



REED & MACKAY

A Navan Company

Prévisions 2025

Les tendances du voyage d'affaires

Perspectives

L'année 2024 a montré que le secteur du voyage d'affaires a fait preuve de résilience. Il a surmonté les défis liés à la pandémie mondiale et est entré dans une nouvelle phase de reprise post-pandémique. Cette dynamique semble devoir se poursuivre, selon les dernières prévisions de [l'Index du Voyages d'Affaires de la Global Business Travel Association \(GBTA\)](#), qui prévoit que les dépenses mondiales en voyages d'affaires atteindront un niveau record de 1,48 trillion de dollars d'ici la fin de l'année. De plus, d'ici 2028, ces dépenses devraient dépasser les 2 trillions de dollars.

Cependant, des défis demeurent. [L'inflation persistante, les tensions géopolitiques et l'augmentation des catastrophes naturelles](#) continuent de représenter des risques pour l'industrie. Au-delà de ces phénomènes critiques, quels autres facteurs les Travel Manager doivent-ils surveiller pour optimiser leurs programmes de voyages et améliorer l'efficacité de leurs entreprises ? Reed & Mackay partage son point de vue sur les principales tendances qui devraient façonner la gestion des voyages dans les 12 prochains mois, offrant des conseils pour voyager sereinement dans le paysage en constante évolution des voyages d'affaires.

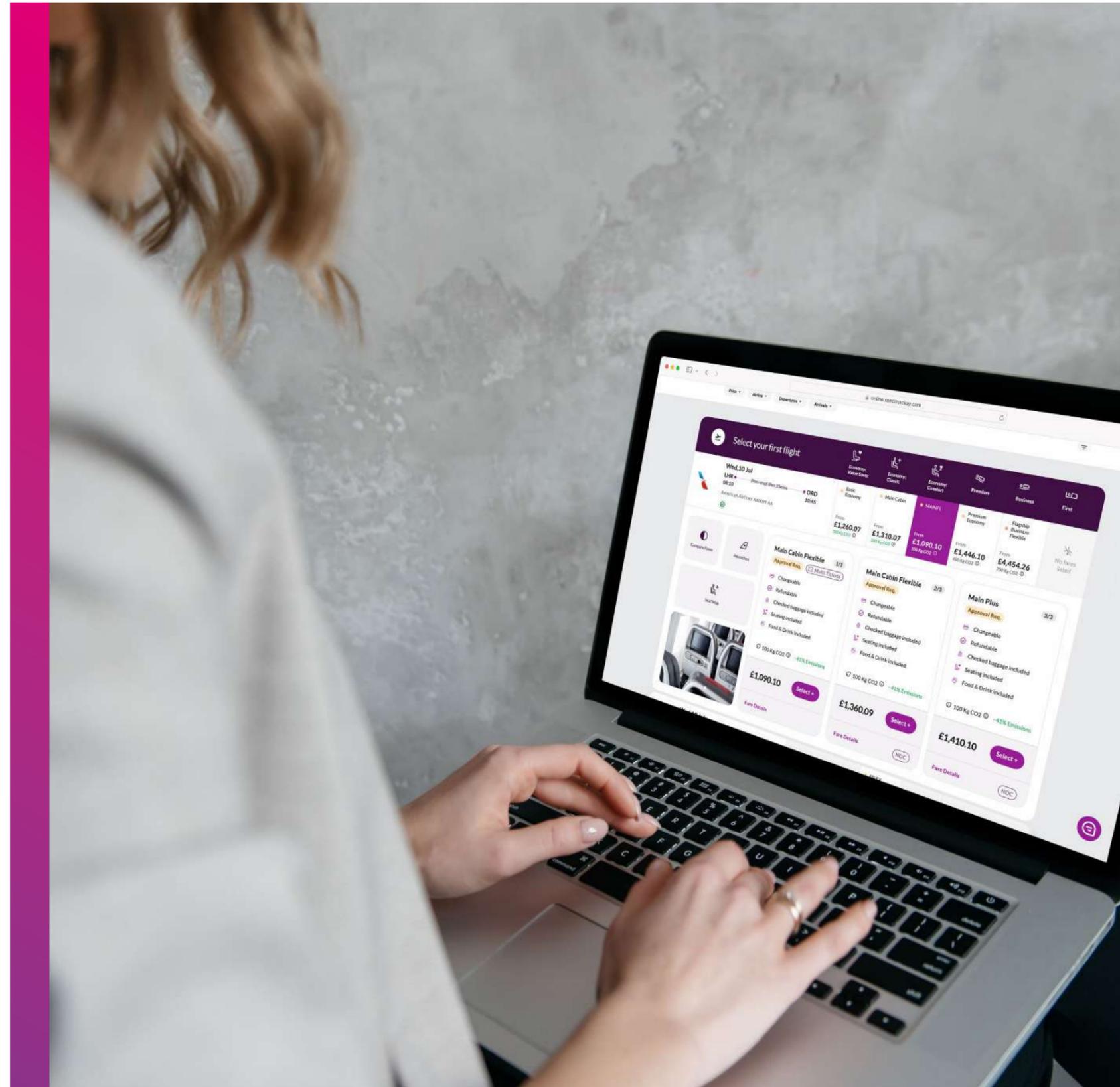
Les dépenses mondiales devraient atteindre un niveau record de 1,48 trillion de dollars d'ici la fin de l'année.

