

Wakefield Research a compilé les données suivantes à l'intention des voyageurs d'affaires français, en complément du livre blanc mondial.

Les voyageurs d'affaires français ne sont pas d'accord avec les restrictions de flexibilité que leur impose leur entreprise.

- 60 % des voyageurs d'affaires français considèrent qu'il est essentiel pour leur carrière d'effectuer des déplacements professionnels.
- Mais 86 % d'entre eux font face à des restrictions de flexibilité, notamment en ce qui concerne la possibilité de télétravailler lors d'un voyage personnel pour ne pas avoir à prendre de congés (23 %) ou de prolonger le déplacement professionnel par un voyage personnel (22 %).
- Conséquence probable : 17 % refuseraient d'effectuer un déplacement s'ils n'ont pas la possibilité de le prolonger par un voyage personnel.

D'après les voyageurs d'affaires français, les entreprises privilégient les mesures qui réduisent les coûts lorsqu'il faut gérer des retards et des annulations.

- Au cours des 12 derniers mois, 84 % des voyageurs ont dû prendre des mesures au pied levé suite à des circonstances de voyage inattendues. Ils ont notamment dû annuler ou reprogrammer des réunions (41 %).
- Après que 44 % aient subi des escales plus longues et d'autres retards, 26 % seraient enclins à refuser un déplacement pour éviter les retards ou les annulations.
- Il existe des compromis, comme le fait de prévoir de la marge. Pendant que 57 % des voyageurs prévoient du temps supplémentaire à l'arrivée, 50 % font de même pour le départ.
- Malgré leurs difficultés, 41 % estiment que leur entreprise privilégie les économies à la flexibilité.

Les voyageurs d'affaires français tapent du poing sur la table.

- De manière générale, 88 % refuseraient un déplacement pour différentes raisons : inquiétude concernant la sécurité à la destination (42 %), inquiétude concernant la sécurité du mode de transport (22 %) ou manque d'adaptation en dehors de la politique d'entreprise (20 %)

Les voyageurs d'affaires français considèrent l'IA comme une solution, sous réserve que celle-ci soit correctement mise en œuvre.

- Bien que 93 % envisagent d'utiliser des options basées sur l'IA pour réserver leur voyage, seuls 8 % se sentent suffisamment à l'aise pour le faire.
- Une forte majorité de voyageurs (86 %) ont besoin de l'aide de l'entreprise pour utiliser ces options en toute sécurité, qu'il s'agisse de gérer la protection des données personnelles (46 %) ou de bénéficier d'une formation dispensée par l'entreprise (36 %).
- Les voyageurs sont particulièrement intéressés par l'automatisation que permet l'IA pour trouver des options durables (40 %) ou pour obtenir des conseils sur le bien-être et la sécurité (37 %).

Pleins feux sur... le coût des opportunités

- Fait plus alarmant : 61 % des collaborateurs estiment qu'ils n'ont pas toujours les mêmes chances de voyager que leurs collègues, notamment en raison de leur âge (22 %), de leur ancienneté (16 %) ou de leur apparence physique (14 %).

Pleins feux sur... la prévalence de l'approbation préalable

- Plus de trois voyageurs sur cinq (61 %) constatent que leur entreprise met de plus en plus l'accent sur les approbations préalables : 17 % d'entre eux déclarent que cette approche est désormais appliquée à tous les voyages. Quelque 38 % ont vu leurs dépenses augmenter concernant les déplacements professionnels du fait de difficultés inattendues.
- Les responsables des déplacements professionnels préfèrent généralement que les voyageurs effectuent les réservations sur les canaux appropriés, mais 22 % des voyageurs français se sont retrouvés *contraints* de réserver leur voyage directement auprès des fournisseurs en raison de difficultés inattendues.

Pleins feux sur... la durabilité

- Un cinquième des voyageurs (20 %) remarquent que leur entreprise accorde plus d'importance à la durabilité qu'à la flexibilité ou aux économies.
- La plupart d'entre eux approuvent cette approche : 27 % refuseraient un déplacement en raison de son impact environnemental ou de l'impossibilité de choisir des options durables, et 27 % indiquent que les recommandations permettant de réduire les émissions carbone représentent un élément incontournable des outils de réservation.
- Toutefois, 20 % se sont vu imposer des restrictions en contrepartie des frais plus élevés découlant des options durables.

LES VOYAGES D'AFFAIRES AVEC SAP CONCUR – JUIN 2024



MARKET RESEARCH | PR POLLING | RESEARCH SUPPORT SERVICES

[WAKEFIELDRESEARCH.COM](https://wakefieldresearch.com)



METHODOLOGICAL NOTES

REMARQUES CONCERNANT LA MÉTHODOLOGIE

L'enquête mondiale sur les voyageurs d'affaires de Concur Travel a été réalisée par Wakefield Research (wakefieldresearch.com) entre le 5 et le 26 avril 2024 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 suréchantillon pour porter à 100 le nombre total de participants dans le secteur de la santé aux États-Unis et un suréchantillon pour porter à 100 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 cette étude spécifique, 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, 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. Les marges sont légèrement plus importantes pour les sous-groupes. La marge d'erreur pour les 250 participants de France de cette étude est de plus ou moins 6,2 points de pourcentage avec une fiabilité de 95 %.

A man in a light-colored shirt and trousers is sitting on a modern, dark-colored metal bench, looking out a large window at an airport tarmac. The scene is captured from behind him, showing the vastness of the airport with runways and buildings in the distance. The lighting suggests it's either early morning or late afternoon, with long shadows cast across the floor.

WAKEFIELD

6^e

Rapport mondial annuel sur les voyageurs d'affaires

Sponsorisé par

SAP Concur

Sommaire



Voyageurs d'affaires internationaux

Résumé	3
Principaux constats	4
Voyageurs vs télétravail	5
Coût de l'opportunité	6
Une flexibilité qui convient à l'entreprise	7
Prévalence de l'approbation préalable	8
Qui est aux commandes ?	9
Favoriser la durabilité	9
L'IA bientôt à l'ordre du jour	10
L'IA générative	11
Conclusion	12
Notes méthodologiques	13

Synthèse



La majorité des voyageurs d'affaires (67 %) considèrent que les déplacements sont essentiels à leur carrière, et 51 % apprécient de voyager pour le travail. Toutefois, selon une enquête menée par Wakefield Research auprès de 3 750 voyageurs d'affaires sur 24 marchés internationaux pour le compte de SAP Concur, **cet enthousiasme est freiné par des restrictions en matière de flexibilité, comme l'ont constaté 91 % des collaborateurs au cours des 12 derniers mois.** Par exemple, ils ne sont pas autorisés à passer une nuit à l'hôtel pour éviter une longue journée de voyage, à choisir des options de voyage préférentielles plus coûteuses, comme les vols directs, à ajouter un voyage personnel à un voyage d'affaires, ni même à voyager pour des raisons non commerciales (conférences, formations ou réunions internes du personnel).

Ces restrictions de flexibilité peuvent conduire à une tension plus vive entre les collaborateurs et les employeurs. **Pratiquement tous les collaborateurs (92 %) seraient prêts à refuser un voyage d'affaires pour des raisons de sécurité, sociales ou environnementales, ou en raison de l'impact potentiel sur leur équilibre entre vie professionnelle et vie privée.** Ce refus pourrait se heurter aux priorités de l'entreprise, puisque 42 % des voyageurs pensent que leur entreprise privilégie la réduction des coûts au détriment de la flexibilité.

