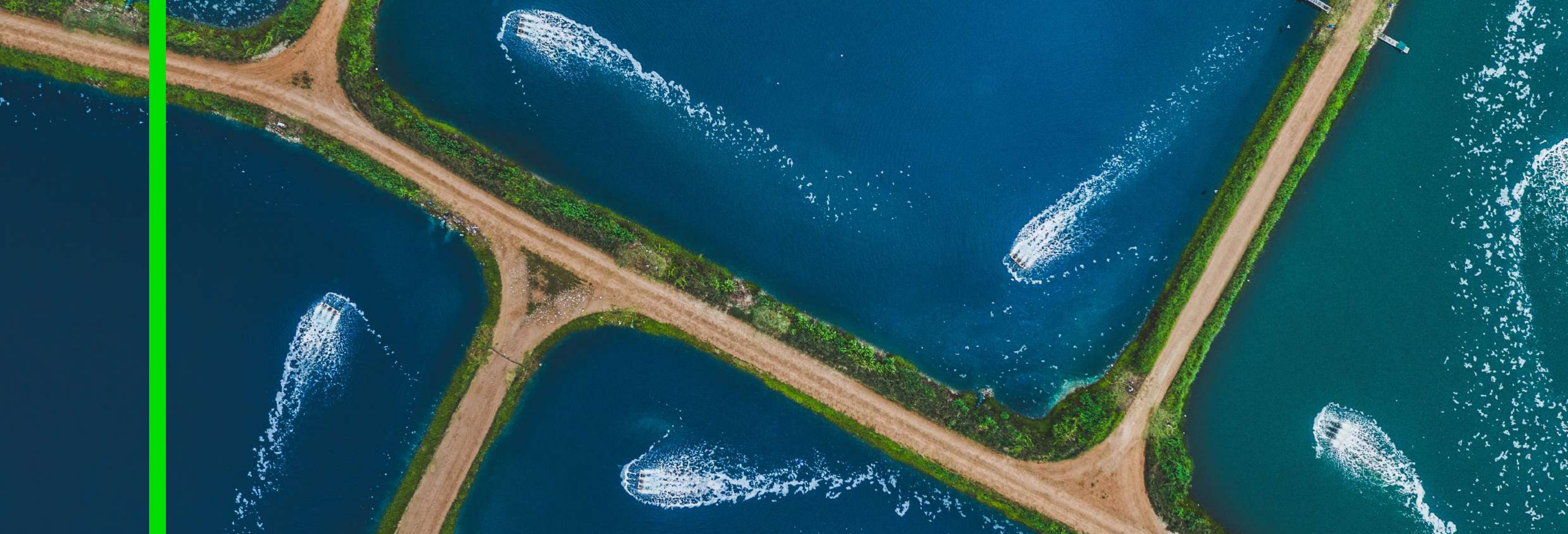


+1,5°C d'ici à 2040

Le voyage d'affaires durable fait
monter la température



L'une des conséquences positives de l'interruption des voyages sous l'ère COVID a été la mise en lumière de la durabilité. En effet, les entreprises intéressées par l'impact de la réduction des voyages d'affaires sur l'environnement se tournent naturellement vers de nouvelles solutions plus durables. De plus en plus d'entreprises se posent d'ailleurs la question de savoir quel équilibre trouver entre le développement de leur activité et leur émission carbone sans pour autant compromettre l'atteinte de leurs objectifs.

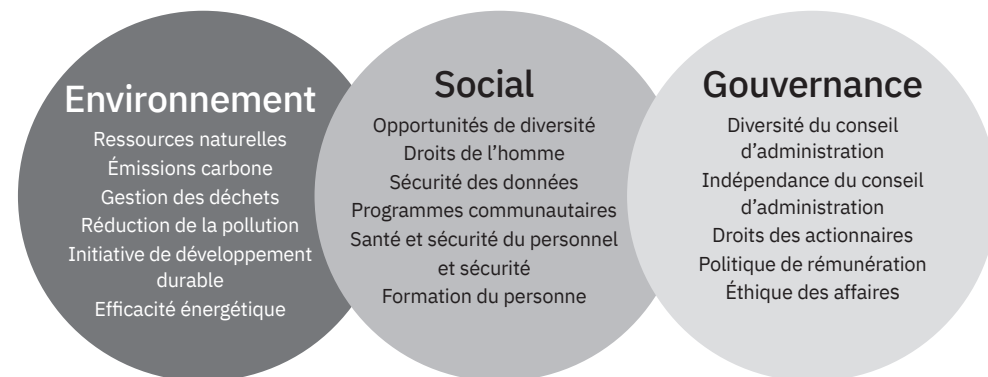
Alors que des expressions telles que "voyage neutre en carbone", "passer au vert" et "voyager léger" sont devenues courantes dans le secteur du voyage, on attend désormais des entreprises qu'elles passent à l'action. Cela peut paraître simple, mais l'évolution vers la durabilité dans le secteur des voyages d'affaires va au-delà d'un rapport sur les émissions de CO2. Le voyage responsable prend désormais en compte trois volets : Environnemental, Social et Gouvernance (ESG), qui sont à l'origine d'une stratégie plus large au sein de l'entreprise.

“Inutile de voir tout l’escalier, gravissez juste la première marche.”

MARTIN LUTHER KING, JR.

