



COMMUNIQUE DE PRESSE

Une étude CWT révèle que le voyage d'affaires stimule la créativité et la productivité, surtout chez les millennials

Minneapolis, le 11 juin 2019 : Une étude de CWT, la plateforme de gestion des voyages B2B4E, révèle que six voyageurs sur dix se sentent plus créatifs et productifs quand ils voyagent pour le travail.

Dans l'ensemble, les voyageurs d'Asie-Pacifique ont tendance à voir leur créativité (65%) et leur productivité (64%) s'accroître davantage, par rapport aux voyageurs américains, avec respectivement 58% et 60%. Les voyageurs européens sont partagés, avec 53% qui se sentent plus créatifs et 51% plus productifs. La France suit cette tendance avec respectivement 48% et 51%.

« Nous sommes fiers de faire partie d'une entreprise qui aide les gens à donner le meilleur d'eux-mêmes, » a déclaré Niklas Andreen, Executive VP and Chief Traveler Experience Officer chez CWT. « Ces résultats ne sont pas surprenants - voyager donne de l'énergie aux gens, nourrit la réflexion, crée des connections - et rien ne vaut une réunion en face-à-face ».

Du côté des voyageurs millennials, on relève la même tendance concernant l'augmentation de la créativité et de la productivité, cependant les Américains arrivent en tête (77% se sentant à la fois plus créatifs et productifs), suivis de près par ceux d'Asie-Pacifique (75% se trouvent plus créatifs et 73% plus productifs). Les millennials européens arrivent à la troisième place (respectivement 58% et 57%).

L'étude de CWT montre également que six voyageurs sur dix sont plus productifs quand ils travaillent entourés et qu'ils collaborent avec leurs collègues, que lorsqu'ils travaillent seuls (30%) ou à distance (14%). Les échanges directs en face à face sont les plus bénéfiques pour la productivité des voyageurs d'Asie-Pacifique: 61% contre 53% pour les voyageurs en provenance d'Amérique et d'Europe. De leur côté, les travailleurs français sont productifs à part égale dans des conditions d'échange en direct ou seuls (41% chacun).

À propos de l'enquête

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

A 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 évènements.

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

[A 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 :

Alistair Hammond, Global Director of Media Relations

T: +44 203 353 1454 / M: +44 771 773 0441

alistair.hammond@carlsonwagonlit.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