Voyage d'affaires

En 2025, l'industrie des voyages d'affaires devra adopter les nouvelles technologies pour rester compétitive et accélérer sa croissance. En juin 2024, nous avons interrogé des acheteurs lors du Business Travel Show Europe sur l'importance des outils de réservation en ligne, et plus des trois quarts (83 %) les utilisent. Cela souligne leur importance croissante dans la gestion des voyages d'affaires et il en va de même pour la priorité accordée à l'expérience utilisateur.

« L'expérience utilisateur pour les outils de réservation de voyages est tout aussi importante que les fonctionnalités de base de la plateforme. C'est la clé de l'adoption par les utilisateurs, c'est pourquoi nous avons investi massivement dans ce domaine », déclare Fahim Khan, Global Director of Product chez Reed & Mackay.

[Reed & Mackay a lancé une série d'améliorations de sa technologie R&M/Book, notamment une interface utilisateur repensée et un processus de réservation aérienne amélioré.](#) « Nos clients nous disent que disposer du contenu le plus complet est important pour leurs utilisateurs. Et cela est un facteur clé qui nous distingue. C'est pourquoi nous mettons tout en œuvre pour nous assurer qu'ils disposent des meilleures offres, qu'il s'agisse de compagnies aériennes régulières, de contenu NDC ou de transporteurs à bas prix, tant en ligne qu'hors ligne, grâce à notre technologie propriétaire. », ajoute Fahim Khan.





New Distribution Capability (NDC)

Les NDC devrait continuer de façonner le paysage des voyages d'affaires en 2025, transformant les stratégies de tarification des compagnies aériennes. Le passage à des modèles de tarification continus et dynamiques permet une gestion des revenus plus précise et un meilleur alignement avec la demande du marché.

« Jusqu'à présent, les compagnies aériennes ont principalement collaboré avec les agences de voyages d'affaires (TMC) pour adopter progressivement les NDC en offrant des avantages tels que la tarification continue. », explique Richard Lindsay, Senior Director Airline Partnerships chez Reed & Mackay. « Certaines compagnies aériennes ont également proposé des « canaux privés » aux TMC et à leurs clients afin de réduire les écarts de prix tout en développant leurs connexions NDC. »

Cependant, [un sondage GBTA Business Travel Outlook plus tôt cette année a révélé que 71 % des répondants estiment avoir besoin de plus d'informations et de formation sur les NDC](#). De plus, 51 % des répondants ont indiqué qu'ils n'avaient pas encore commencé à mettre en œuvre les NDC. Alors, comment les compagnies aériennes et les TMC peuvent-elles répondre aux préoccupations des acheteurs de voyages concernant la distribution du contenu aérien à l'approche de 2025 ?

