



GBTA

+



MARRIOTT
PARIS CHAMPS ELYSEES

Carrefour des Experts
Paris 27 février



Lors du Carrefour des Experts Travel&MICE par GBTA du 27 février, nos experts répondront aux **challenges des Acheteurs et Travel Managers** autour de 3 grandes thématiques.

Nous vous invitons à découvrir les intervenants et le contenu dans cette brochure en ligne.

1. L'intelligence Artificielle dans le voyage d'affaires et le MICE

1.1 Amadeus Cytric Solutions - L'IA générative : changement de paradigme pour le Business Travel : réalité ou promesses ?

1.2 FCM Travel – Comment l'Intelligence Artificielle transforme les comportements d'achat des clients d'une TMC

1.3 Hcorpo – IA que la vérité qui compte !

1.4 Kactus – Comment l'IA générative peut-elle transformer le MICE traditionnel ?

1.5 Navan – Voyage vers le futur des voyages d'affaires

1.6 SAP Concur – Intelligence artificielle : solutions concrètes pour les entreprises

1.7 Amex GBT Egenzia - L'IA est déjà partout !

2. Le service VIP

2.1 CWT - VIP ou besoin de reconnaissance...

3. Le grand enjeu du CO2

3.1 IME - Enjeu CO2: L'acheteur, moteur de la transition vers des événements bas carbone !

3.2 Neo – L'enjeu du CO2 : Les avancées technologiques face à la pression des clients

3.3 Rejolt - Comment sensibiliser les collaborateurs sur l'impact carbone des événements ?

3.4 Sixt – CO2, t'en veux ou t'en veux pas ?

L'Intelligence Artificielle dans le voyage d'affaires et le MICE



Jean-Christophe Carette

Sales and Account
Management Director
Amadeus Cytric Solutions



L'IA générative : changement de paradigme pour le Business Travel : réalité ou promesses ?

Une enquête récemment menée pour Amadeus révèle que l'Intelligence Artificielle est l'investissement le plus important des entreprises pour l'année à venir concernant la gestion des réservations et notes de frais.

Pour quelles raisons l'IA a-t-elle une telle importance ? Quelles sont les attentes des entreprises à son égard ? Où en est l'industrie aujourd'hui et que peut-on attendre dans le futur ?



Christophe Hamonic
Managing Director France,
Suisse et Espagne
FCM Travel France



Comment l'Intelligence Artificielle transforme les comportements d'achat des clients d'une TMC

De la personnalisation à l'optimisation des coûts, l'intelligence artificielle redéfinit l'accompagnement client, procurant des avantages significatifs. Grâce à des exemples concrets et retours d'expériences, plongez dans la manière dont l'IA rend l'expérience voyageur plus fluide à chaque étape, améliorant ainsi l'efficacité des déplacements professionnels. Productivité, fiabilité des données, anticipation des besoins, optimisation des coûts... Une évolution novatrice qui place les clients au cœur d'une expérience optimisée.



Aurélien Rodriguez
Global Sales Director
Hcorpo



IA que la vérité qui compte !

Une majorité des acteurs du Business Travel se targuent d'utiliser l'intelligence artificielle dans le cadre de leur activité. Or, hormis les chatbots ou la gestion back-office, force est de constater que nous sommes loin des innovations grand public, telles que la conduite autonome ou la reconnaissance d'image.

L'IA doit désormais se mettre au service des clients, de façon tangible, afin d'apporter de la valeur dans l'expérience utilisateur, mais aussi dans l'optimisation de leurs dépenses (data mining, predictive data..). Les fournisseurs sont tenus, quant à eux, d'apporter la plus grande vigilance au partage et à l'exploitation des données qui en découlent.



Joris Luongo
Responsable Grands Comptes
Navan



IA: Voyage vers le futur des voyages d'affaires

En avril 2023, Skift Research estimait que l'IA générative pourrait avoir un impact de près de 30 milliards de dollars sur l'industrie du voyage. Mais qu'est-ce que cela signifie concrètement pour les acheteurs, les travel managers et les voyageurs ? Navan et Skift ont interrogé 700 Travel et Finance managers et 800 voyageurs d'affaires sur la manière dont l'IA générative remodèle l'expérience de voyage d'affaires et sur le rôle futur qu'elle jouera dans la réservation, le reporting et l'assistance aux employés. Nous reviendrons sur les grandes tendances qui s'en dégagent et leur impact à court et moyen terme.