Des compromis s'imposent, notamment en ce qui concerne les marges de réservation, le temps supplémentaire que 86 % des voyageurs considèrent comme essentiel en raison des retards imprévisibles. Cette option de voyage flexible est dans le meilleur intérêt de l'entreprise pour éviter que ses collaborateurs ne manquent des réunions d'affaires importantes. Il arrive également qu'elle soit éclipsée par les mesures supplémentaires que les entreprises mettent en œuvre pour tenter de limiter les dépenses, notamment en exigeant des approbations préalables aux voyages. Les voyageurs d'affaires sont majoritairement ouverts à l'idée d'utiliser l'IA pour alléger les tâches administratives. Cependant, cela s'accompagne également d'attentes supplémentaires de la part de l'entreprise, principalement en ce qui concerne la formation et la confidentialité des données.

Dans un contexte marqué par des préoccupations liées à la sécurité, aux coûts et à la durabilité, les entreprises et les voyageurs doivent parvenir à une nouvelle compréhension de la flexibilité et de la manière de l'utiliser pour atteindre leurs objectifs.

Principaux constats

91
%

des voyageurs d'affaires citent des restrictions de flexibilité des déplacements au cours des 12 derniers mois.

66
%

des voyageurs d'affaires estiment qu'ils n'ont pas bénéficié des mêmes chances de voyager que les autres.

88
%

des voyageurs d'affaires ont été contraints d'apporter des modifications de dernière minute au cours des 12 derniers mois en raison de retards, d'annulations ou de changements d'itinéraire inattendus.

80
%

des voyageurs d'affaires rajoutent un peu de temps au début ou à la fin de leur voyage afin d'avoir de la marge en cas de modifications inattendues des horaires.

67
%

des voyageurs d'affaires ont constaté une augmentation de l'importance accordée aux autorisations préalables aux voyages.

95
%

des voyageurs d'affaires sont ouverts aux options optimisées par l'IA pour réserver leurs déplacements.

89
%

des voyageurs d'affaires auraient besoin de l'aide de leur entreprise pour apprendre à utiliser les options de réservation optimisées par l'IA.

27
%

des voyageurs d'affaires indiquent que leur entreprise est moins susceptible d'autoriser ses collaborateurs à payer plus pour choisir des options de voyage plus durables au cours des 12 derniers mois.



Voyageurs vs télétravail

Face au besoin de flexibilité des collaborateurs et à la volonté des entreprises de réduire leurs coûts, ces derniers se retrouvent de plus en plus souvent en désaccord. **Au cours des 12 derniers mois, 91 % des voyageurs d'affaires ont constaté des restrictions en matière de flexibilité des déplacements.** Pour beaucoup, cela implique un durcissement dans des domaines clés qui favorisent l'équilibre entre vie professionnelle et vie privée et leur permettent de gérer plus facilement les situations stressantes liées aux voyages.

Plus d'un quart (27 %) signalent des restrictions concernant l'autorisation du travail à distance pendant les déplacements personnels afin d'éviter de prendre des jours de congé, tandis que 25 % citent des restrictions concernant l'ajout de voyages personnels à leurs voyages d'affaires. Ces restrictions récentes en matière de flexibilité laissent penser que les entreprises cherchent à réévaluer ce qui est, ou n'est pas, indispensable.

Mais les collaborateurs veulent fixer des limites, surtout en ce qui concerne la possibilité de prendre du temps pour eux-mêmes. **Plus d'un sur cinq est prêt à refuser un voyage d'affaires si celui-ci ne leur permet pas de prolonger le voyage avec un voyage personnel (22 %).**

Alors que les entreprises réorganisent leurs dépenses, les voyageurs ne disposent plus des mêmes options, comme la réservation d'une classe affaires ou d'une classe premium (27 %) ou la possibilité d'éviter des horaires de voyage pénibles. **On leur a demandé d'utiliser les transports en commun plutôt qu'un taxi ou le covoiturage (27 %) et, pour 28 % d'entre eux, leur entreprise a réduit les vols sans escale ou les itinéraires directs, plus coûteux.** Ces chiffres s'ajoutent aux 31 % de voyageurs qui, l'année dernière, ont déclaré que leur entreprise privilégiait des tarifs les plus bas, même si la réservation comprenait des escales ou des vols indirects.

L'année dernière, l'instabilité du marché a affecté les voyages : 32 % des voyageurs ont indiqué que leur entreprise avait fait pression pour qu'ils reviennent le jour même en raison de l'incertitude économique. **Cette année, 28 % des voyageurs ont également constaté une diminution de l'autorisation de passer la nuit sur place pour éviter une longue journée de voyage, ce qui suggère que la tendance se poursuit.**

Restrictions en matière de flexibilité au cours des 12 derniers mois



28 %

Passer la nuit sur place pour éviter une longue journée de voyage



28 %

Payer plus pour un vol sans escale ou direct



27 %

Travailler à distance tout en voyageant pour le plaisir afin d'éviter de prendre des congés



27 %

Utiliser un taxi ou le covoiturage plutôt que les transports en commun



Coûts d'opportunité

Pour les voyageurs d'affaires, prendre la route est plus qu'un simple avantage : 67 % d'entre eux affirment que c'est essentiel à l'avancement de leur carrière, une tendance qui se vérifie dans le monde entier (64 % des voyageurs dans la région EMEA, 68 % dans les pays du continent américain et 72 % dans la région APAC). Mais tous les voyageurs n'ont pas l'impression d'avoir les mêmes chances.

Fait inquiétant, 66 % des voyageurs d'affaires estiment qu'ils n'ont pas toujours bénéficié des mêmes chances de voyager que leurs collègues. Cela fait suite à notre étude de 2023 dans laquelle 62 % ont parlé d'injustice. Les raisons de cette impression varient : 25 % des membres de la génération Z invoquent leur âge, tandis que 20 % se joignent à leurs collègues de la génération Y (20 %) et soupçonnent l'ancienneté de jouer un rôle. **Parallèlement, 16 % des travailleurs entièrement à distance se sentent lésés en raison de la fréquence à laquelle ils se rendent au bureau.**

Les voyageurs issus de la communauté LGBTQ+, en particulier, pensent qu'ils sont écartés pour des raisons préoccupantes telles que l'apparence physique (20 %, contre



2 voyageurs sur 3 estiment qu'ils n'ont **pas toujours bénéficié des mêmes chances de voyager** que leurs collègues

12 % des voyageurs non LGBTQ+) ou le genre (17 %, contre 11 % des collaborateurs non LGBTQ+). **De plus, 20 % pensent qu'on leur a refusé des opportunités en raison de leur orientation sexuelle.**

Plus d'un voyageur sur dix (11 %) pense ne pas avoir bénéficié des mêmes opportunités en raison de son accent, alors que 10 % estiment que c'est en raison de leur origine ethnique ou de leur race. **En outre, 13 % des voyageurs qui se considèrent comme des personnes ayant des besoins spécifiques pensent que l'inégalité à laquelle ils ont été confrontés est due à leur handicap.**

Une flexibilité qui convient à l'entreprise

Si les entreprises se sentent moins contraintes de répondre aux demandes de flexibilité des voyageurs dans certains domaines, les implications potentielles de restrictions à tous les niveaux sont parfaitement claires. **:88 % des voyageurs d'affaires ont été contraints de prendre des mesures imprévues (passer plus de temps en déplacement ou utiliser d'autres modes de transport, par exemple) au cours des 12 derniers mois en raison de retards, d'annulations ou de modifications d'itinéraire imprévus.** Les impacts ont été énormes, avec notamment des réunions annulées ou reprogrammées, touchant 38 % des voyageurs.