Malgré les inquiétudes de [42 % des répondants dans le même sondage qui estiment que les compagnies aériennes vont trop vite avec le NDC](#), ces dernières continuent de progresser pour améliorer l'expérience client. »





Par exemple, [British Airways a investi 7 milliards de livres pour transformer sa technologie commerciale](#), tandis que des compagnies comme [Delta développent également des stratégies NDC en 2025](#).

John Keichline, CEO de Reed & Mackay aux États-Unis, se montre optimiste quant au rôle que les TMC joueront dans l'adoption des NDC en 2025. « Les TMC doivent adopter les NDC et fournir à leurs clients un catalogue complet de contenu », déclare-t-il. « De plus, le rôle de la TMC est de fournir des conseils d'experts à leurs clients, il est donc essentiel que les consultants en voyages puissent expliquer les avantages et les limites des NDC. ».

Les NDC sont là pour durer et, à l'approche de 2025, Richard Lindsay estime que deux éléments clés se produiront à mesure que les NDC mûrissent. « Les compagnies aériennes commenceront à intégrer les exigences d'adoption des NDC dans leurs accords commerciaux avec leurs clients et nous verrons des progrès autour de la personnalisation, avec des tarifs spécifiques pour les voyageurs ou les groupes de voyageurs », explique Richard Lindsay.

À l'approche de 2025, Reed & Mackay intensifiera les NDC et cherchera à en accroître l'adoption, explique Fred Stratford, PDG du groupe Reed & Mackay : [« La rapidité et l'agilité avec lesquelles nous délivrons le meilleur contenu et des gains d'efficacité en termes de coûts sont également soutenues par notre technologie de voyage. Cela nous permet d'être réactifs car nous ne dépendons pas de technologies tierces. »](#)





À l'approche de l'objectif Net Zéro 2050 de l'ONU, les entreprises peuvent s'attendre à des réglementations plus strictes dans les prochaines années.

Durabilité

L'année 2025 sera une année déterminante pour la durabilité dans l'industrie des voyages d'affaires. À mesure que les organisations se rapprochent de leurs objectifs de [neutralité carbone](#), elles demandent de plus en plus les actions que mène leur TMC pour devenir neutres en carbone et comment elles peuvent les aider à atteindre leurs propres objectifs de zéro émission nette. De plus, les premières entreprises tenues de se conformer à la [Corporate Sustainability Reporting Directive](#) en 2024 devront publier leurs rapports l'année prochaine.

« Au cours des 12 derniers mois, la durabilité est clairement devenue l'un des domaines clés dans lesquels nos clients recherchent notre expertise », explique Stratford. « Et nous savons que c'est un domaine dans lequel nous pouvons ajouter une réelle valeur aux programmes de voyage de nos clients et les soutenir dans la réalisation de leurs objectifs ESG. »

Chris Truss, Global Sustainability Director chez Reed & Mackay, prévoit une augmentation des réglementations en matière de durabilité en 2025. « À l'approche de l'objectif Net Zero 2050 de l'ONU, les organisations du monde entier peuvent s'attendre à des réglementations de durabilité plus strictes dans les années à venir », affirme Chris Truss.

« De plus, à mesure que les lois sur la durabilité continuent d'évoluer et de se renforcer, les entreprises surveillant leurs objectifs de durabilité seront mieux positionnées que celles qui ne le font pas. Nous commençons à observer un changement dans les habitudes de voyage des entreprises, avec un grand nombre d'entre elles fixant des objectifs de réduction des émissions de carbone ou mettant en place leurs propres engagements pour la zéro émission nette. »



