Comment la mobilité est-elle devenue un argument de taille pour attirer et retenir les talents ?

Comment une solution de mobilité optimale peut-elle contribuer à l'amélioration du bien-être des collaborateurs et faire briller la marque employeur ?



**Frédéric Villa Vega**, General Manager & Co-Founder, **Carbookr**

### **Et si l'offre des nouveaux acteurs de la mobilité était accessible aux Business Travellers aujourd'hui ?**

On voit de nos jours l'émergence sur le marché de nouvelles offres de mobilité : VTC, néo-loueurs de voiture, auto-partage, scooter et trottinettes en libre-service.

Très peu d'outils du business travel (GDS + SBT) intègrent ce type de service car ils ne maîtrisent pas encore la technologie propre à adresser ces workflows spécifiques.

Comment simplifier l'accès à cette offre ?

Mettre en place des ponts via API qui permettent une intégration de ces nouveaux services et faciliter le transfert de flux de données plus complexes que les acteurs traditionnels (qui s'appuient sur une infrastructure locale pour ce type de besoin).



**Jacques de Villeplée**, Directeur Commercial, **Sixt France**

### **Les voitures électriques, le courant peut passer entre nous !**

Aujourd'hui, plusieurs éléments poussent les entreprises à favoriser les véhicules électriques vs véhicules thermiques : la loi LOM, les ZFE, la tendance "green" de la nouvelle génération et bien-sûr le besoin de limiter l'impact environnemental.

Cependant, très peu d'entreprises poussent leurs collaborateurs à utiliser ce type de voitures, ou si c'est le cas, force est de constater que cette tendance ne progresse pas.

Faciliter l'accès aux véhicules électriques pour vos collaborateurs passera par leur mise en avant via les OBT, la communication sur l'ensemble des services (disponibilité des véhicules, stations de recharges...) et l'intégration de la réduction carbone aux reportings de l'entreprise.

\*\*\*

## Plus de clarté et de transparence dans l'hôtellerie ?



**Ziad Minkara**, Directeur Général, **CDS Groupe**

### **Benchmarkez vos dépenses hôtelières : une visibilité et une transparence nécessaires en 2022 !**

Est-il envisageable de benchmarker et anticiper la dépense hôtelière en situation de crise? Quelles sont les tendances ? Quelles sont les catégories d'hôtels les plus plébiscitées durant ces deux dernières années ? A l'heure actuelle, quel est le comportement des hôteliers ? Quelles sont les besoins recensés lors des RFP ? Des données et tendances plus que jamais nécessaires pour aider les acheteurs à se positionner dans cet environnement fluctuant



**Charlotte Morot**, Director of Sales, **HRS Western Europe**

### **La Transparence dans la chaîne de valeurs hôtels**

Aujourd'hui, nombreuses sont les sociétés à questionner sur la transparence des solutions : Business models marchands – non marchands, coûts cachés, partenariats rémunérés, partenariats technologiques, algorithmes d'affichage, inventaires hôtels, tarifs à conditions, market places, monétisation, contrôle des tarifs négociés chargés, gratuité des services...

Jusqu'où va la transparence, qu'est-ce qui est acceptable et dans quelle limite pour les Sociétés ?



\*\*\*

## Les enjeux MICE de demain



**Arnaud Katz, CEO, Bird Office**

### **L'expérience et l'engagement au coeur des enjeux du MICE de demain**

Dans un contexte d'évolution des entreprises et notamment des modes d'organisation du travail, le secteur du MICE se transforme et évolue. On assiste de plus en plus à la digitalisation des outils, des process et des événements (virtuels, hybrides).

Automatisation, connectivité, expérience sont au cœur du MICE d'aujourd'hui et de demain, dans l'optique de répondre à l'objectif principal : l'engagement. Comment, en effet, engager et ré-engager des collaborateurs de plus en plus mobiles, disséminés dans de multiples endroits (bureau, domicile, espaces tiers, en physique vs à distance, etc.) ?



**Alex Philippot, Co-fondateur, Youna**

### **Optimiser les dépenses et la sécurité de vos événements simples ?**

Le segment des événements simples représente 43% des dépenses MICE, un marché qui reste aujourd'hui encore très fragmenté.

Réserver un événement simple peut s'avérer être très chronophage et la gestion des dépenses très coûteuse.

Le MICE est le dernier segment du voyage à ne pas avoir opéré sa transformation numérique.

Connecter toutes les parties prenantes en temps réel nous permettrait de simplifier les usages, réduire les coûts opérationnels et réduire les risques.

Le succès de cette mutation réside aujourd'hui sur notre capacité à fédérer les entreprises, les prestataires et les Startup afin de concevoir ensemble les usages de demain.