



# À quand des politiques voyages éco-responsables ?

Les entreprises déploient des politiques RSE globales qui intègrent désormais largement la politique achat et touche peu à peu tous les métiers de l'entreprise. Mais qu'en est-il du secteur du voyage d'affaires? Si, pour des raisons de performance économique et de compétitivité, les politiques voyages sont une nécessité vitale, dans quelle mesure peuvent-elles intégrer des critères RSE?

**L**es sociétés l'ont bien compris, RSE n'est pas l'acronyme d'une campagne de communication et n'est plus une simple façade marketing. Pour celles qui ont inscrit la démarche dans leur culture d'entreprise, le cercle vertueux fonctionne avec des impacts positifs des actions RSE menées sur la politique RH, mais aussi sur la performance commerciale et économique, notamment en termes de gestion et d'achats. Appliquée à la politique voyage, une démarche RSE présente de nombreux intérêts. Sans même parler des aspects environnementaux liés au voyage, la démarche RSE inclut tout un pan lié à la politique RH.

« Les démarches "happy at work" se développent d'une manière générale, plusieurs labels existent aujourd'hui, et cela permet de limiter le turn over par exemple », explique

Julien Chambert, spécialiste travel du cabinet CBT Conseil et co-fondateur de Bleisure.fr. Or, parmi les différentes catégories de collaborateurs, les "road warriors", ces grands voyageurs d'affaires (souvent des commerciaux) constituent une famille à choyer tout particulièrement puisque la performance commerciale de l'entreprise repose en grande partie sur eux. Mais, alors que les travel managers cherchent à mieux prendre en compte la voix du collaborateur, son confort et son bien-être, les démarches RSE spécifiques au voyage d'affaires restent peu développées. « Ce n'est pas encore un sujet brûlant. Si les appels d'offres émis par les fournisseurs du voyage intègrent des questions relatives à la RSE, celles-ci restent générales et pas forcément liées au travel », déclare Guillaume Bizet, associé Areka Consulting. ●●●



### ●●● Un paragraphe spécifique RSE dans seulement 15% des politiques voyage

Étonnant ? Pas tant que cela. Les politiques voyages changent rarement du tout au tout car leur construction nécessite un processus long et lourd, impliquant de nombreuses parties prenantes (achats, ressources humaines, directions métier entre autres). De plus, tant qu'il n'y aura pas de sanction ou d'impact financier sur une utilisation excessive des voyages, les évolutions resteront faibles. « Si les entreprises ont revu leur approche en termes de gestion de flotte automobile par exemple, c'est en grande partie en raison de l'augmentation de la TVS et du bonus écologique. En matière de mobilité, c'est par l'argument économique que les entreprises modifient leur façon de consommer », relate Laurent Bensaïd, directeur Account management chez BCD Travel France. Le voyage reste donc majoritairement piloté par des aspects financiers. « Il est certain que si une taxe carbone ou RSE était un jour mise en place sur l'aérien, cela ferait nettement bouger les choses, estime Guillaume Bizet d'Areka Consulting. Mais cela arrivera-t-il un jour ? »

Résultat : au global, dans seulement 15% des cas, les politiques voyage intègrent un paragraphe spécifique RSE. « Sur les politiques voyages les plus récentes, on constate tout de même une prise en compte plus concrète de ces problématiques depuis trois ou quatre ans, qui se traduit par l'ajout d'éléments spécifiques RSE et le fait d'inciter les voyageurs à privilégier des solutions de voyage "éco-friendly" par exemple », souligne Guillaume Bizet. Ainsi, selon l'expert, de plus en plus de politiques



« On constate une prise en compte plus concrète de ces problématiques dans les politiques voyage récentes qui privilégient les solutions "éco-friendly" »

Guillaume Bizet, associé Areka Consulting

voyage comportent une phrase incitant les voyageurs à privilégier les visio-conférences et près de la moitié incite à privilégier le train plutôt que l'avion. Notons que ces initiatives émergent au sein des sociétés les plus matures qui ont inscrit dans leur ADN les problématiques RSE et qui affichent une bonne santé financière. « Parmi les secteurs les plus en avance, on retrouve la mutuelle, la banque et l'assurance. Les sociétés de l'industrie énergétique et les jeunes sociétés du type start-up sont également très sensibles à la RSE. Mais la RSE dans le travel est un sujet assez nouveau, indique Julien Chambert. Pour certains acheteurs travel, le critère RSE reste un critère qui permet de juger la qualité de gestion et de mise en œuvre d'une prestation. »

Côté fournisseurs, les acteurs s'y mettent. Les compagnies aériennes et ferroviaires misent sur la modernité de leur flotte, certaines chaînes hôtelières font des efforts pour réduire leur empreinte carbone et valorisent les comportements responsables de leurs clients dans les programmes de fidélité. Quant aux agences de voyages, elles mettent en avant leurs processus dématérialisés, de nouveaux systèmes d'alerte au moment de la réservation et des reporting dédiés. « Nous sommes capables de donner différents indicateurs RSE, notamment sur les émissions de CO<sub>2</sub> par voyageur et par déplacement, détaille Laurent Bensaïd de BCD Travel. Nos outils de réservation en ligne peuvent indiquer au voyageur en temps réel et en CO<sub>2</sub> l'impact de son déplacement et la comparaison selon les options choisies (rail ou avion par exemple). »

De nouveaux comportements émergent doucement et devraient se développer dans les années à venir, poussés par les collaborateurs eux-mêmes. Mais si les entreprises tentent d'agir sur les comportements, elles n'en sont pas à construire l'ensemble de la politique voyage autour de la politique RSE globale. ●

CAMILLE GEORGE

## Zoom

### Des initiatives concrètes existent

Voici trois entreprises d'origine et de secteurs différents qui ont toutes travaillé sur les émissions de CO<sub>2</sub> liées aux voyages d'affaires :

Ikea a ajouté à son outil de réservation un logiciel qui, à chaque démarche de réservation, présente le taux d'émission de CO<sub>2</sub> du voyage et propose en pop-up à côté une plage horaire pour une salle de visio-conférence. T-Mobile, filiale de l'Allemand Deutsche Telekom, a, lui, mis en place un système de gamification avec sa TMC qui sert à la fois des intérêts économiques et écologiques. Plus le collaborateur réserve en avance, au prix le plus intéressant et en privilégiant les partenaires de l'entreprise, plus il cumule de points qui seront ensuite transformés en nombre d'arbres replantés à Haïti

dans le cadre d'un programme de reforestation. Autre initiative, et non des moindres, l'OCDE a mis en place une taxe carbone interne. Grâce au bilan carbone établi chaque mois, service par service, par AirPlus Green Report, l'OCDE valorise ses émissions de CO<sub>2</sub>. Chaque tonne émise est multipliée par 30€ et transformée en taxe redevable par chaque direction en fonction de ses déplacements. Cela incite à la raison et a notamment permis de financer l'installation de salles de visio-conférence et l'acquisition de navettes électriques entre ses deux sites parisiens. Les entreprises très avancées sur le sujet, dont les collaborateurs sont très impliqués développement durable, trouvent donc des moyens d'intégrer la RSE à la politique voyages.