L'ESG expliqué

Avant l'ESG, il y avait les 3P (People, Profit, Planet). Le PPP a été décrit pour la première fois par John Elkington en 1994 comme un cadre comptable permettant de rendre compte des performances d'une entreprise et de sa valeur commerciale au sens large. Ce cadre était alors un excellent point de départ, mais depuis le début des années 2000 le cadre ESG est devenu la référence.



Un programme voyage centré sur l'ESG

Si vous travaillez dans le domaine des achats et que vous êtes en charge de la gestion des approvisionnements directs, vous êtes peut-être déjà en train d'évaluer vos stratégies d'approvisionnement et de gestion des fournisseurs par rapport à l'ESG.

Les recherches indiquent toutefois que l'accent mis sur l'ESG dans le secteur de la gestion des fournisseurs indirects, dont les voyages font partie, est plus lent à se développer que dans d'autres secteurs. Ce n'est qu'en 2018-2019 que FCM Consulting a commencé à voir des clients évaluer leurs fournisseurs aérien, hôtelier et de location de voiture sur la base de critères de durabilité. En 2022, toutes les entreprises analysent maintenant leurs fournisseurs voyages et identifient les nouvelles pratiques en accord avec leurs stratégies ESG.

Bien sûr, l'ESG ne concerne pas seulement les voyages, il est au centre des préoccupations de nombreuses entreprises. Les directions générales élargissent leur vision du risque et identifient de nouveaux moyens de soutenir leur stratégie ESG. Le réchauffement climatique étant désormais quantifiable, les entreprises commencent à intégrer les initiatives de développement durable dans leur budget.

La Task Force on Climate-related Financial Disclosures (TCFD*) recommande aux entreprises de réaliser et d'inclure des scénarios liés au changement climatique dans leurs rapports financiers. Cette recommandation garantit que les décideurs prennent en compte les risques et les opportunités au-delà du cadre de leurs activités.

*Le Conseil de stabilité financière a créé la TCFD afin d'élaborer des recommandations pour des communications sur le climat qui pourraient favoriser des décisions d'investissement, de crédit et de souscription d'assurance plus éclairées et, en retour, permettre aux parties prenantes de mieux comprendre les concentrations d'actifs liés au carbone dans le secteur financier et les expositions du système financier aux risques liés au climat. La TCFD s'engage en faveur de la transparence et de la stabilité des marchés.

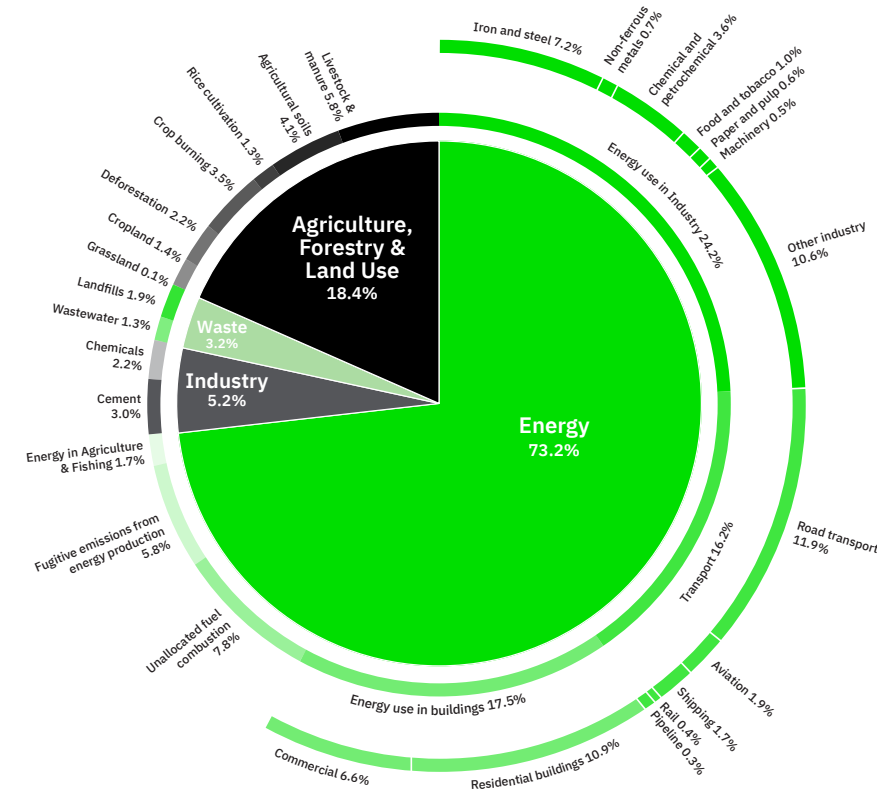
Coup de projecteur sur les émissions carbone dans l'industrie

En analysant les émissions carbone par industrie, le secteur de l'énergie est responsable de la plupart des émissions de gaz à effet de serre (voir graphique de Notre monde en chiffres). Lorsqu'on se concentre sur les fournisseurs voyages, on constate que le secteur de l'hébergement (y compris résidentiel) est le plus générateur de CO2.

- **Voyages aériens** → 1,9 % des émissions mondiales. Cela comprend environ 81 % du transport aérien de passagers, dont 60% sont internationaux et 40% sont domestiques.
- **Le transport ferroviaire** → 0,04% des émissions carbone.
- **Transport routier** → 11,9 % des émissions mondiales incluant les voitures, la location de voitures, les taxis, le covoiturage et les transports publics tels que les bus. 60 % du transport routier est généré pour le transport de passagers.
- **Hébergement** → 17,5 % des émissions mondiales, dont 10,9 % proviennent de l'hébergement résidentiel et 6,6 % des bâtiments commerciaux.

