

# 7e enquête mondiale annuelle sur les voyages d'affaires

Insights de voyageurs d'affaires,  
de gestionnaires de voyages et de  
directeurs financiers en France



EN PARTENARIAT AVEC

**SAP** Concur

**WAKEFIELD**

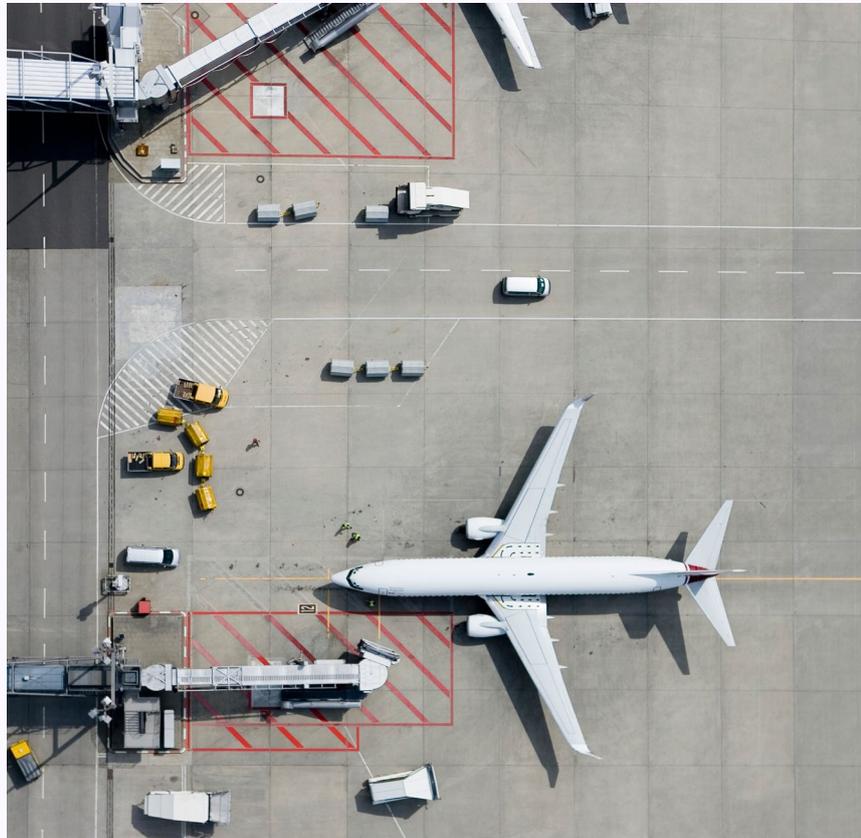
## En France, les perspectives 2025 pour les voyages d'affaires sont excellentes : de nombreux voyageurs sont prêts à reprendre la route.

# 46 %

des voyageurs d'affaires en France sont prêts à voyager pour le travail au cours de l'année à venir.

### Cependant, ils constatent une réduction des avantages permis lors de déplacements professionnels

- En France, 76 % des voyageurs d'affaires déclarent que leur entreprise a réduit les avantages autorisés durant les déplacements
  - 16 % n'acceptent plus de payer plus cher pour un vol sans escale ou une liaison directe
  - 30 % refusent désormais de payer une nuitée destinée à éviter une longue journée de voyage
  - 18 % n'autorisent plus la classe affaire ou premium



### EN FRANCE, LES COMPORTEMENTS DES VOYAGEURS D'AFFAIRES ÉVOLUENT DE MANIÈRE INATTENDUE

- 73 % sont plus susceptibles d'opter pour des surclassements payés par l'entreprise (comme séjourner dans des hôtels de meilleure qualité ou dans des chambres premium) pendant leurs voyages d'affaires, par rapport à leurs voyages personnels.
- Parmi ceux qui ont constaté une réduction des avantages permis lors des voyages d'affaires, 66 % sont prêts à payer de leur poche pour améliorer leurs conditions de voyage, notamment en séjournant dans un logement de meilleure qualité ou en restant une ou plusieurs nuits supplémentaires pour éviter de longues journées de voyage.
- Et 79 % trouvent des moyens de gagner de l'argent, en dépensant moins que le montant perçu pour se restaurer ou en utilisant leur carte personnelle pour gagner des miles, par exemple.

### ILS ATTENDENT PLUS DE LEURS GESTIONNAIRES DE VOYAGES

- En France, seuls 24 % des voyageurs d'affaires estiment que les gestionnaires de voyages de leur entreprise font tout le nécessaire pour les accompagner dans leurs déplacements.
- Selon les voyageurs, le confort, la communication, les pratiques durables et la sécurité sont autant de domaines qui pourraient être améliorés :
  - 23 % appellent à plus de communication ou de formation sur les changements concernant la politique relative aux voyages d'affaires.
  - 27 % désirent plus d'options pour améliorer leur confort pendant leurs déplacements.
  - 28 % estiment que les gestionnaires de voyages pourraient faciliter le recours aux options de voyage durables.
  - 22 % souhaitent que les gestionnaires de voyages en fassent davantage pour garantir leur sécurité.