Ces défis sans précédent pèsent également sur l'équilibre entre la vie professionnelle et la vie privée des collaborateurs, 29 % d'entre eux étant prêts à renoncer à un voyage d'affaires en raison de la probabilité de retards ou d'annulations. Cette volonté de dire non est le fruit d'une expérience durement acquise. **Au cours des 12 derniers mois, 57 % des voyageurs ont dû composer avec des escales plus longues ou d'autres retards imprévus.**

Afin de contourner certaines de ces difficultés, les voyageurs ajoutent une marge à leur réservation, c'est-à-dire du temps supplémentaire au début ou à la fin de leur voyage en cas d'éventuels retards ou changements dans leur programme de voyage. **La majorité des voyageurs d'affaires (61 %) réservent de manière proactive du temps supplémentaire pour leur arrivée afin d'éviter de manquer une réunion en cas de retard, tandis que 46 % réservent du temps supplémentaire au départ afin d'éviter tout stress sur le chemin du retour.** Plus d'un quart (27 %) ajoutent ces marges au début et à la fin de leur voyage d'affaires.

Si ces marges sont une flexibilité que les entreprises accordent aux voyageurs, il est pourtant dans leur propre intérêt d'éviter les interruptions d'activité. Bien que 70 % des voyageurs d'affaires indiquent que leur entreprise a évolué au cours des 12 derniers mois pour permettre à ses collaborateurs de faire davantage de demandes, cette évolution est compromise par la restriction des options et la baisse de la flexibilité dans d'autres domaines. **Exemple : 42 % pensent que leur entreprise privilégie la réduction des frais de déplacement aux besoins de leurs collaborateurs en matière d'options flexibles.** Et ce constat se retrouve dans toutes les régions, y compris l'EMEA (44 %), le continent américain (41 %) et l'APAC (38 %).

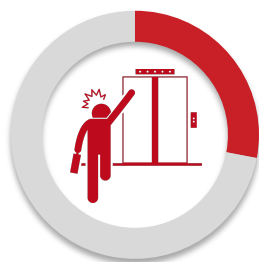
De plus, **parmi les collaborateurs qui n'ont pas pu demander plus de flexibilité, 50 % pensent que la réduction des coûts a été privilégiée par rapport à leurs besoins.** Les gestionnaires de voyages sont également confrontés à ce problème, 42 % d'entre eux prévoyant que les directives de leur entreprise visant à réduire les frais de déplacement rendront leur travail encore plus difficile au cours de l'année à venir. Le fait est que, même si les collaborateurs peuvent demander des aménagements, de telles réductions directes des avantages l'emportent sur le sentiment de disposer de plus d'options.

Des étapes imprévues en raison de retards



57 %

Escales plus longues ou jours supplémentaires non prévus



38 %

Réunions annulées ou reprogrammées



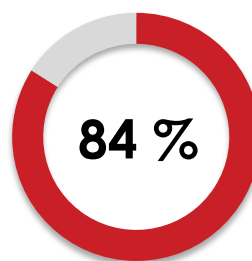
Prévalence de l'approbation préalable

Dans un souci de réduction des coûts, les entreprises instaurent davantage d'exigences en matière d'approbation préalable des frais de voyage. **Deux tiers des voyageurs d'affaires (67 %) constatent que leur entreprise accorde une plus grande importance aux autorisations préalables de voyage, lesquelles n'étaient pas nécessaires auparavant, et plus d'un quart (27%) l'ont constaté pour tous les voyages.** Si l'on ajoute les 17 % qui ont toujours eu ces exigences, 84 % doivent demander des autorisations préalables pour au moins certains voyages, l'APAC étant en tête (89 %), suivie par le continent américain (84 %) et l'EMEA (82 %).

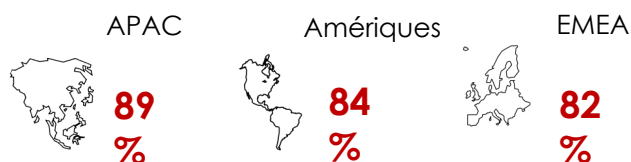
Bien que l'objectif soit de s'en tenir au budget, il est presque impossible de se conformer aux plans de voyage approuvés à l'avance dans un environnement en perpétuelle évolution.

Plus d'un tiers des voyageurs d'affaires (36 %) ont engagé des dépenses supplémentaires lors d'un voyage d'affaires en raison de difficultés imprévues, et 34 % ont dû utiliser un autre mode de transport.

Parmi les gestionnaires de voyages, 38 % prévoient une année plus difficile due au fait que les voyageurs n'utilisent pas les outils de l'entreprise pour réserver ou mettre à jour leurs plans de voyage. **Toutefois, 30 % des voyageurs ont été contraints de réserver un voyage directement auprès de fournisseurs en raison de divers aléas tels qu'un retard, une annulation ou un changement d'itinéraire.** Résultat ? Les gestionnaires manquent de visibilité pour suivre les dépenses, négocier les tarifs des fournisseurs, renforcer la durabilité ou, pire, assurer la sécurité des collaborateurs.



Doivent faire une demande d'approbation préalable pour au moins certains de leurs voyages



Qui est aux commandes ?

Alors que les entreprises cherchent à imposer davantage de critères en matière de budget et de flexibilité, les voyageurs ripostent. **Presque tous (92 %) sont prêts à refuser un voyage d'affaires pour diverses raisons comme la sécurité, les préoccupations sociales ou environnementales, ou l'impact potentiel sur l'équilibre entre vie professionnelle et vie privée.** Plus précisément, 24 % d'entre eux seraient prêts à refuser un voyage qui n'offrirait pas la flexibilité nécessaire pour apporter des modifications non conformes à la politique de l'entreprise. Mais ce n'est là que de l'une des raisons pour lesquelles les voyageurs renonceraient à un voyage.



24 % seraient prêts à **refuser** un voyage s'ils n'ont pas la possibilité **d'effectuer des ajustements non conformes à la politique**

Naturellement, les voyageurs sont plus enclins à refuser un voyage qui pourrait mettre leur bien-être en péril. **Plus de deux collaborateurs sur cinq (44 %) refuseraient un voyage d'affaires pour des raisons de sécurité à destination,**

tandis que 33 % sont prêts à refuser un déplacement s'ils craignent que le mode de transport affecte leur bien-être. Par ailleurs, 35 % des voyageurs diraient non si la destination leur posait des problèmes d'ordre politique ou social, en particulier les voyageurs de la région EMEA (36 %) ou de la région APAC (36 %). Compte tenu des tensions politiques croissantes, ce chiffre est supérieur à celui de l'année passée (26 % des voyageurs étaient prêts à refuser un voyage pour éviter une région ou un pays dont le gouvernement ou la culture ne leur convient pas.)

Cette volonté de refuser certains déplacements a placé les gestionnaires de voyages d'affaires dans une situation apparemment inextricable : **plus d'un tiers d'entre eux (36 %) citent la gestion des attentes divergentes des voyageurs et de l'entreprise comme l'une des raisons pour lesquelles leur rôle deviendra plus difficile dans l'année à venir.** Le dilemme dans lequel se trouvent les gestionnaires de voyages est devenu le reflet des tensions entre employeurs et collaborateurs sur la question de savoir qui a le dernier mot sur tout ce qui touche aux voyages d'affaires.