Émissions mondiales de gaz à effet de serre par secteur

Données 2016 - les émissions étaient de 49,4 milliards de tonnes de CO2.



SOURCE: CLIMATE WATCH, THE WORLD RESOURCES INSTITUTE (2020)

Le tableau montre que les voyages d'affaires produisent 1 à 2 % des émissions carbone dans le monde. C'est suffisant pour justifier une action positive et un changement de la part des voyageurs. Il n'est donc pas étonnant que les entreprises soient de plus en plus sous pression. Elles doivent en effet pouvoir justifier leur engagement à réduire les émissions carbone et prendre des mesures claires et concrètes pour diminuer leur empreinte environnementale, y compris en matière de voyages.

Sous secteur	Part des émissions mondiales de gaz à effet de serre (%)	Tourisme mondial (%)	Voyage d'affaires
Transport routier	11.9	0.18	0.04
Aérien	1.9	0.81	0.18
Rail*	0.4	0.26	0.06
Bateau (**)	1.7	0.425	0.09
Bâtiment résidentiel (***)	10.9	1.09	0.24
Commercial (****)	6.6	2.31	0.50
Sous-total	33.4	5.08	1.10

*Estimation du pourcentage de passagers voyageant en train = 65%.

**Estimation du pourcentage de passagers voyageant en bateau = 25%.

***Estimation du pourcentage de passagers utilisant des bâtiments résidentiels (appartements et hôtels) = 10%.

**** Estimation du pourcentage de passagers utilisant des bâtiments commerciaux = 35 %.

SOURCE : NOTRE MONDE EN DONNÉES.

LES CALCULS N'INCLUENT PAS LES DOMAINES TELS QUE LES BIENS, L'AGRICULTURE, L'ALIMENTATION ET LES BOISSONS, LES SERVICES.

Coup de projecteur sur les émissions carbone dans l'industrie

Le secteur d'activité de votre entreprise est déterminant pour définir les spécificités de votre approche en matière de durabilité et la manière dont vous l'abordez. Il déterminera même l'importance de la durabilité pour votre programme voyage.

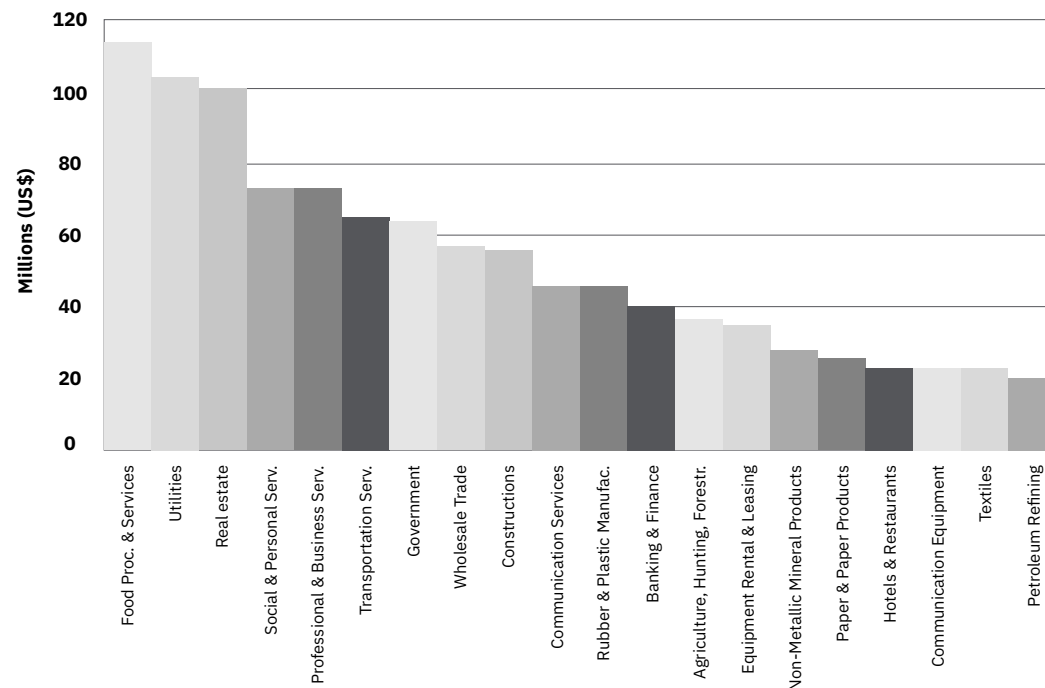
L'analyse des émissions carbone globales d'une organisation, et notamment celles liées au voyage, repose sur deux facteurs clés :

1. Le secteur de production de l'entreprise,
2. Le secteur d'activité de l'entreprise,

Par exemple, les secteurs de la construction et de l'énergie sont susceptibles de se concentrer davantage sur leurs émissions carbone. En effet, la production opérationnelle dans ces deux secteurs est beaucoup plus génératrice d'émissions en CO2 que ne l'est le voyage. A contrario, une organisation de services dont l'activité est faible en carbone mais dont le nombre de voyages d'affaires est important met le voyage responsable sous les feux de la rampe. Quel que soit le point de vue, le programme voyage s'alignera sur les objectifs ESG de l'entreprise ou en sera le moteur.