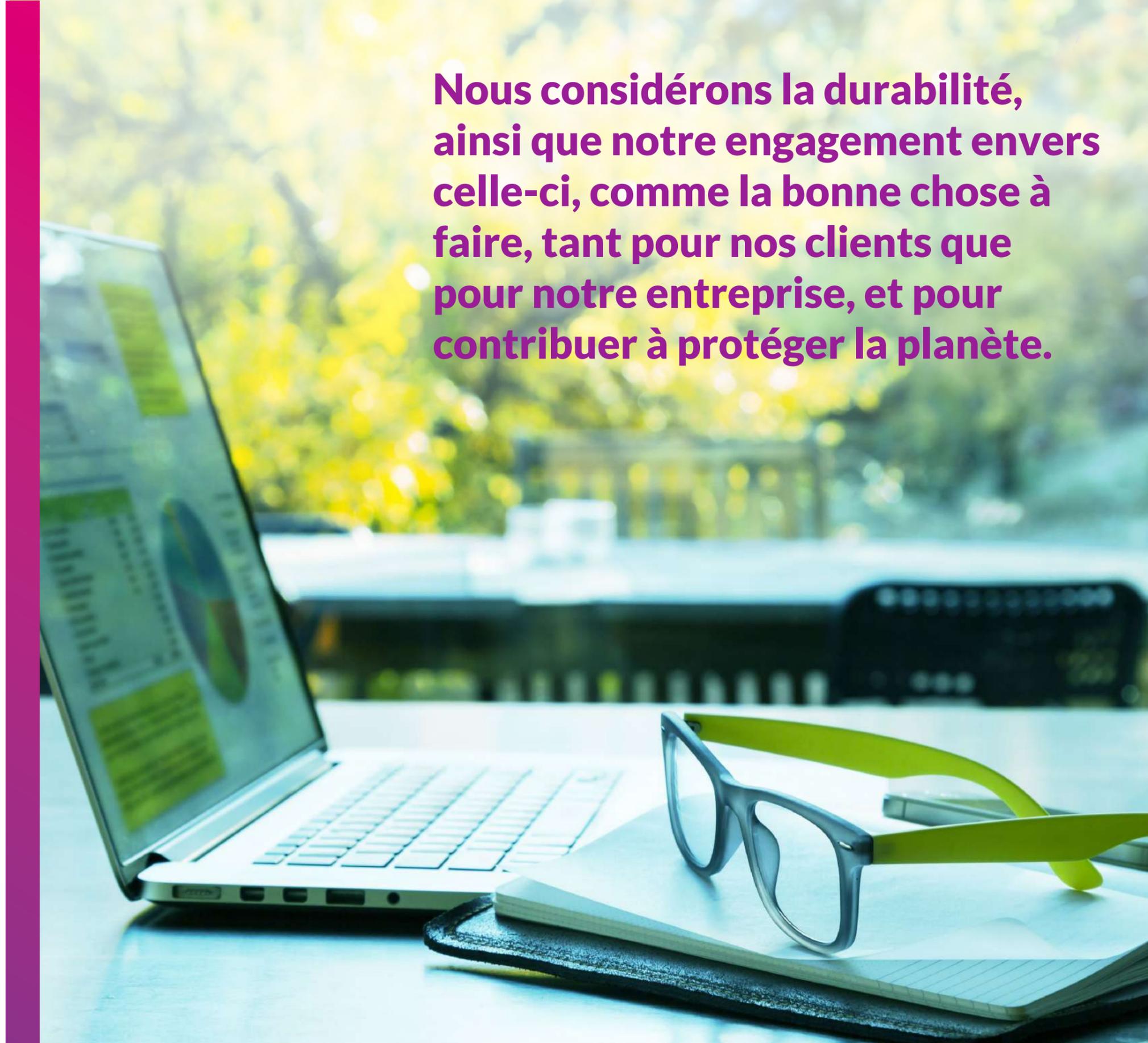


Pour aider nos clients à atteindre leurs objectifs Net Zéro, Reed & Mackay offre un accès à des données CO2 détaillées ainsi qu'à des rapports CO2 personnalisés et à des portefeuilles de compensation carbone. L'une des fonctionnalités les plus récentes en matière de CO2 dans notre technologie permet aux entreprises de concevoir et de mettre en œuvre des politiques de voyage sur mesure, ainsi qu'un flux d'approbation basé sur les émissions de CO2 projetées pour les voyages aériens, ferroviaires et terrestres et les séjours à l'hôtel. Cette amélioration offre aux voyageurs une meilleure visibilité des options de voyage « conformes à la politique », que ce soit lors de la réservation via R&M/Book ou avec un consultant Reed & Mackay.