Favoriser la durabilité

La durabilité ne concerne pas seulement les individus, mais aussi les entreprises. **Pour plus d'un quart des voyageurs d'affaires (29 %), leur entreprise accorde plus d'importance aux options de voyage durables qu'à la satisfaction des besoins de flexibilité des collaborateurs, ou à la réduction des coûts de déplacement.** Dans une certaine mesure, c'est une tendance à laquelle les voyageurs adhèrent, puisque 27 % d'entre eux seraient prêts à refuser un voyage d'affaires en raison de son impact environnemental ou de l'impossibilité de choisir des options durables, une considération partagée par les voyageurs du continent américain (28 %), de l'APAC (28 %) et de l'EMEA (27 %). En effet, près d'un quart (23 %) citent les recommandations de réduction des émissions de carbone comme un composant essentiel de l'outil de réservation de voyages de leur entreprise.

D'autre part, 27 % indiquent que leur entreprise est moins susceptible d'autoriser ses collaborateurs à payer plus pour choisir des options de voyage plus durables au cours des 12 derniers mois. Les gestionnaires de voyages ont également observé cette tendance, 36 % ayant des difficultés à répondre aux attentes de leur entreprise pour proposer des options de voyage plus durables sans budgets adéquats.

L'IA bientôt à l'ordre du jour

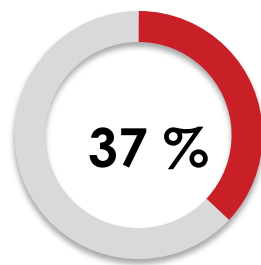
Comme pour de nombreux défis auxquels les entreprises sont confrontées aujourd'hui, le dilemme entre les besoins des voyageurs et les priorités des entreprises pourrait bientôt être réglé par l'intelligence artificielle (IA). **Mais si la quasi-totalité des voyageurs d'affaires (95 %) sont ouverts à l'utilisation d'options basées sur l'IA pour réserver leurs voyages d'affaires, seuls 7 % d'entre eux se sentent à l'aise pour le faire aujourd'hui.** Si les entreprises veulent mettre en œuvre l'IA, elles doivent faire en sorte que leurs collaborateurs sachent l'utiliser.

Près de neuf voyageurs d'affaires sur dix (89 %) ont besoin de l'aide de leur entreprise pour utiliser en toute confiance les options de réservation optimisées par l'IA. Alors que les médias font état de préoccupations croissantes concernant la vie privée et les préjugés potentiels dus aux interventions humaines qui faussent les algorithmes d'IA, les voyageurs veulent des garanties. Près de la moitié (48 %) veulent être sûrs que leurs données personnelles seront protégées, et 37 % veulent avoir la certitude que les outils ne créent pas de préjugés potentiels. Les inquiétudes sur les préjugés sont particulièrement marquées dans la région APAC (41 %), contre 36 % des voyageurs à la fois en Amériques et dans la zone EMEA.

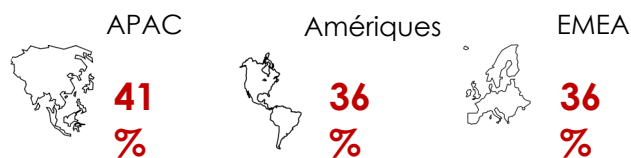
Les collaborateurs sont également à la recherche d'un soutien plus tactique. Près de deux sur



9 voyageurs sur 10 ont besoin de l'aide de leur entreprise ou d'une formation pour **utiliser en toute confiance les options optimisées par l'IA** pour réserver leur voyage d'affaires



veulent la garantie que les outils de réservation optimisés par l'IA ne créent pas de **préjugés potentiels**



cinq (38 %) souhaitent que l'entreprise leur fournisse une formation sur l'utilisation des options basées sur l'IA et un tiers (33 %) veulent simplement avoir la possibilité d'utiliser des outils non basés sur l'IA s'ils le préfèrent. **Et certains veulent juste savoir qu'ils n'auront pas d'ennuis : près d'un tiers (32 %) veulent que l'entreprise leur garantisse qu'il n'y aura pas de répercussions si les réservations suggérées par l'IA ne sont pas conformes à la politique de l'entreprise.**

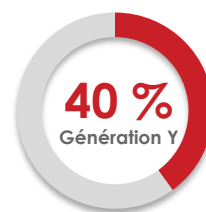
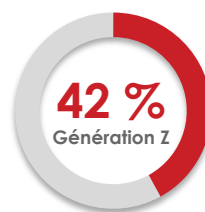
Les entreprises peuvent adapter leurs outils d'assistance optimisés par l'IA aux domaines dans lesquels les collaborateurs ont besoin d'aide : la recherche et les tâches administratives. **Les voyageurs sont les plus enclins à utiliser l'automatisation optimisée par l'IA pour obtenir des conseils sur le bien-être et la sécurité (37 %), une aide à l'obtention de visas et d'autres documents (37 %), une aide à la saisie et au reporting des dépenses (37 %) et une aide à la recherche d'options de voyage durables (37 %).** Autant de fonctionnalités que les entreprises pourraient mettre en œuvre pour gagner la confiance et l'enthousiasme des collaborateurs.

Les entreprises peuvent également envisager d'autres utilisations susceptibles de susciter l'intérêt des utilisateurs. **Près d'un voyageur d'affaires sur cinq (19 %) préférerait une liste d'options de voyages d'affaires créée par l'IA en fonction de leurs préférences et de leurs besoins plutôt que d'avoir à choisir eux-mêmes ou d'obtenir des recommandations d'un agent de voyage ou de collègues.**

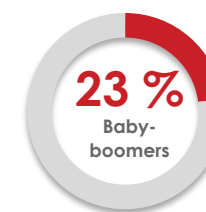
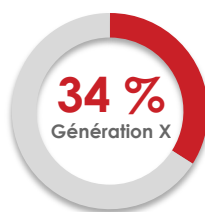
IA générative

Bien qu'ils aient la réputation d'être plus à l'aise avec la technologie, les jeunes voyageurs d'affaires sont plus méfiants quant à l'utilisation de l'IA s'ils ne disposent pas du savoir-faire adéquat. **Les voyageurs d'affaires des générations Z (42 %) et Y (40 %) sont les plus susceptibles d'avoir besoin d'une formation fournie par l'entreprise sur les options de réservation basées sur l'IA afin de les utiliser en toute confiance, suivis par ceux de la génération X (34 %) et les baby-boomers (23 %).** En effet, 12 % des baby-boomers et 10 % des membres de la génération X utilisent déjà des options basées sur l'IA pour réserver leurs voyages d'affaires, contre seulement 4 % des membres de la génération Z et 6 % des membres de la génération Y.

Les jeunes voyageurs pourraient simplement réaffirmer leur désir de flexibilité, car ces générations veulent avoir la possibilité d'utiliser d'autres outils à la place. **C'est précisément ce que souhaitent 36 % des membres de la génération Y, suivis par 31 % de la génération Z, 30 % de la génération X et seulement 18 % des baby-boomers.** Voilà un autre exemple qui montre que les voyageurs ne veulent pas seulement des outils robustes, mais aussi de multiples options.



ont besoin d'une formation de l'entreprise sur les options de réservation optimisées par l'IA pour les utiliser en toute confiance





Conclusion

Les voyageurs sont prêts à formuler des exigences et à mettre le holà, en demandant des aménagements et en refusant des voyages pour un nombre croissant de raisons. Mais ce sentiment d'autonomisation est freiné par les coupes budgétaires apparemment plus urgentes des entreprises, ce qui se traduit par un recul perçu de l'équilibre entre vie professionnelle et vie privée des voyageurs. Alors que les entreprises ont mis en place des compromis, tels que des marges de réservation, les voyageurs doivent se demander si cela est le fruit d'une volonté d'aider leurs collaborateurs ou d'une simple nécessité de s'assurer que les voyageurs peuvent atteindre leurs objectifs métier dans un contexte de plus en plus complexe.