Les graphiques indiquent où sont les priorités en termes de durabilité pour les entreprises en fonction de leurs secteurs d'activités et de leurs dépenses voyage. Les entreprises qui dépensent le plus en voyages sont généralement celles qui se concentrent le plus sur la réduction ou la compensation de leurs émissions de CO2 dues aux voyages.

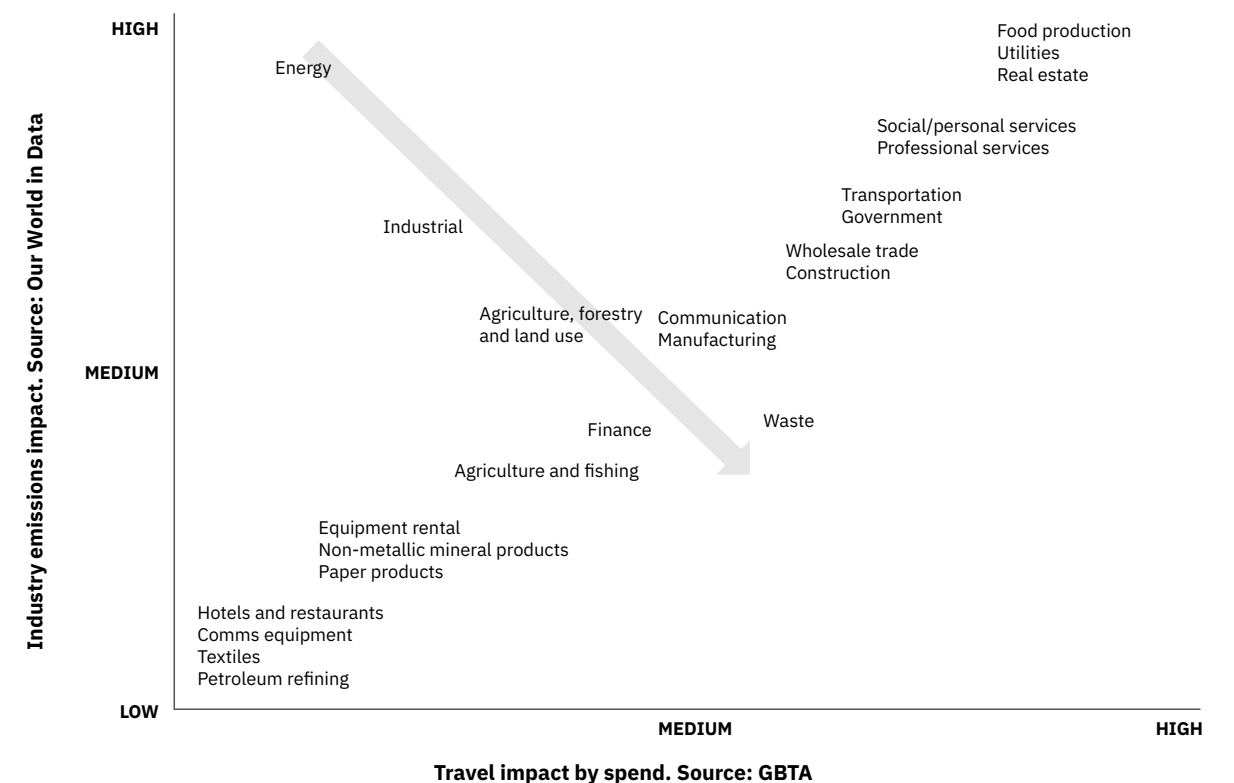
Dépenses voyage par industrie



SOURCE: GBTA'S INDUSTRY SPEND BY SECTOR



Impact des émissions par secteur VS impact des voyages les plus importants par dépense



Il est temps de passer à l'action en 5 étapes

1. Alignez votre entreprise

Comprendre les objectifs ESG de votre entreprise.

2. Évaluez

Évaluez les objectifs ESG et intégrez-les dans votre politique voyage, vos pratiques et auprès de vos fournisseurs.

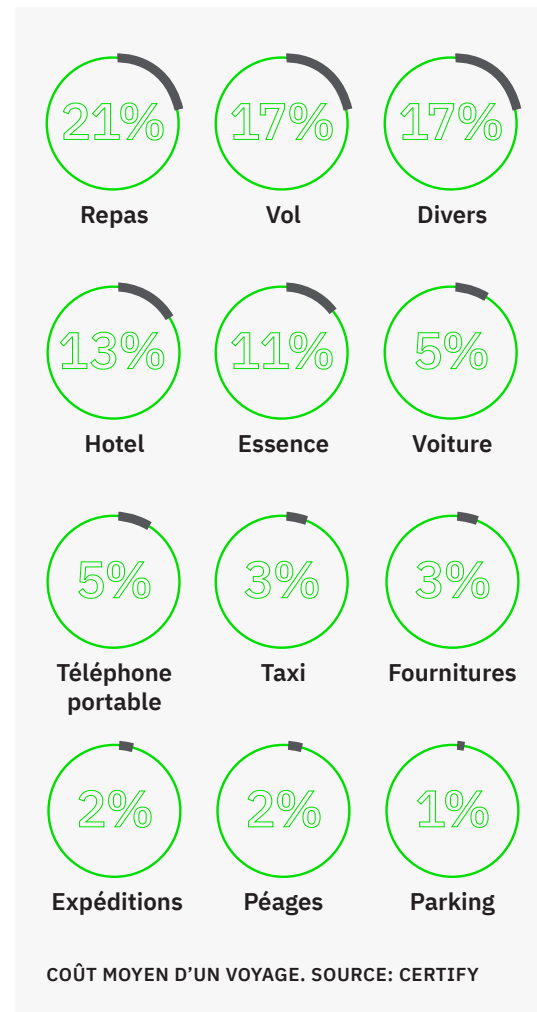
Voici quelques questions à vous poser pour vous guider :

