

À PROPOS DU LIVRE BLANC DE SAP CONCUR

Addendum au livre blanc SAP Concur pour les voyageurs d'affaires français

Les données spécifiques au marché dans cet addendum font partie de l'enquête SAP Concur réalisée auprès de 3 850 voyageurs d'affaires. L'enquête comprend les voyageurs de 25 marchés internationaux : États-Unis, Canada, Brésil, Mexique, ALC (Colombie, Chili, Pérou et Argentine), Royaume-Uni, France, Allemagne, région ANZ (Australie et Nouvelle-Zélande), région SEA (Singapour et Malaisie), Chine, Hong Kong, Taiwan, Japon, Inde, Corée, Italie, Espagne, Dubaï, Benelux (Belgique, Pays-Bas et Luxembourg), Afrique du Sud, Suède, Danemark, Norvège et Finlande.

Wakefield Research est un fournisseur indépendant leader en matière d'études de marché quantitatives, qualitatives et hybrides, et de market intelligence. Wakefield Research aide les marques et agences les plus connues, notamment 50 sociétés du groupe Fortune 100, dans plus de 90 pays. Notre travail est régulièrement présenté dans les médias.

Pour en savoir plus, rendez-vous sur www.wakefieldresearch.com.

Les voyageurs d'affaires français sont prêts à repartir en déplacement.

Presque tous les voyageurs d'affaires français (94%) sont prêts à voyager pour des raisons professionnelles dans les 12 prochains mois. En fait, près des deux tiers (64%) sont *très disposés* à le faire.

Leur motivation pour reprendre leurs déplacements professionnels est très personnelle.

83% des voyageurs d'affaires français craignent que l'impossibilité de voyager davantage au cours des 12 prochains mois ne leur porte préjudice sur le plan personnel et professionnel. Ils craignent notamment de gagner moins d'argent (38%), de ne pas faire avancer leur carrière (31%), voire de perdre leur emploi (26%).

Ces préoccupations incitent 76% des voyageurs d'affaires français à indiquer clairement qu'ils veulent reprendre leurs voyages d'affaires selon leurs propres conditions, contre 68 % à l'échelle mondiale.

Ils craignent également que leur entreprise signe moins de nouveaux contrats (30%), renouvelle moins de contrats (29%) et prenne du retard sur ses concurrents (28%) si elle n'augmente pas son nombre de voyages.

Hormis les objectifs commerciaux, les voyageurs d'affaires français veulent voyager pour découvrir de nouveaux endroits (50%), développer des relations personnelles avec leurs clients et leurs collègues (41%) et faire une pause dans leur vie quotidienne (36%).

Les ajustements apportés à la politique en matière de déplacements sont essentiels.

Les voyageurs d'affaires français veulent mieux contrôler leurs voyages. Près de 2 sur 3 (66%) classent la flexibilité comme principale motivation des voyages d'affaires.

Près de 3 voyageurs d'affaires français sur 4 (73%) souhaitent voir alléger les restrictions de la politique en matière de déplacements ou revenir à la politique pré-COVID-19.

La sélection de leurs hébergements préférés (42%) et de leur mode de déplacement souhaité (38%) sont des aménagements essentiels en matière de santé et de sécurité des voyageurs d'affaires français.

Les voyageurs d'affaires français sont particulièrement désireux d'éviter les escales (35%), de séjourner dans des hôtels plus grands (29%), de donner priorité aux déplacements internes (28%) et d'éviter les transports publics (28%).

En matière de santé et de sécurité durant les voyages, les voyageurs d'affaires se tiennent essentiellement responsables de leurs propres choix. Plus d'un tiers des voyageurs d'affaires français (35%) se considèrent comme les principaux responsables de leur santé et de leur sécurité durant un voyage.



ÉTUDE DE MARCHÉ | SONDRAGE RP | SERVICES D'AIDE À LA RECHERCHE

WAKEFIELDRESEARCH.COM



NOTES MÉTHODOLOGIQUES

L'enquête SAP Concur sur les voyageurs d'affaires a été conduite par Wakefield Research (www.wakefieldresearch.com) entre le 15 avril et le 10 mai 2021 auprès de 3 850 voyageurs d'affaires sur 25 marchés : États-Unis, Canada, Brésil, Mexique, ALC (Colombie, Chili, Pérou et Argentine), Royaume-Uni, France, Allemagne, région ANZ (Australie et Nouvelle-Zélande), région SEA (Singapour et Malaisie), Chine, Hong Kong, Taiwan, Japon, Inde, Corée, Italie, Espagne, Dubaï, Benelux (Belgique, Pays-Bas et Luxembourg), Afrique du Sud, Suède, Danemark, Norvège et Finlande. Les données ont été pondérées pour garantir une représentation fiable de la population des voyageurs d'affaires sur chaque marché.

Les résultats des échantillons 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 menés dans cette étude particulière, les chances sont de 95 sur 100 qu'un résultat d'enquête ne varie pas, plus ou moins, de plus de 1,6 point de pourcentage par rapport au résultat qui aurait été obtenu si les entretiens avaient été conduits avec toutes les personnes de la population représentée par l'échantillon. Les marges sont légèrement plus élevées pour les sous-groupes. La marge d'erreur pour les 250 personnes interrogées en France dans cette étude est de +/-6,2 à un niveau de confiance de 95%.