L'IA et les outils basés sur l'IA peuvent aider les entreprises à apaiser certaines préoccupations, mais plus que l'outil, c'est la raison pour laquelle il est proposé qui importe : faciliter la vie des voyageurs tout en leur permettant d'atteindre et de dépasser leurs objectifs professionnels. Résultat : l'adhésion peut s'en retrouver renforcée, car en fin de compte, les collaborateurs veulent que l'IA et les autres solutions les aident à atteindre leurs objectifs, tant pour sur le plan professionnel que personnel.

Notes méthodologiques

L'enquête mondiale sur les gestionnaires de voyages de Concur Travel a été réalisée par Wakefield Research (wakefieldresearch.com) entre le 5 et le 26 avril 2024 auprès de 600 gestionnaires de voyages (personnes qui supervisent ou gèrent les programmes de voyages pour les entreprises), sur 6 marchés : l'Allemagne, 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 la santé 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 cette étude spécifique, 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 4 points de pourcentage dans l'échantillon mondial, de 9,8 points de pourcentage dans le sur-échantillon du secteur américain de la santé et de 13,9 points de pourcentage dans le secteur américain de l'enseignement supérieur, 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.

L'enquête mondiale sur les voyageurs d'affaires de Concur Travel a été réalisée par Wakefield Research (wakefieldresearch.com) entre le 5 et le 26 avril 2024 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 la santé aux États-Unis et un sur-échantillon pour porter à 100 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 3 750 entretiens réalisés dans 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 9,8 points de pourcentage dans les sur-échantillons des secteurs américains de la santé et de l'enseignement supérieur, 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.

L'étude 2024 comprenait un changement dans les marchés étudiés par rapport à l'année précédente, ce qui doit être pris en compte lors de la comparaison des résultats. Plus précisément, l'Autriche, le Moyen-Orient (EAU et Arabie saoudite), le Portugal et la Suisse ont été ajoutés cette année, tandis que la Chine, Dubaï, Hong Kong, la Colombie, le Chili, le Pérou, l'Argentine et Taiwan ont été retirés.



WAKEFIELD

6^e rapport
mondial
annuel sur les
PME/ETI

Sponsorisé par

SAP Concur

Sommaire



Voyageurs d'affaires de PME/ETI internationales

Résumé	3
La flexibilité à tout prix	4
Marges de réservation	5
Faciliter les déplacements	6
Conclusion	7
Notes méthodologiques	7

Synthèse



Les réunions en présentiel constituent une part importante du travail des PME/ETI, et les voyageurs constatent une diminution de la flexibilité dans certains domaines importants liés aux déplacements professionnels. **Alors que 66 % des collaborateurs de PME/ETI estiment que les voyages sont essentiels à leur carrière et que 76 % les apprécient, cela ne les dissuadera pas de refuser un voyage par souci de sécurité, de convictions sociales ou environnementales, ou en raison de l'impact potentiel sur leur équilibre entre vie professionnelle et vie privée.**

Face aux défis économiques, géopolitiques et sectoriels qui ont assailli les entreprises au cours de l'année écoulée, **90 % des voyageurs de PME/ETI ont vu leur entreprise restreindre ses options de voyage flexibles, notamment dans des domaines importants comme l'équilibre entre vie professionnelle et vie privée, le confort et la capacité à faire face à des environnements de voyage saturés.** Cependant, les changements de politique d'entreprise ne sont pas les seuls défis auxquels les voyageurs sont confrontés. Une forte majorité (88 %) ont été contraints de modifier leur voyage d'affaires au cours des 12 derniers mois en raison de retards, d'annulations ou d'autres événements inattendus.

Alors que les PME/ETI adaptent leurs stratégies pour répondre aux demandes des voyageurs sans sacrifier leurs budgets, 94 % des voyageurs sont ouverts à l'utilisation de fonctionnalités d'IA pour faciliter le processus de réservation de voyages. Cette étape nécessitera toutefois des efforts, car 90 % des voyageurs ont besoin d'une formation supplémentaire ou d'être rassurés quant au risque de préjugés ou de problèmes de conformité pour utiliser cette technologie en toute confiance.

En partenariat avec Wakefield Research, SAP Concur a interrogé 1 595 voyageurs d'affaires sur six marchés internationaux afin d'obtenir des insights sur la situation des déplacements professionnels dans les PME/ETI de moins de 1 000 collaborateurs.

La flexibilité à tout prix

Pour deux tiers des collaborateurs de PME/ETI (66 %), les déplacements professionnels sont essentiels à leur carrière, tandis que 76 % apprécient ces déplacements. **Alors que leurs employeurs cherchent à maîtriser les coûts, 90 % des voyageurs ont remarqué que leur entreprise limitait les options de voyages flexibles.** Cela concerne en particulier les options qui pourraient améliorer leur confort ou leur capacité à maintenir l'équilibre entre vie professionnelle et vie privée, et même leur capacité à faire face à l'environnement de voyage complexe d'aujourd'hui. En outre, 64 % ont constaté cette année une augmentation de l'importance accordée à l'approbation préalable des déplacements, dont près d'un quart (24 %) ont constaté que cette exigence s'appliquait désormais à tous les déplacements.

Alors qu'ils sont sans cesse confrontés à la difficulté de concilier travail et vie privée, les voyageurs d'affaires disposent de moins d'options pour combiner voyages d'affaires et d'agrément. **Au cours des 12 derniers mois, plus d'un quart (26 %) ont vu des restrictions quant aux possibilités de travailler à distance tout en voyageant pour le plaisir pour éviter de prendre des jours de congé.** De même, 25 % ont vu leur entreprise mettre un terme à l'ajout de voyages personnels aux voyages d'affaires. Bien que ces possibilités de combiner voyages d'affaires et d'agrément soient des avantages relativement récents,

de nombreux voyageurs y sont désormais habitués, à tel point que plus d'un sur cinq (21 %) serait prêt à refuser un déplacement professionnel qui ne lui permettrait pas de prolonger son voyage pour des raisons personnelles.

Les dépenses permettant de faciliter les voyages d'affaires ont également été réduites. **Par exemple, payer plus pour choisir un vol sans escale ou un itinéraire direct (28 %), utiliser un taxi ou le covoiturage plutôt que les transports en commun (26 %) et réserver des nuitées pour éviter une longue journée de voyage dans le cas d'un déplacement d'une journée (25 %).** Si ces avantages sont en apparence axés sur le confort, ils jouent également un rôle essentiel en aidant les voyageurs à gérer le stress lié à l'augmentation des annulations, des retards et autres problèmes.