- Comment votre programme voyages s'inscrit-il dans des objectifs ESG plus larges ?
- Quelles stratégies devez-vous mettre en place pour évoluer, changer et vous aligner sur l'objectif de l'entreprise et les cibles / métriques ESG ?
- À quelle vitesse devez-vous agir ?
- Quels services ou produits externes devez-vous intégrer dans votre programme voyages ?

3. Segmentez votre programme

Identifiez les points de votre programme voyage qui contribuent le plus aux émissions totales. Ces points peuvent être nombreux et varient d'une organisation à l'autre. Nous vous recommandons d'exploiter les données voyages et dépenses pour déterminer quels sont les voyages les plus consommateurs de CO2.

Une entreprise qui dispose d'une telle ventilation des frais voyage peut ainsi choisir de se concentrer sur la réduction ou la compensation des émissions de CO2 en fonction des postes de dépenses les plus importants tels que les repas, les vols et l'hébergement.



Révision de la politique : Assurez-vous que vos politiques voyages et de frais de voyage sont alignées à vos objectifs ESG ou sur les critères de durabilité définis par votre entreprise.

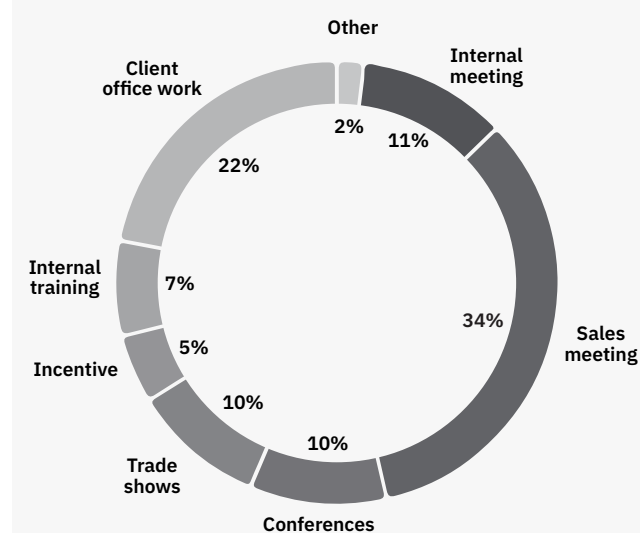
Processus de réservation : Il doit guider visiblement les voyageurs de façon à ce qu'ils choisissent des fournisseurs dont les objectifs ESG sont conformes à vos propres objectifs.

Examiner les risques et les opportunités des fournisseurs de voyages : Dans le cadre d'appels d'offres ou d'activités de sourcing, les fournisseurs divulguent leurs stratégies ESG. D'autres iront plus loin et offriront des partenariats ou des solutions pour aider votre entreprise et les voyageurs à évoluer vers des pratiques de voyage plus responsables. N'oubliez pas d'y inclure tous les éléments de votre programme voyage.

Reporting : Il est essentiel d'évaluer la performance ESG de votre programme et de voir les changements que vous avez apporté. Vous pouvez partager la manière dont vous contribuez à faire évoluer votre entreprise dans la bonne direction.

Dépenses liées aux voyages

% du budget voyage



SOURCE: ETUDE CORPORATE EXECUTIVES (N-300), OXFORD ECONOMICS

4. Évaluez pourquoi votre entreprise voyage

Alias la gestion de la demande. Il s'agit de connaître les besoins de votre entreprise en matière de voyages et de trouver le juste milieu entre les voyages prioritaires et ceux qui sont non essentiels. Comprendre les raisons pour lesquelles votre entreprise voyage est primordial. Cela vous permettra de mettre en place les bons process pour voyager mieux. Le graphique ci-dessous met en lumière certaines de ces raisons.

Si vous n'indiquez pas déjà quel est le "motif du voyage" dans votre outil de réservation en ligne (OBT), nous vous recommandons d'intégrer ce champ sans plus attendre.

5. Élaborez un plan d'action

Une fois que vous avez défini des valeurs de référence et des objectifs à atteindre, il est temps de passer à l'action. Voici comment :

- Engagez vos fournisseurs et demandez-leur comment ils peuvent vous aider à voyager plus raisonné. Demandez leur par exemple de quels outils ils disposent pour mieux mesurer les émissions de CO2 et ainsi vous fournir des données précises comme l'impact d'une nuit d'hôtel ou d'un trajet en Uber.
- Pensez aux outils destinés aux voyageurs, telles que les applications mobiles, qui aident les employés à penser à la durabilité pendant leurs voyages.
- Engagez et éduquez positivement vos employés sur les moyens de réduire leurs propres émissions liées à leurs déplacements professionnels et à leurs trajets domicile-travail.
- Créez des capacités au sein de votre OBT pour permettre à vos voyageurs de faire des choix plus écologiques.
- Relancez votre politique voyage pour y inclure un discours positif autour de la durabilité.
- Faites un compte-rendu de vos émissions et de vos résultats. Évaluez, réévaluez et changez.