En plus d'aider nos clients à atteindre leurs objectifs de durabilité, Reed & Mackay s'engage pleinement à atteindre son propre objectif Net Zéro. « Chez Reed & Mackay, nous nous sommes engagés à atteindre le Net Zéro sur les scopes 1, 2 et 3 d'ici 2045 », ajoute Truss. « Nous reconnaissons que cela représente un défi important pour l'entreprise, mais nous sommes déterminés à le relever. Nous sommes fiers de notre engagement envers le Net Zéro, qui est ambitieux tant dans son périmètre que dans son calendrier, mais nous savons que le travail acharné commence dès maintenant pour le concrétiser. »

Fred Stratford souligne l'importance de notre engagement Net Zéro, en ajoutant : « Nous continuons de considérer la durabilité, ainsi que notre engagement envers celle-ci, comme la bonne chose à faire, tant pour nos clients que pour notre entreprise, et pour contribuer à protéger la planète. »

Nous considérons la durabilité, ainsi que notre engagement envers celle-ci, comme la bonne chose à faire, tant pour nos clients que pour notre entreprise, et pour contribuer à protéger la planète.





Transport terrestre (train et location de voitures)

Avec la nécessité croissante de réduire les émissions carbonees et de respecter les objectifs de zéro émission nette, les organisations optent de plus en plus pour les transports ferroviaires et la location de voitures plutôt que pour les voyages aériens, en particulier pour les déplacements nationaux.

Le transport ferroviaire est 12 fois plus efficace en termes d'énergie que les voyages aériens et les initiatives d'électrification à travers le Royaume-Uni et l'Europe en ont fait une option attractive pour les organisations cherchant à réduire leurs émissions.

Par ailleurs, l'industrie de la location de voitures devrait dépasser les 100 milliards de dollars d'ici 2030. Pour les voyageurs d'affaires, la location de voitures offre commodité et flexibilité. Cependant, bien que les véhicules électriques offrent une solution prometteuse, l'adoption sur le marché des entreprises a été plus lente que prévu. Les coûts élevés de location, les frais de maintenance et l'infrastructure de recharge limitée restent des obstacles importants.

Malgré l'optimisme autour des options de transport terrestre, la priorité pour les TMC et les fournisseurs sera de consolider le contenu sur une seule plateforme. Comme les options ferroviaires et de location de voitures ont gagné en popularité, le contenu est devenu fragmenté, rendant l'accès difficile pour les acheteurs. Résoudre cette fragmentation sera une priorité pour les fournisseurs et les TMC en 2025.

Meetings and events

89 % des responsables mondiaux de la stratégie événementielle estiment que les événements en personne sont essentiels pour augmenter les revenus, principalement en raison des opportunités de réseautage qu'ils offrent. En particulier, les professionnels de l'événementiel s'attendent à ce que les réunions internes soient les événements le plus courant en 2025.

Julie Oliver, Global Chief Operating Officer de Reed & Mackay, est optimiste quant aux perspectives de l'industrie en 2025. « Il est clair que les gens veulent continuer à se rencontrer en personne, donc le secteur est bien positionné pour croître en 2025 », déclare Julie Oliver.

Cependant, malgré cet optimisme, 47 % des organisateurs d'événements déclarent que l'augmentation des coûts est leur principale préoccupation. Pour y faire face, les entreprises se tournent vers la technologie, comme la réalité augmentée et la réalité virtuelle, pour offrir des expériences personnalisées et immersives qui maximisent l'impact de l'événement.

