

Aérien. La société a créé un logiciel unique pour optimiser leur utilisation.

Global flight transforme les miles en or

Le plus connu se nomme Flying Blue, chez Air France, mais il faut savoir qu'il existe 180 programmes de fidélisation utilisables sur 270 compagnies aériennes dans le monde ! En jeu, l'attribution au titulaire de la carte de fidélité de « miles » qui servent à l'obtention de billets gratuits. En entreprise, la problématique est double : sociale d'abord pour déterminer si le salarié reste seul bénéficiaire des miles acquis et peut les utiliser pour acquérir des billets à titre privé ou bien si, a contrario, c'est l'entreprise qui en a la jouissance ; technique ensuite si l'on opte pour cette dernière solution. Au plan technique, la société Global Flight se place sur le créneau de l'optimisation. Selon Ravindra Bhagwanani, son créateur, « les entrepri-



Romy Bielsa, consultante et Ravindra Bhagwanani, fondateur de Global Flight à Blagnac. Photo DDM David Bécus

ses qui voyagent ne réfléchissent même pas à ce problème d'économies potentiel-

les ». Et Global Flight de proposer deux types de prestations aux entreprises : des

préconisations suite à un simple audit basé sur les voyages effectués, le choix des compagnies en fonction des programmes de fidélité, ou, plus complet, la mise à disposition par internet de FFP Manager, une application qui met à jour automatiquement le compte de chaque voyageur dans chaque programme de fidélisation, sépare les points obtenus à titre personnel...

10 % D'ÉCONOMIES

La plupart des compagnies low cost (excepté Easyjet et Ryanair) sont également prises en compte. Ravindra Bhagwanani, ingénieur suisse qui est co développeur de l'application FFP Manager, estime à 10 % les économies générées sur le budget voyages de l'entreprise.

J-P.M