Besoin d'aller plus vite ? Si les objectifs d'émissions de votre entreprise exigent des résultats rapides ou plus élevés, optez pour une solution de compensation alternative et concentrez-vous sur les moyens de réduire les voyages d'affaires.

Les recommandations de *FCM Consulting*

1. Évaluez votre chaîne d'approvisionnement. Assurez-vous que vos fournisseurs privilégiés sont en phase avec les objectifs à court et long terme de votre programme voyage.

Hôtels

- Lorsque vous sélectionnez votre programme, assurez-vous que la majorité des établissements sont conformes aux exigences locales ou nationales en matière de durabilité. Grâce au processus d'appel d'offres, FCM Consulting aide ses clients à choisir des fournisseurs qui soutiennent leurs objectifs en matière d'éco-responsabilité.
- Sélectionnez des hôtels et/ou des chaînes qui ont un engagement fort envers les objectifs de durabilité, mais qui ne compromettent pas le service, la sécurité et la valeur pour le voyageur.
- FCM Consulting suit les recommandations de la Sustainable Hospitality Alliance pour déterminer la durabilité des hôtels que vous sélectionnez. Nous travaillons avec des partenaires qui fournissent des rapports spécifiques pour vous aider à mieux gérer vos émissions carbone.



Transport terrestre

- Les entreprises doivent avoir un programme terrestre qui stipule les fournisseurs privilégiés ainsi que le type de location pour la location de voitures.
- Incluez des alternatives de location de voitures électriques et hybrides, ainsi que des options claires qui répondent aux besoins locaux de vos voyageurs en incluant, par exemple, des options de covoiturage ou de transports publics.

Transport aérien

- Les compagnies aériennes que vous privilégiez doivent mettre en place des actions clés visant à réduire les émissions carbone et vous fournir les résultats. L'exploitation de la data et le reporting sont essentiels pour mesurer les progrès accomplis.
- Lorsque vous élaborez votre programme voyage aérien, assurez-vous que la majorité des compagnies aériennes soient conformes à vos exigences. Par le biais du processus d'appel d'offres, FCM Consulting aide ses clients à sélectionner des fournisseurs dont les pratiques sont conformes aux objectifs de durabilité fixés.
- Sélectionnez les compagnies aériennes qui ont une approche environnementale importante et des objectifs clairs, tout en mettant un point d'honneur sur le service, la sécurité et le voyageur.
- FCM Consulting travaille avec des partenaires qui fournissent des rapports pour la transparence et une meilleure gestion des émissions carbone.

Politique voyage

- Une orientation claire est importante pour toutes les entreprises.
- Les voyageurs doivent être informés des priorités de l'entreprise en ce qui concerne les plafonds de dépenses, la durabilité et les process ainsi que les avantages qui en découlent.
- Une question importante à poser à toutes vos parties prenantes, y compris les employés, est de savoir si les questions environnementales et sociales priment sur les questions de confort, de commodité ou encore de prix.

2. Optimisez votre outil de réservation en ligne

Demandez à votre account manager comment se positionne votre solution OBT actuelle.

3. Créez un plan de communication qui éduque, prépare et fait participer vos voyageurs à ce que vous souhaitez réaliser d'un point de vue durabilité.

Et maintenant, dans quelle direction aller ?

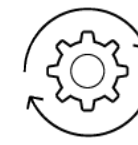
*“La responsabilité
engendre la responsabilité”*

STEPHEN RICHARDS COVEY.



Voyageurs

1. Rendez publique votre déclaration ESG. Quelle est la position de votre entreprise sur les sujets environnementaux, sociaux et économiques? Énoncez votre politique en matière de gestion des déplacements ainsi que vos pratiques en matière de voyages durables (réduction des émissions en CO2, programme de compensation, pas de voyage, etc.)
2. Informez les voyageurs ou les personnes qui effectuent les réservations sur ce que cela signifie et les choix qui s'offrent à eux.
3. Formez vos collaborateurs pour qu'ils deviennent éco-voyageurs. L'une des principales préoccupations des clients, lorsqu'ils réservent un voyage, est l'impact de leur voyage sur l'environnement. Les voyageurs sont mieux informés et leurs préférences évoluent. Les organisations doivent reconnaître que les voyageurs peuvent jouer un rôle important dans la réduction des émissions de CO2, mais cela doit se faire avant même la réservation.
4. Éduquez vos voyageurs. Lors de leurs recherches de vols, les voyageurs et les réservataires peuvent désormais identifier des choix responsables grâce à l'affichage des émissions de carbone ou de fenêtres contextuelles pour chaque vol. Ils disposent désormais des informations nécessaires pour sélectionner les prestations les moins polluantes, qu'il s'agisse d'un vol, d'un hôtel ou d'une voiture tout en respectant le cadre de leur politique voyage.