« Les expériences immersives peuvent ajouter un « effet wow » et apporter un nouveau niveau d'interaction aux événements », ajoute Julie Oliver. « Nous n'avons pas encore vu les expériences immersives s'établir dans le domaine des événements d'entreprise, mais cela ne veut pas dire qu'elles ne le feront pas. »

Cependant, Julie Oliver reste prudente. « Bien que les développements technologiques offrent de nouvelles opportunités, il faudra un investissement supplémentaire pour les soutenir pleinement. De plus, il est crucial que les organisateurs d'événements gardent en tête l'importance du contact humain pour favoriser des connexions significatives que la technologie seule ne peut offrir. »



Bien-être des voyageurs

[Les répondants à l'International SOS Risk Outlook 2024](#) ont classé les tensions géopolitiques comme le deuxième plus grand souci en matière de sécurité, avec trois personnes sur quatre s'attendant à ce que leurs organisations soient considérablement impactées en 2025.

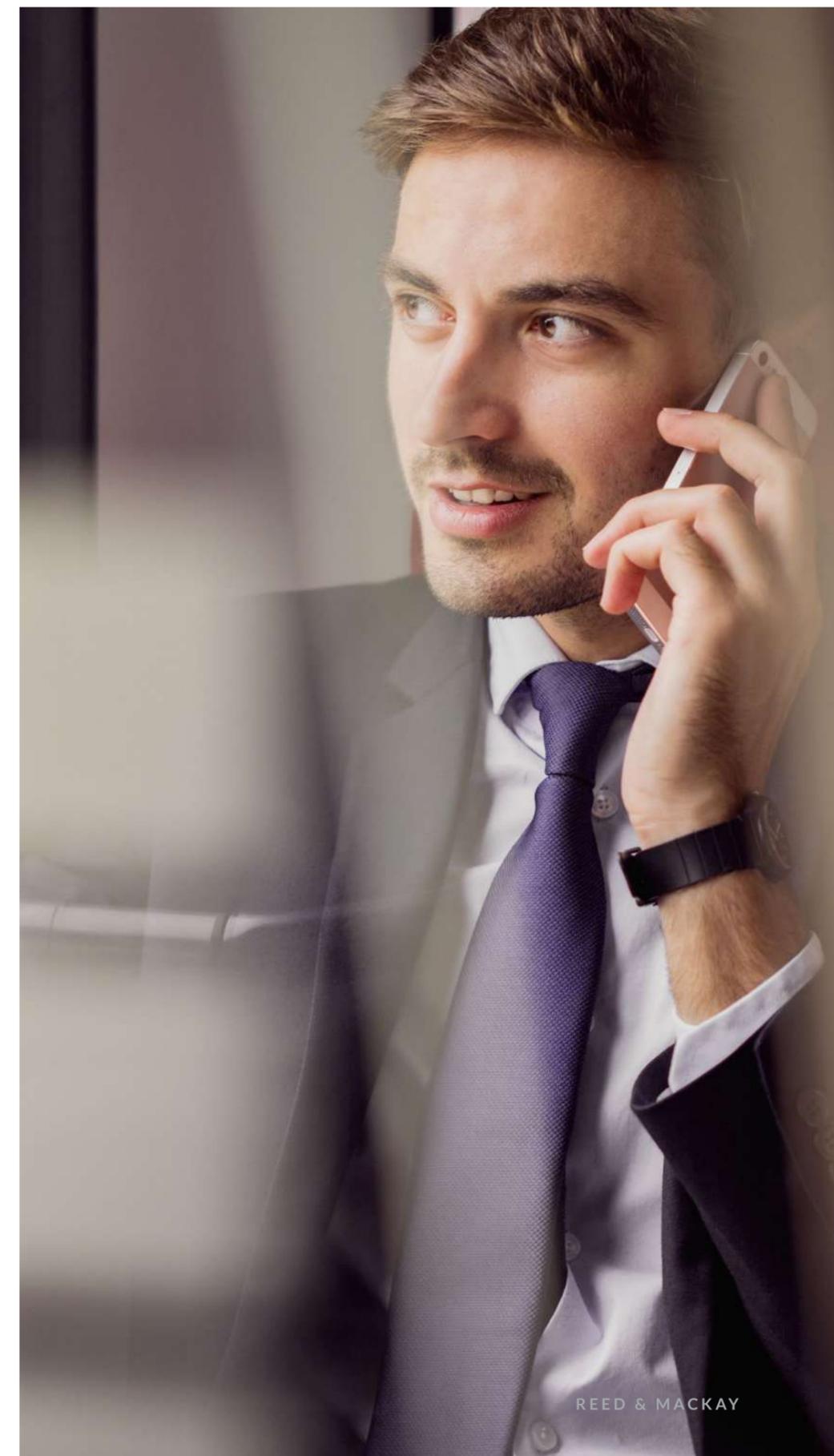
De plus, la fréquence et la gravité accrues des événements climatiques augmentent les risques liés aux voyages. [50 % des répondants au Risk Outlook de l'International SOS ont indiqué que leurs opérations ont été affectées par des événements liés au changement climatique.](#)