Peu enclins à faire des compromis sur leurs priorités, les collaborateurs risquent de se retrouver en désaccord avec leur entreprise à cause des restrictions susmentionnées. **Une écrasante majorité (92 %) serait prête à refuser un voyage d'affaires pour des raisons de sécurité, de convictions sociales ou environnementales, ou en raison de l'impact potentiel sur l'équilibre entre vie professionnelle et vie privée.**

Restrictions en matière de flexibilité au cours des 12 derniers mois



28 %

Payer plus pour un vol sans escale ou direct



26 %

Utiliser un taxi ou le covoiturage plutôt que les transports en commun



26 %

Travailler à distance tout en voyageant pour le plaisir afin d'éviter de prendre des congés



25 %

Passer la nuit sur place pour éviter une longue journée de voyage

Marges de réservation

De plus en plus, les voyages d'affaires posent un défi, qu'il s'agisse de problèmes géopolitiques ou de sécurité, ou encore de problèmes de personnel, entraînant facilement des retards et empêchant les voyages de se dérouler aussi aisément que par le passé. Au cours des 12 derniers mois, 88 % des voyageurs ont été contraints de prendre des mesures imprévues en réponse à un retard, une annulation ou un changement d'itinéraire. **Pour 80 % d'entre eux, ces obstacles les ont conduits à réserver de manière proactive du temps supplémentaire pour pallier d'éventuels aléas.**

Une forte majorité (62 %) ajoute une « marge de réservation » au début du voyage afin de prévoir du temps supplémentaire à l'arrivée et de ne pas rater une réunion en cas de retard. Parallèlement, 43 % réservent du temps supplémentaire à la fin du voyage afin d'éviter le stress sur le chemin du retour. **Un quart des voyageurs d'affaires (25 %) font preuve d'une grande prudence et ajoutent une marge au début et à la fin de leur voyage.**

Lorsque ces marges ne suffisent pas, une modification de dernière minute non conforme à la politique de l'entreprise est souvent nécessaire. **Par conséquent, 36 % ont engagé des frais de voyage supplémentaires en raison d'annulations ou de retards, tandis que 31 % ont dû réserver leur voyage directement auprès du prestataire.** La fréquence de ces événements prouve qu'il est important de permettre aux collaborateurs d'apporter des modifications non conformes à la politique de l'entreprise. En fait, plus d'un quart des voyageurs (26 %) seraient prêt à refuser un voyage d'affaires qui ne leur permettrait pas de le faire.

Les retards et annulations imprévus devenant la norme, certains collaborateurs parviennent à anticiper les voyages les plus susceptibles de nécessiter des modifications de dernière minute. **Plus d'un quart des voyageurs (28 %) seraient prêts à refuser un déplacement en raison de la probabilité qu'il soit impacté par un retard ou une annulation.**



4 voyageurs sur 5 ajoutent des marges de réservation pour gérer de manière proactive les défis liés aux déplacements



Faciliter les déplacements

Alors que les PME/ETI s'efforcent de faire plus avec moins, l'intelligence artificielle (IA) pourrait aider à gérer certaines des tâches fastidieuses liées aux voyages d'affaires. **L'écrasante majorité des voyageurs (94 %) identifient au moins un domaine dans lequel ils envisageraient d'utiliser l'automatisation optimisée par l'IA lors du processus de réservation.** Parmi ces domaines, on peut citer les recherches préalables au voyage, comme des conseils sur le bien-être et la sécurité basés sur l'IA (36 %), l'aide à la recherche d'options de voyage durables (35 %) ou la possibilité de faire des achats en comparant les options ou même en effectuant une réservation (32 %).

Les voyageurs sont également ouverts à l'IA pour obtenir de l'aide sur les tâches administratives chronophages, telles que la conformité à la politique de voyage de leur organisation (34 %) ou l'aide à l'obtention de visas et d'autres documents (35 %). **Plus d'un tiers (35 %) considèrent que les options basées sur l'IA pourraient être utiles pour la saisie et la déclaration des frais, réduisant ainsi le travail fastidieux à leur retour.** Les voyageurs d'affaires du continent américain (40 %) y trouvent un intérêt encore plus grand.

Ouverts à l'aide à la réservation optimisée par l'IA



Cependant, la grande majorité (90 %) n'est pas à l'aise avec l'utilisation d'options optimisées par l'IA *pour l'instant*, et cite des obstacles allant du manque de compétences aux préoccupations liées aux préjugés et à la conformité. Par exemple, 39 % des voyageurs souhaitent une formation dispensée par l'entreprise pour se sentir à l'aise dans l'utilisation de ces outils, tandis que 38 % veulent avoir la garantie que ces outils n'engendrent pas de préjugés potentiels. **Et ils sont encore plus nombreux (45 %) à vouloir avoir la confirmation que leurs données personnelles seront protégées.**

Conclusion

Les voyageurs d'affaires de PME/ETI estiment que les déplacements sont essentiels à leur carrière, mais ils expriment de réelles inquiétudes quant à l'impact de ces déplacements sur l'équilibre entre leur vie professionnelle et leur vie privée. Avec l'augmentation des exigences en matière d'approbation préalable et la restriction de la flexibilité dans des domaines tels que les vols sans escale et la prolongation des voyages d'affaires pour des raisons personnelles, les entreprises doivent s'attendre à une certaine opposition. Les voyageurs d'affaires attachent de l'importance à la possibilité de prolonger leur voyage afin d'éviter un éventuel épuisement et apprécient de pouvoir combiner voyages d'affaires et voyages personnels, comme ils en ont pris l'habitude. Les retards et les annulations étant devenus la norme, ils privilégient également les options permettant d'atténuer de manière proactive toute conséquence éventuelle.

Bien que les voyageurs réagissent à ces retards, annulations et changements d'horaire en prévoyant des « marges de réservation » (temps supplémentaire au début et/ou à la fin d'un voyage d'affaires), cela ne répond pas à tous leurs besoins en matière de flexibilité. Ils recherchent plus de flexibilité dans les options de voyage, ainsi que la possibilité de faire coïncider les voyages d'affaires avec leur emploi du temps personnel. Ils souhaitent également plus de flexibilité dans la manière dont ils réservent ou modifient leur voyage. L'IA peut s'avérer utile pour faciliter les voyages d'affaires, mais la plupart des voyageurs ont des préoccupations auxquelles l'entreprise se doit de répondre pour qu'ils puissent l'intégrer en toute confiance à leur processus, qu'il s'agisse de la formation à son utilisation ou de la volonté de l'entreprise de se prémunir contre les préjugés ou les problèmes de conformité.

Notes

méthodologiques

L'enquête sur les voyageurs d'affaires des PME/ETI de Concur a été réalisée par Wakefield Research (www.wakefieldresearch.com) entre le 5 avril et le 26 avril 2024, auprès de 1 595 voyageurs d'affaires sur six marchés : États-Unis, Canada, Royaume-Uni, France, Australie et Nouvelle-Zélande, et Pays-Bas.

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 1 595 entretiens réalisés dans le secteur des PME/ETI, 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 2,5 points de pourcentage, 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.

The logo for WAKEFIELD, featuring a stylized 'W' composed of three vertical bars of increasing height, followed by the word 'AKEFIELD' in a bold, sans-serif font.

WAKEFIELD

6^e rapport
mondial
annuel sur les
gestionnaires
de voyages

Sponsorisé par



Sommaire



Gestionnaires de voyages internationaux

Résumé	3
Plus de tension, moins de motivation	4
<i>Bon pour les voyageurs, bon pour l'entreprise</i>	4
Des attentes divergentes et un soutien insuffisant	5
Les gestionnaires dans l'incertitude face au budget et aux outils à disposition	6
<i>Oui à l'IA, mais pas sans formation adéquate</i>	6
Conclusion	7
Notes méthodologiques	7

Synthèse



Se sentant peu appréciés, peu soutenus et surchargés, les gestionnaires de voyages ont le regard tourné vers l'extérieur. **Plus de deux sur cinq (41 %) sont susceptibles de chercher un nouveau poste au cours des 12 prochains mois.** Pour ceux qui prévoient de rester, le changement se fait attendre. Les voyageurs d'affaires attendent de la flexibilité et ont pris l'habitude de déroger à la politique de l'entreprise lorsque cela est nécessaire pour assurer leur sécurité, leur équilibre entre vie professionnelle et vie privée ou leur respect de valeurs sociales, politiques et environnementales au cours de leurs déplacements professionnels. Pourtant, 36 % des gestionnaires de voyages d'affaires ont du mal à concilier cela avec les attentes divergentes de leur entreprise, à savoir la réduction obligatoire des coûts. En même temps, privilégier des options de voyage durables tout en offrant les choix les plus économiques constitue un facteur de stress.