Méthode

1. Réinventez votre politique voyage : Votre stratégie de voyage ESG doit être intégrée aux actions de vos voyageurs.
2. Autorisations de voyage : Pour un contrôle plus strict des pré-réservations, révisez vos flux d'approbation pour déterminer si vos voyageurs ont besoin d'un contrôle plus strict et/ou si les objectifs ESG impliquent une évaluation des voyages en fonction de leurs émissions.
3. Technologie OBT : Passez en revue vos OBT et vos applications de voyage afin de vous assurer qu'ils peuvent guider et influencer un comportement de réservation plus raisonné (voir le tableau ci-dessus).
4. TMC : Utilisez l'expertise de votre TMC pour vous guider et vous orienter. Du front office en passant par des plateformes de back-office, il y a un nombre croissant de changements et d'innovations de la part des fournisseurs qui alimentent les TMC.
5. Reportings : Les TMC elles-mêmes disposent d'un large éventail de reportings et d'analyses permettant de ventiler vos émissions par prestation de voyage mais aussi de détailler par structure et utilisation de ligne. Concevez une suite de reporting de première ligne qui soit suffisamment détaillée pour vous permettre de suivre vos principaux objectifs.
6. Compensation carbone : Vous pouvez soit opter directement pour la compensation carbone ou si vous voulez rester simple, passer par votre TMC en vous associant à leurs initiatives.



Fournisseurs voyage

Posez les bonnes questions à vos partenaires fournisseurs.

- Comment définissent-ils l'ESG et quelles pratiques et initiatives mettent-ils en place en tant qu'entreprise ? Comment leur stratégie ESG est-elle intégrée dans les services ou produits qu'ils vous offrent ?
- Les politiques de vos fournisseurs répondent-elles aux critères minimums prédéfinis en matière d'ESG ? Complètement ou dépassent-elles vos propres pratiques ?
- Demandez ouvertement aux fournisseurs de vous aider à faire évoluer vos pratiques.
- Quels sont les objectifs de vos fournisseurs ? Sont-ils progressifs par rapport aux autres ?

N'oubliez pas que vos stratégies peuvent inclure des sujets très divers comme des bureaux plus verts, la diversité sur le lieu de travail, des objectifs d'approvisionnement pour les catégories directes et indirectes, etc.

Réinventez les RFPs de vos fournisseurs voyages

L'appel d'offres est le moment pour vous de poser les bonnes questions. Des questions qui sont centrées sur le voyage mais qui sont aussi utiles d'un point de vue ESG.

Savez-vous quelles questions vous devriez poser pour l'ensemble du spectre ESG et comment les évaluer ?

Nous avons inclus ci-dessous quelques points à prendre en compte dans vos réflexions :

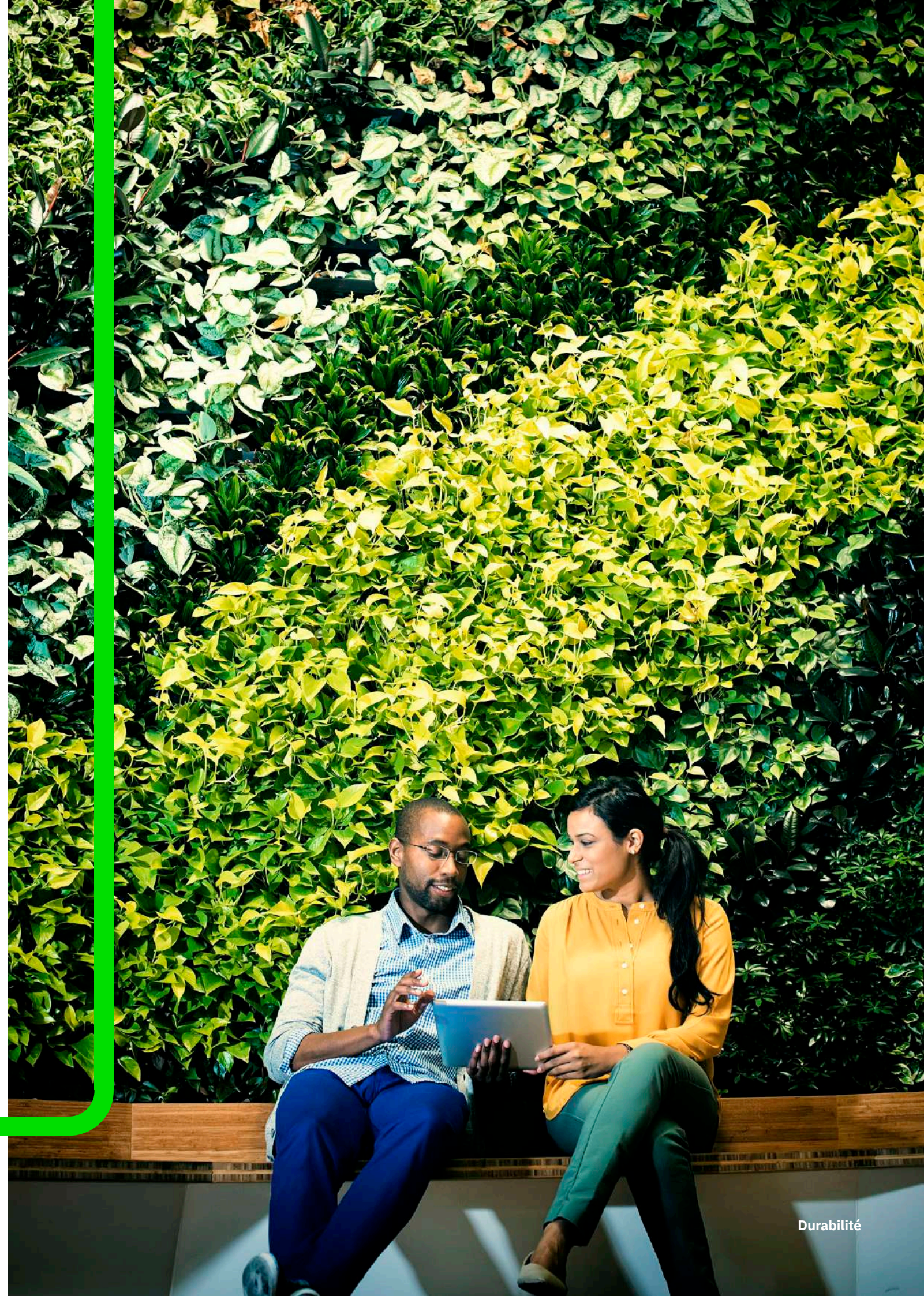
- Demandez des copies des déclarations / politiques publiques sur les pratiques ESG. Comment le fournisseur les définit-il ? Par exemple, s'agit-il d'une déclaration publique ou fermée ?
- Lors de l'évaluation des déclarations, vos équipes achats, risques et RH doivent examiner les documents en fonction des priorités de l'entreprise et des critères d'évaluation critiques.
- Demandez des copies des rapports ESG des fournisseurs potentiels.
- Quelles sont les directives et les pratiques en matière d'environnement et de durabilité? Vos fournisseurs s'alignent-ils sur ces directives et pratiques ? Par exemple, les compagnies aériennes suivent les directives IATA et de nombreux hôtels soutiennent les directives ou les normes relatives à l'esclavage moderne et à la durabilité.
- Quels objectifs en matière d'environnement et de durabilité les fournisseurs se sont-ils fixés ? Ces objectifs sont-ils alignés sur vos propres directives ?