Face à ces risques accrus, les organisations ont un devoir de protection envers leurs employés lorsqu'ils voyagent pour affaires, en veillant à ce que les voyageurs soient soutenus et aient accès aux informations et aux ressources nécessaires pour minimiser les risques.

Tanya Michaud, Operations Director chez Reed & Mackay, estime que le suivi des voyageurs et la gestion des risques continueront d'être une priorité en 2025.

« Les organisations accordent de plus en plus d'importance au suivi des voyageurs et aux rapports de gestion des risques », explique Tanya Michaud. « Bien que les demandes de rapports aient été universelles, les solutions et le soutien spécifiques demandés par les organisations varient en fonction de la taille et de l'échelle de leurs opérations de voyage. ».

Jane Warren, CEO de Reed & Mackay pour la région Asie-Pacifique, partage cet avis et souligne l'importance de travailler avec des partenaires pour garantir le bien-être des voyageurs. « [Les clients de Reed & Mackay ont accès à notre Unité de gestion des incidents disponible 24h/24 et 7j/7 dans le monde entier](#), et nous entretenons des relations solides avec nos partenaires en gestion des risques pour assurer la sécurité de nos voyageurs », ajoute Jane Warren. « De plus, compte tenu des défis accrus auxquels nous sommes confrontés, il est important que les entreprises veillent à ce que leurs voyages soient réservés via une TMC afin que leurs voyageurs bénéficient de ce devoir de protection. »



Diversité, Équité et Inclusion

Tout le monde mérite une expérience de voyage positive, mais il reste encore du travail à faire pour s'assurer que les employés disposent des connaissances et des outils nécessaires pour y parvenir.

Les TMC continueront de jouer un rôle clé pour aider leurs clients à développer des politiques de voyage inclusives. Cependant, Jane Warren souligne que les clients jouent également un rôle essentiel. « Je pense qu'il incombe à chaque organisation de créer une politique de voyage qui réponde aux besoins spécifiques de ses voyageurs », indique-t-elle.

« Par exemple, les voyageuses peuvent avoir des préférences concernant l'emplacement des hôtels et les options de transport.

De même, [les voyageurs souffrant d'un handicap peuvent avoir besoin d'un soutien supplémentaire](#) pendant le processus de réservation pour garantir que leurs besoins en matière d'accessibilité soient satisfaits. »

« Reed & Mackay peut apporter son soutien en soulignant les domaines potentiels de préoccupation [grâce à notre Unité de gestion des incidents et nos consultants en voyages experts](#). Cependant, les organisations doivent développer leur programme de voyage car elles comprennent mieux leurs voyageurs. »



L'essor du travail à distance

12

Depuis la pandémie, le télétravail a gagné en popularité. [World Travel Protection estime qu'il y a désormais plus de 40 millions de télétravailleurs dans le monde](#), avec un triplement du nombre entre 2019 et 2022. Cette croissance n'est guère surprenante ; le travail à distance offre un meilleur équilibre travail-vie personnelle, une plus grande flexibilité et, souvent, des coûts de vie plus bas.

En réponse, [plus de 66 pays – dont la Grèce, le Portugal et le Japon – proposent désormais des visas pour les télétravailleurs](#). Ces visas couvrent généralement des séjours d'un à deux ans et incluent souvent des avantages tels que des réductions fiscales ou des exonérations. Cependant, les demandeurs doivent remplir des conditions minimales de revenus.

