



COMMUNIQUE DE PRESSE

D'après une étude CWT, les voyages d'affaires sont plus un avantage qu'un inconvénient

Dans le cas des voyageurs d'affaires français, les trois principaux avantages de se rencontrer en personne sont : mieux connaître ses interlocuteurs (38 %), établir une relation de confiance et rester concentré sur les échanges, plus directs que par téléphone ou email (respectivement 29 %).

Minneapolis, le 8 octobre 2019 : D'après une étude menée par CWT, la plateforme de gestion des voyages d'affaires B2B4E, les voyageurs d'affaires estiment que les aspects positifs de leurs déplacements professionnels l'emportent sur les aspects négatifs qu'ils soient au travail (92 %) ou à la maison (82 %). Les voyageurs en provenance d'Amérique sont les plus enthousiastes avec respectivement 94 % et 86 %, suivis des voyageurs de l'Asie-Pacifique avec 93 % et 84 %, et de l'Europe avec 89 % et 77 %.

Les voyageurs d'affaires français se situent en-dessous de la moyenne mondiale et européenne en ce qui concerne l'impact positif des voyages d'affaires lorsqu'ils sont au travail. Avec 88 %, ils occupent la cinquième place au classement mondial. En ce qui concerne l'impact de leurs déplacements lorsqu'ils sont à domicile, 79 % des voyageurs français estiment que les avantages l'emportent sur les inconvénients.

« Voyager vers une nouvelle destination, rencontrer quelqu'un en personne pour la première fois, développer son réseau, et sortir de la routine du travail sont parmi les facteurs les plus excitants associés aux voyages d'affaires, selon nos constatations », a déclaré Niklas Andréen, Executive VP and Chief Traveler Experience Officer chez CWT. « Il est important de reconnaître la vraie valeur des déplacements professionnels et de comprendre leurs bénéfices ».



L'étude CWT démontre également que le développement d'une relation de confiance (39 %), une meilleure connaissance des interlocuteurs (32 %) et des gains d'efficacité (31 %) sont les trois principaux avantages de se rencontrer en personne pour les voyageurs du monde entier.

Les voyageurs européens apprécient le fait de mieux connaître leurs interlocuteurs (37 %), suivis des voyageurs américains (36 %) et des voyageurs de l'Asie-Pacifique (25 %). Les européens apprécient également l'efficacité des rencontres en face à face (34 %), suivis des voyageurs de l'Asie-Pacifique (31 %) et d'Amérique (29 %).

Dans le cas des voyageurs d'affaires français, les trois principaux avantages de se rencontrer en personne sont : mieux connaître ses interlocuteurs (38 %), établir une relation de confiance et rester concentré sur les échanges, plus directs que par téléphone ou email (respectivement 29 %).

Tendances en matière de *bleisure*

Un des autres avantages des voyages d'affaires est la possibilité de prolonger le séjour pour le plaisir. Au cours des 12 derniers mois, les répondants ont prolongé leur voyage 2,4 fois en moyenne (moyenne mondiale, européenne et française). Les voyageurs américains ont davantage prolongé leurs séjours (2,7 fois), suivis par les européens (2,4 fois) et par les voyageurs d'Asie-Pacifique (2,3 fois). La durée globale moyenne était de 4,3 jours (3,8 jours pour la France).

L'étude a également révélé que la plupart des entreprises sont favorables au fait que leurs salariés prolongent leurs voyages pour le plaisir (76 %). Les entreprises d'Asie-Pacifique sont plus susceptibles de l'accorder (79 %) suivies de près par les entreprises américaines (77 %). Dans le cas de l'Europe, ce pourcentage n'est que de 70 % (68 % pour les entreprises françaises).

À propos de l'étude

Le sondage a été créé par CWT et réalisé par Artemis Strategy Group entre le 29 janvier et le 9 février 2019. Les réponses ont été recueillies auprès de plus de 2 700 voyageurs d'affaires qui ont voyagé pour affaires quatre fois ou plus au cours des 12 derniers mois. Les répondants provenaient d'Amérique (Argentine, Brésil, Canada, Mexique et États-Unis), d'Europe (Belgique, France, Allemagne, Italie, Pays-Bas, Espagne, Suède et Royaume-Uni) et d'Asie Pacifique (Australie, Chine, Inde, Japon et Singapour).

À propos de CWT

CWT est une plateforme de voyages dite « business-to-business-for-employee » (B2B4E) sur laquelle les entreprises et les gouvernements comptent pour garder leurs employés connectés. Présent dans 145 pays, nous offrons à leurs voyageurs une expérience de voyage de qualité, alliant une technologie innovante à notre vaste expérience. Chaque jour, nous nous occupons de suffisamment de voyageurs pour remplir plus de 260 Boeing 787 et 100 000 chambres d'hôtel - et gérer 105 événements.

Suivez-nous sur [Facebook](#), [LinkedIn](#) et [Twitter](#).

À propos de Artemis Strategy Group

Artemis Strategy Group est une agence spécialisée dans le positionnement de marque, thought leadership et questions de politique.

Contact presse :

Amanda Cumine
Director, Global Corporate Communications
T: +44 (0) 7919 625 923
acumine@mycwt.com

Contacts presse France : Agence Look Sharp

Lorella Contardo

T : 01 81 80 95 12

lorella.contardo@looksharp.fr

Cassandre Jolivet

T : 01 81 80 95 11

cassandre.jolivet@looksharp.fr