Les équipes chargées des achats doivent trouver un équilibre entre l'importance accordée par l'entreprise à l'ESG, les résultats opérationnels de base et la localisation de l'entreprise et des voyageurs. En posant aux fournisseurs des questions sur le développement durable, adaptées à l'activité principale de l'entreprise et à ses besoins en matière de voyages, on peut trouver un équilibre entre le commerce et le développement durable sans nuire à l'expérience de voyage.

- Exemple : Nous sommes actuellement à 10 % de nos objectifs ESG et nous voulons être à 95 % d'ici 2030.
- Quelles pratiques environnementales et durables vos fournisseurs ont-ils mis en œuvre ou sont-ils en train de mettre en œuvre pour réduire ou atteindre leurs propres objectifs ?
 - Exemples de compagnies aériennes : changer de carburant, de flotte, s'approvisionner en produits socialement responsables.
 - Exemples d'hôtels : fenêtres à double vitrage, recyclage de l'eau, options de blanchisserie durable.
- Comment contribuent-ils au-delà de leurs propres objectifs, par exemple avec le reboisement ou des projets communautaires ?
- Que peut offrir le fournisseur à votre entreprise pour l'aider dans ses pratiques, comme des programmes de compensation ou des stratégies communes.

Archivez & communiquez

Enregistrez les innovations et les stratégies de vos fournisseurs en matière d'ESG à partir des résultats de vos appels d'offres, entretiens, recherches et réunions. Communiquez ces résultats en interne et rendez-vous compte des améliorations et avancées progressives d'année en année.





FCM Consulting & *durabilité*

FCM Consulting vous encourage à intégrer dans vos RFP des questions qui appuient votre propre stratégie en matière d'ESG. Nos services de sourcing peuvent aider des organisations comme la vôtre à mieux comprendre les réponses des fournisseurs. En effet, nos spécialistes vous aident à évaluer et à comparer les réponses des fournisseurs. Le but est de sélectionner des fournisseurs qui partagent vos valeurs et qui peuvent vous aider de manière proactive à atteindre vos objectifs ESG.

Voici comment nous avons aidé un client à évaluer l'aspect durabilité dans un appel d'offres.

L'hôtel a un programme RSE

56.6%

L'hôtel est certifié par un programme de certification durable par un organisme reconnu

36.5%

Le pourcentage d'hôtels qui mesurent l'émission carbone par nuitée

26.8%

Le pourcentage d'hôtels qui mesurent la consommation d'eau par chambre-nuit

27.4%


Le pourcentage d'hôtels qui mesurent l'intensité énergétique

26.6%

Le pourcentage d'hôtels qui mesurent le taux de réacheminement des

10.3%

Le parcours de chaque entreprise pour devenir de plus en plus durable lui sera propre. Votre secteur d'activité ainsi que votre activité principale vont déterminer votre orientation en matière de durabilité. Si les déplacements sont votre émetteur principal de CO2, nous vous recommandons de travailler avec un expert afin d'analyser et d'optimiser votre programme et le parcours voyageur afin de répondre à vos objectifs ESG.



FCM est une marque mondiale unique qui offre une gamme complète de solutions de gestion des voyages et des dépenses pour les entreprises. Nous sommes présents dans plus de 95 pays et nous sommes considérés comme l'une des cinq premières TMC dans le monde. FCM est responsable des programmes voyage de nombreuses entreprises.

Chez FCM, nous mettons un point d'honneur sur la personnalisation du service. Associée à une technologie innovante et un accès à un vaste réseau de fournisseurs nous vous accompagnons pour optimiser la performance de votre programme voyage.

**Vous avez des questions ?
Contactez-nous dès aujourd'hui
pour découvrir comment rendre
votre programme voyages
plus performant.**