Thomas Cottin
Co-fondateur & CPO
Kactus



Comment l'IA générative peut-elle transformer le MICE traditionnel ?

L'IA générative promet de transformer l'industrie du MICE dans les années qui viennent, mais comment ? Quelques pistes :

- . Disponibilité du conseiller événementiel
- . Simplification de la réservation
- . Optimisation des dépenses
- . Exécution de tâches à faible valeur ajoutée

Mais comment l'IA peut-elle augmenter le potentiel de l'humain sans le remplacer ?



Stéphanie Zetlaoui
Senior Pre Sales
Specialist Travel
SAP Concur



Intelligence artificielle : solutions concrètes pour les entreprises

Depuis quelques temps, l'intelligence artificielle est sur toutes les lèvres. Les possibilités de transformation grâce à l'IA sont immenses mais quelles sont les orientations pour l'IA appliquées au Travel & Expense ?

Découvrez quelques exemples concrets lors de cette intervention :

- . Réduction de la charge de travail par l'automatisation des tâches,
- . Optimisation de l'expérience des voyageurs,
- . Amélioration de la conformité à la politique de l'entreprise et aux réglementations.



Stéphane Reynaud
Director, Global Sales
Amex GBT Egencia



L'IA est déjà partout !

Le service VIP



Louis-Xavier Dumoulin
Senior Director
Enterprise Customers
CWTT



VIP ou besoin de reconnaissance....

Améliorer l'expérience voyageur d'affaires est un des éléments clés pour les travel manager et l'ensemble des acteurs de l'industrie. La démultiplication de propositions premium pour les voyageurs renforce l'individualisme. La gestion des VIP devient un point central. Définir une politique VIP, mais pour qui ? Nécessité ou simple besoin de reconnaissance. Nous partagerons quelques orientations pour vous aider à bien les identifier, définir un cadre d'utilisation et des recommandations pour optimiser le traitement de leurs voyages.

Le grand enjeu du CO2



Yanisse Belarbi
Directrice Générale Adjointe
IME



Enjeu Co2 : L'acheteur, moteur de la transition vers des événements bas carbone !

Les acheteurs MICE ont un rôle majeur à jouer dans la réduction de l'empreinte carbone de leurs entreprises. MAIS ...

- . Sans cartographie, pas de boussole : l'importance du sourcing fournisseurs,
- . Sans engagement, pas de changement : la sensibilisation de vos prescripteurs,
- . Sans mesure, pas de progrès : la solution du reporting vert,

Quelle stratégie efficace adopter pour des résultats concrets ? Nous vous donnerons les clefs pour construire une politique MICE (encore) plus responsable.



Aurélié Charles
Technical Sales
Neo



L'enjeu du CO2 : Les avancées technologiques face à la pression des clients

Avec la RSE au cœur de la stratégie des entreprises, l'aspect environnemental est incontournable dans les voyages d'affaires. La pression exercée par les clients pousse les fournisseurs, notamment les outils technologiques, à constamment évoluer afin de fournir des données précises, pour un pilotage à toutes les étapes du voyage.

Comment coconstruire avec les clients pour répondre à leurs nouvelles demandes ? Nous vous parlerons budgets CO2, programmes de compensation, gamification... et bien plus encore !

REJOLT

Laurent Gabard
Directeur Général
Rejolt



Comment sensibiliser les collaborateurs sur l'impact carbone des évènements ?

Aujourd'hui, l'impact CO² d'un évènement est complexe à calculer et à analyser. Les sources d'émissions sont très variées et pas toujours intuitives pour l'organisateur de l'évènement. De leur côté, les prestataires sont encore peu nombreux à fournir des informations sur le sujet. Dans ce contexte, comment sensibiliser les collaborateurs ? et comment les accompagner dans l'organisation d'évènements à plus faible impact carbone et dans le choix de prestataires engagés ?

SIXT

Jacques de Villeplée
Senior Director Sales
France & Benelux
SIXT



CO2, t'en veux ou t'en veux pas ?

Aujourd'hui, en tant que fournisseur de mobilité, nous subissons une triple pression : celle du gouvernement avec la loi LOM, celle des constructeurs automobiles et celle de nos clients. Nous mettons tout en place pour vous garantir une expérience premium avec une flotte électrique haut de gamme et des solutions pour vous recharger partout en Europe.

Mais dans les faits, très peu d'entre vous louent des véhicules électriques. Pourquoi ?