La quasi-totalité des gestionnaires de voyages (99 %) anticipant une année plus difficile, la formation et les outils sont deux éléments indispensables pour eux, en particulier lorsqu'on leur demande d'assumer un rôle plus stratégique dans l'entreprise, de démontrer le retour sur investissement et d'utiliser des outils optimisés par l'IA. Si l'IA peut être une aide bienvenue pour ces gestionnaires à bout de souffle, tous ne sont pas prêts à l'adopter. 34 % d'entre eux ne parviennent pas à utiliser ces outils sans formation adéquate.

Selon une enquête de Wakefield Research menée auprès de 600 gestionnaires de voyages sur six marchés internationaux pour SAP Concur, l'avenir promet d'être incertain pour les gestionnaires de voyages si les entreprises ne prennent pas des mesures pour mieux aligner les outils et le support qu'elles fournissent à ces rôles de plus en plus difficiles.

Plus de tension, moins de motivation

Presque tous les gestionnaires de voyages (99 %) s'attendent à une année plus difficile. **Pour plus d'un tiers (36 %), cette sombre prédiction est due en partie à leur difficulté à gérer les attentes de plus en plus divergentes de leurs voyageurs et de leur entreprise.** Leur tâche est ardue, car ils tentent de répondre simultanément aux besoins des deux parties.

Alors que le rôle du gestionnaire de voyages continue d'évoluer, les exigences s'intensifient. On leur demande de faire plus avec moins, en particulier dans les domaines des voyages durables et des nouvelles technologies, ainsi que d'assumer un rôle plus stratégique au sein de l'entreprise, et ce sans soutien adéquat. **Fait inquiétant, près de deux sur cinq (37 %) estiment qu'il est difficile de continuer à proposer des programmes de voyage de haute qualité tout en étant soumis à une pression accrue.** Mais il ne s'agit pas seulement du stress lié à la fonction. Près d'un tiers (31 %) considère

qu'il est difficile de rester motivé lorsqu'on se sent sous-estimé par son entreprise.

Les priorités des entreprises reflètent la pression subie par les responsables pour parvenir à un équilibre délicat entre le devoir de protection, la durabilité et les résultats nets de l'entreprise. Il est intéressant de noter que les gestionnaires sont également divisés sur ce que leur entreprise considère comme le plus important. **Pour plus d'un tiers (35 %), leur entreprise s'attache à satisfaire les demandes des collaborateurs en matière de flexibilité, en autorisant par exemple des options de déplacement non conformes à la politique de l'entreprise lorsque les collaborateurs le jugent nécessaire.** Pourtant, pour une proportion presque aussi importante, l'accent est mis sur les déplacements durables (33 %) ou la réduction des frais de déplacement (32 %). Ces trois chiffres donnent un aperçu des obligations divergentes que les gestionnaires de voyages tentent de satisfaire.

Dans ce contexte mouvementé, **41 % sont susceptibles de chercher un nouvel emploi dans l'année à venir, dont 20 % un poste en dehors du secteur.** Pourtant, même parmi ceux qui souhaitent conserver leur poste actuel, 41 % ont l'intention de faire pression pour que des changements soient apportés, ce qui prouve que rester en poste n'implique pas forcément de rester silencieux.



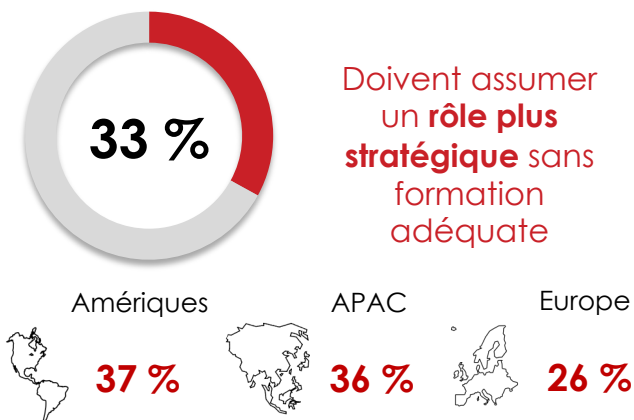
Bon pour les voyageurs, bon pour l'entreprise

Les entreprises les plus susceptibles de fidéliser leurs gestionnaires de voyages sont celles qui donnent la priorité à leurs voyageurs. **Parmi les gestionnaires de voyages qui prévoient de rester en poste sans plaider en faveur du changement (certainement les plus heureux), 41 % indiquent que leur employeur privilégie la satisfaction des demandes des collaborateurs en matière de flexibilité plutôt que la réduction des coûts ou les déplacements durables.** En revanche, les gestionnaires de voyages qui souhaitent conserver leur poste actuel sont beaucoup moins nombreux à déclarer que l'objectif principal de leur entreprise est les voyages durables (30 %) ou les réductions budgétaires (29 %) par rapport à la satisfaction des besoins des collaborateurs.

Des attentes divergentes et un soutien insuffisant

Presque tous les gestionnaires de voyages (99 %) constatent un décalage entre les tâches que leur entreprise attend d'eux et les outils, le soutien et le budget qui leur sont fournis, ce qui leur donne l'impression que la réussite est difficile. Les gestionnaires doivent démontrer le retour sur investissement, alors qu'ils ne disposent pas des données et des outils adéquats pour y parvenir (34 %). **Tout aussi préoccupant, un tiers (33 %) a été sommé d'assumer un rôle plus stratégique sans recevoir de formation complémentaire.** Ce clivage se ressent le plus fortement chez les gestionnaires de voyages dans les pays du continent américain (37 %) et de l'APAC (36 %), alors qu'en Europe ils ne sont que 26 %.

Rôle plus stratégique, même formation



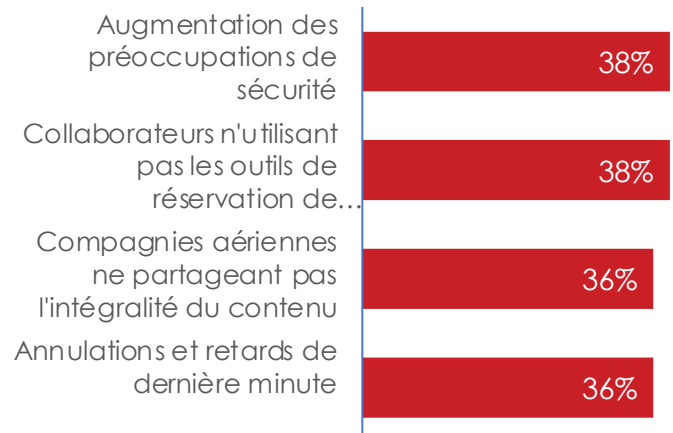
Face à l'intensification des conflits et des tensions géopolitiques dans le monde, 38 % des gestionnaires de voyages citent les préoccupations accrues en matière de sécurité comme un défi pour leur rôle cette année. **Malgré cela, près de deux gestionnaires de voyages sur cinq (37 %) doivent renforcer le devoir de protection des voyageurs alors qu'ils ne disposent pas de visibilité sur tous les déplacements,** une situation difficile qui ajoute sans aucun doute à leur stress.