## NOTAMMENT PARCE QUE PLUSIEURS FACTEURS ENTRENT EN JEU

- En France, 65 % des voyageurs d'affaires hésitent à se déplacer s'ils doivent prendre l'avion.
- 24 % sont prêts à s'opposer à un voyage d'affaires pour des raisons sociales ou de sécurité liées à certaines destinations.
- 29 % sont prêts à décliner un déplacement pour des raisons sanitaires liées à la destination.
- 14 % sont prêts à refuser un voyage d'affaires qui n'offrirait que peu de flexibilité au-delà de la politique de l'entreprise.
- Par rapport à l'année dernière, 32 % des voyageurs d'affaires sont davantage préoccupés par le fait que quelqu'un puisse accéder à leurs informations personnelles ou professionnelles contenues dans leur ordinateur portable ou leur smartphone, ou même les pirater, pendant leurs déplacements.

## LES VOYAGEURS D'AFFAIRES SONT À L'AISE, MAIS PRUDENTS, AVEC L'IA

- En France, 73 % des voyageurs d'affaires ne voient aucun problème à utiliser l'IA pour réserver, modifier leurs réservations et gérer leurs dépenses avant, pendant et après leurs déplacements.
- Mais 82 % souhaiteraient bénéficier de garanties, notamment l'assurance que leurs données personnelles soient protégées, une formation dispensée par l'entreprise et la liberté d'utiliser des outils sans IA.



# À propos de Wakefield Research

Wakefield Research est un fournisseur indépendant de premier plan en études de marché quantitatives, qualitatives et hybrides dans le domaine du leadership éclairé et des insights stratégiques. Wakefield Research est partenaire des plus grandes marques et agences mondiales, dont 50 du Fortune 100. Nous menons des recherches dans près de 100 pays et nos enquêtes apparaissent régulièrement dans des médias de premier ordre.

## Méthodologie de l'enquête

L'enquête mondiale sur les voyageurs d'affaires a été réalisée par [Wakefield Research](#) entre le 30 avril et le 12 mai 2025 auprès de 3 750 voyageurs d'affaires sur 24 marchés : les États-Unis, le Canada, le Royaume-Uni, l'Allemagne, la France, le Benelux (Belgique, Pays-Bas, Luxembourg), la Suède, le Danemark, la Norvège, la Finlande, l'Italie, l'Espagne, l'Australie et la Nouvelle-Zélande, le Moyen-Orient (EAU et Arabie saoudite), le Japon, la Corée, l'Inde, le Mexique, le Brésil, Singapour et la Malaisie, l'Afrique du Sud, le Portugal, la Suisse et l'Autriche. Comprend un sur-échantillon pour porter à 100 le nombre total de participants dans le secteur de l'eau et de l'énergie aux États-Unis et un sur-échantillon pour porter à 50 le nombre total de participants dans le secteur de l'enseignement supérieur aux États-Unis.

L'enquête mondiale sur les gestionnaires de voyages a été réalisée par [Wakefield Research](#) entre le 30 avril et le 12 mai 2025 auprès de 700 gestionnaires de voyages (personnes qui supervisent ou gèrent les programmes de voyages pour les entreprises), sur 7 marchés : l'Allemagne, l'Italie, le Canada, le Japon, l'Australie et la Nouvelle-Zélande, le Royaume-Uni et les États-Unis. Comprend un sur-échantillon pour porter à 100 le nombre total de participants dans le secteur de l'eau et de l'énergie aux États-Unis et un sur-échantillon pour porter à 50 le nombre total de participants dans le secteur de l'enseignement supérieur aux États-Unis.

L'enquête mondiale sur les directeurs financiers a été réalisée par [Wakefield Research](#) entre le 30 avril et le 12 mai auprès de 600 directeurs financiers, sur 6 marchés : l'Allemagne, le Canada, le Japon, l'Australie et Nouvelle-Zélande, le Royaume-Uni et les États-Unis. Comprend un sur-échantillon pour porter à 100 le nombre total de participants dans le secteur de l'eau et de l'énergie aux États-Unis et un sur-échantillon pour porter à 50 le nombre total de participants dans le secteur de l'enseignement supérieur aux États-Unis.

Les résultats de tout échantillon sont sujets à des variations d'échantillonnage. L'ampleur de la variation est mesurable et dépend du nombre d'entretiens et du niveau des pourcentages exprimant les résultats. Pour les entretiens réalisés dans le cadre de cette étude, les chances sont de l'ordre de 95 % pour qu'un résultat d'enquête ne varie pas, en plus ou en moins, de plus de 1,6 point de pourcentage dans l'échantillon mondial de voyageurs d'affaires, de plus de 3,7 points de pourcentage dans l'échantillon mondial de gestionnaires de voyages, et de 3,6 points de pourcentage dans l'échantillon mondial de directeurs financiers, par rapport au résultat qui aurait été obtenu si les entretiens avaient été menés avec toutes les personnes de l'univers représenté par l'échantillon.

EN PARTENARIAT AVEC

 **Concur**

 **WAKEFIELD**