Alors que les entreprises élaborent des lignes directrices pour la gestion de projets et rationaliser la supervision, les TMC jouent également un rôle clé pour soutenir les travailleurs à distance. Elles aident à gérer les options de visas et assurent la conformité avec les réglementations locales.

« Notre présence mondiale nous permet d'offrir [une assistance en matière de voyage, peu importe le pays où nos clients se rendent, avec une solution disponible 24h/24 et 7j/7, nos voyageurs peuvent être assurés qu'il y a toujours quelqu'un pour les assister](#) », ajoute Jane Warren.

Cependant, cette tendance apporte de nouveaux défis. À mesure que les arrangements autour du télétravail se développent, les entreprises doivent redéfinir les politiques de protection des voyageurs, prendre en compte les risques régionaux et fournir un meilleur soutien en matière de santé mentale. Selon le [rapport 2024 d'International SOS](#), les employés s'attendent à des soins robustes lorsqu'ils travaillent à distance. Pour beaucoup, cela devient une priorité.

Bleisure

En 2025, la fusion des voyages d'affaires et de loisirs, ou « bleisure », devrait continuer sa trajectoire ascendante. La société mère de Reed & Mackay, [Navan, a rapporté une augmentation de 275 % du nombre de réservations « bleisure » en 2024](#) par rapport à 2023.

Qu'est-ce qui explique cette hausse ? « Comme l'a souligné Fred Stratford l'année dernière, de nombreux facteurs continuent de favoriser ce type particulier de voyage ; la perception de la durabilité, le coût du voyage et la commodité. », indique Fred Stratford.

Des enquêtes récentes ont davantage mis en évidence cette tendance, [plus de deux tiers des voyageurs d'affaires ont l'intention de combiner leurs déplacements](#)

[professionnels avec des voyages de loisirs dans l'année à venir](#). De plus, 58 % des managers les encouragent activement à le faire. Ce phénomène est particulièrement marqué parmi les millennials, [86 % d'entre eux déclarent qu'ils sont plus susceptibles d'ajouter du temps libre à leurs déplacements professionnels](#).

Tony Peckham, Global Operations Director chez Reed & Mackay, prévoit que cela deviendra la norme. « Il est évident que la tendance à ajouter un voyage personnel à un déplacement d'affaires fera progressivement partie du quotidien, à mesure que la génération Z et les millennials progresseront dans leur carrière », explique-t-il.



Comment maintenir les programmes de voyage adaptés aux besoins futurs ?

Les perspectives pour les voyages d'affaires en 2025 sont optimistes, mais il existe des domaines de préoccupation pour lesquels les organisations doivent se préparer, des tensions géopolitiques à la fréquence et à la gravité accrues des événements climatiques extrêmes. Alors, comment les programmes de voyage peuvent-ils rester adaptés aux besoins futurs ?

Le développement des outils de réservation en ligne (OBT) et des technologies par les TMC est essentiel. « Les clients cherchent de plus en plus des améliorations qui simplifient le processus de réservation tout en offrant un contenu vaste et facilement accessible », déclare John Keichline, CEO de Reed & Mackay aux États-Unis. « Beaucoup apprécient également des fonctionnalités comme les données sur les émissions de carbone au moment de la réservation, leur permettant de faire des choix informés et durables. ».

Jane Warren, CEO de Reed & Mackay pour la région Asie-Pacifique, souligne aussi l'importance continue du devoir de diligence, ajoutant que « les outils intégrant des produits et services de devoir de diligence deviennent une priorité, alors que les organisations s'efforcent de maintenir un haut niveau de sécurité et de bien-être pour les voyageurs. En faisant évoluer nos OBT pour répondre à ces besoins, nous sommes positionnés pour ajouter de la valeur aux programmes de voyage de nos clients. »

Les clients cherchent de plus en plus des améliorations qui simplifient le processus de réservation tout en offrant un contenu vaste et facilement accessible.



Découvrez comment Reed & Mackay peut répondre à tous vos besoins en gestion de [voyages d'affaires](#) et [d'événements](#) en 2025.

Contactez-nous à contact.fr@reedmackay.com