Une partie du défi consiste à s'assurer que les collaborateurs peuvent atteindre leurs objectifs en matière de voyages d'affaires en cas de changements d'horaires imprévus. Au cours des 12 derniers mois,

88 % des voyageurs d'affaires ont été contraints de prendre des mesures imprévues en raison de retards, d'annulations ou de changements d'itinéraire inattendus au cours de leur voyage d'affaires. **Pour plus d'un tiers des gestionnaires de voyages (36 %), ces changements et annulations de vols de dernière minute, trop fréquents, contribueront à rendre leur rôle plus difficile cette année.**

Ces défis sont d'autant plus difficiles à relever que les voyageurs agissent sur le moment. La majorité des voyageurs d'affaires (64 %) préfèrent modifier leurs réservations directement auprès de la compagnie aérienne, de l'hôtel ou de la société de location de voitures, ce qui fait que les gestionnaires de voyages n'ont souvent connaissance des changements qu'après coup. **Pour 38 % des gestionnaires de voyages, le fait que les collaborateurs ne réservent pas ou ne mettent pas à jour leurs plans de voyage à l'aide des outils de l'entreprise est un autre facteur qui, selon eux, rendra leur travail plus difficile au cours de l'année à venir.** Les compagnies aériennes qui ne partagent pas l'intégralité du contenu des canaux traditionnels peuvent pousser les voyageurs à préférer la réservation directe, ce qui explique peut-être pourquoi 36 % des gestionnaires de voyages d'affaires déclarent que leur charge de travail augmentera au cours des 12 prochains mois.

Défis pour l'année à venir



Les gestionnaires dans l'incertitude face au budget et aux outils à disposition

Bien que le contrôle des dépenses de voyage soit une priorité pour les gestionnaires de voyages, les changements fréquents de vols, les problèmes géopolitiques et l'incertitude économique rendent cette tâche difficile.

Plus de deux gestionnaires de voyages sur cinq (42 %), dont près de la moitié de ceux de la région APAC (48 %), anticipent que les directives de l'entreprise visant à réduire les frais de déplacement en cas de difficultés permanentes rendront leur travail plus difficile au cours des 12 prochains mois.

La durabilité, question sensible dans tous les secteurs, pose des difficultés particulières lorsqu'il s'agit des budgets de voyage. Près de deux gestionnaires de voyages sur cinq (39 %) seront confrontés cette année à des réglementations et exigences nouvelles ou renforcées en matière de durabilité. **En outre, plus d'un tiers (36 %) estime qu'il est difficile de répondre aux attentes de l'entreprise en matière d'options de voyage plus durables en l'absence de budgets adéquats.** Pour environ un quart des voyageurs d'affaires (27 %),



42 % s'attendent à des directives de réduction des coûts de la part de leur entreprise

leur entreprise est moins susceptible d'autoriser leurs collaborateurs à payer plus pour choisir des options de voyage plus durables au cours des 12 derniers mois.

Pour certains, des outils d'entreprise obsolètes ou fragmentés rendent la tâche encore plus difficile : 31 % des gestionnaires de voyages estiment qu'il est difficile de gérer efficacement les dépenses de voyages parce qu'ils n'ont pas accès à toutes les données relatives aux voyages et aux dépenses. Les remises accordées par les fournisseurs, en constante évolution, constituent également un obstacle. **Plus d'un quart des gestionnaires (27 %) citent la nécessité de négocier des réductions malgré les changements économiques et sectoriels indépendants de leur volonté comme un obstacle à leur réussite.**

Oui à l'IA, mais pas sans formation adéquate

La majorité des gestionnaires de voyages (64 %) souhaiteraient que des fonctionnalités d'IA soient intégrées dans les outils qu'ils utilisent pour réserver des voyages. **Environ un quart sont favorables à l'utilisation de l'IA pour automatiser le plus grand nombre de tâches possible (24 %), dont 33 % de dirigeants et 19 % de non-dirigeants.** Par ailleurs, 40 % sont plus à l'aise avec l'automatisation des tâches répétitives uniquement.

Pourtant, cet avantage perçu pourrait devenir un défi si les entreprises ne fournissent pas le soutien nécessaire. **Plus d'un tiers des gestionnaires de voyages (34 %) pensent que leur potentiel de réussite est limité par le fait que leur entreprise s'attende à ce que les outils optimisés par l'IA soient adoptés sans formation adéquate.** Les voyageurs d'affaires ont également besoin d'une formation sur les outils d'IA (38 %), ainsi que de diverses garanties de l'entreprise, notamment en matière de protection des données (48 %) ou d'absence de biais (37 %).

Contrairement aux 95 % des voyageurs d'affaires qui sont ouverts à l'utilisation de l'automatisation optimisée par l'IA pour réserver des voyages, **36 % des gestionnaires de voyages ne montrent aucun intérêt pour l'intégration de fonctionnalités d'IA dans leurs outils de réservation,** dont 4 % ne souhaitent pas que l'IA soit utilisée pour leurs tâches, par crainte qu'elle ne les remplace complètement.

Conclusion

Les voyages d'affaires sont confrontés à un nombre croissant d'obstacles, qu'il s'agisse d'annulations ou de la volatilité de l'économie mondiale. Les gestionnaires de voyages se sentent peu soutenus et stressés, car ils doivent concilier les exigences de l'entreprise en matière d'efficacité et de rentabilité et celles des collaborateurs qui comptent sur eux pour leur assurer une expérience de voyage sûre et pratique.

Si les entreprises ne procèdent pas à une série de changements urgents pour faciliter le travail de leurs gestionnaires de voyages et s'assurer qu'ils se sentent valorisés, les 12 prochains mois risquent d'être marqués par des départs réguliers chez des concurrents plus réactifs, voire vers de nouvelles carrières. Pour retenir leurs gestionnaires de voyages, les entreprises doivent leur fournir des options réalistes et des outils améliorés qui leur permettent de gérer les exigences croissantes propres à leur fonction. En soutenant les efforts des gestionnaires de voyages au lieu de les contraindre à choisir entre assurer la sécurité des voyageurs, répondre aux exigences de durabilité et contourner les questions budgétaires, les entreprises peuvent renforcer leur fidélité.

Notes méthodologiques

L'enquête mondiale sur les gestionnaires de voyages de Concur Travel a été réalisée par Wakefield Research (wakefieldresearch.com) entre le 5 et le 26 avril 2024 auprès de 600 gestionnaires de voyages (personnes qui supervisent ou gèrent les programmes de voyages pour les entreprises), sur 6 marchés : l'Allemagne, 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 la santé 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 cette étude spécifique, 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 4 points de pourcentage dans l'échantillon mondial, de 9,8 points de pourcentage dans le sur-échantillon du secteur américain de la santé et de 13,9 points de pourcentage dans le secteur américain de l'enseignement supérieur, 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.

L'enquête mondiale sur les voyageurs d'affaires de Concur Travel a été réalisée par Wakefield Research (wakefieldresearch.com) entre le 5 et le 26 avril 2024 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 la santé aux États-Unis et un sur-échantillon pour porter à 100 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 3 750 entretiens réalisés dans 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 9,8 points de pourcentage dans les sur-échantillons des secteurs américains de la santé et de l'enseignement supérieur, 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.



WAKEFIELD

Merci

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.

[WakefieldResearch.com](https://www.WakefieldResearch.com)