

À PROPOS DU LIVRE BLANC DE SAP CONCUR

Les données spécifiques au marché dans cet addendum font partie de l'enquête SAP Concur auprès de 700 travel managers de voyages d'affaires sur 7 marchés internationaux : États-Unis, Mexique, Royaume-Uni, France, Allemagne, région SEA (Singapour, Malaisie) et Hong Kong.

Wakefield Research est un prestataire 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.

Addendum au livre blanc SAP Concur pour les travel managers français

Les travel managers de voyages d'affaires français s'attendent à rencontrer des difficultés.

Tous les travel managers français (100%) s'attendent à rencontrer des difficultés au cours des 12 prochains mois, la principale étant de diffuser et d'assurer la conformité aux politiques de voyage nouvellement créées ou révisées (66%), suivies par les changements et annulations de réservations de dernière minute (62%).

Offrir aux voyageurs d'affaires une plus grande flexibilité dans l'organisation et l'exécution de leurs déplacements pourrait s'avérer être un obstacle logistique. La difficulté accrue de décider qui va voyager (44%), de sélectionner des alternatives aux voyages en avion (42%) et de séjourner dans des hébergements privilégiés (40%) sont parmi les difficultés que les travel managers français de voyages d'affaires s'attendent à rencontrer dans leur travail.

Les travel managers français s'attendent également à ce que les changements apportés aux réglementations gouvernementales (55%) et la réduction des budgets de déplacement (46%) s'avèrent être des problèmes internes post-pandémiques. Les difficultés sont exacerbées par le fait que presque tous les voyageurs d'affaires français (94%) sont prêts à reprendre la route au cours des 12 prochains mois.

Les travel managers n'auront pas le temps de se familiariser avec la mise en œuvre de la nouvelle politique.

Tous les travel managers français (100%) s'attendent à des changements dans les directives ou politiques de déplacements au cours des 12 prochains mois. **Les plus souvent cités sont les mises à jour en temps réel (68%, contre 54% à l'échelle mondiale), l'approbation préalable du voyage (63%, contre 47% à l'échelle mondiale), les deux étant respectivement les chiffres plus élevés sur l'ensemble des marchés.** L'idée de permettre les réservations sur les sites web des prestataires, tels que les compagnies aériennes ou les hôtels, suscite également de l'intérêt (56%).

Le fait que 66% des voyageurs d'affaires français privilégient la flexibilité pour se sentir à l'aise en déplacement est un obstacle potentiel à la mise en œuvre réussie de la nouvelle politique, alors que seulement 44% des travel managers font de même !

Parallèlement, près de la moitié des travel managers prévoient de mettre en œuvre des politiques de devoir de protection renforcées (50%) ainsi que d'exiger que les employés soient vaccinés avant de partir en déplacement (42%) au cours des 12 prochains mois.

Les travel managers français devront équilibrer les objectifs commerciaux et les budgets.

Tous les travel managers (100%) s'attendent à ce que les dépenses de voyage de leur entreprise augmentent au cours des 12 prochains mois et, en moyenne, s'attendent à ce que les dépenses de voyage augmentent de 33%. Malgré cela, 42% affirment encore que leur entreprise limitera ses voyages d'affaires aux déplacements essentiels, créant une certaine tension étant donné que 76% des voyageurs d'affaires *souhaitent* voyager dans les 12 prochains mois.

Les travel managers prévoient de donner priorité aux voyages pour des réunions avec des clients existants (58%) et d'autres réunions ou rencontres du personnel (50%) au cours des 12 prochains mois. Viennent ensuite les déplacements pour des réunions internes au niveau de la direction (48%) et les réunions pour des nouvelles ventes (47%).

PLEINS FEUX SUR...

Plus de la moitié (53%) des travel managers français déclarent avoir procédé à des mises à jour pour mettre davantage l'accent sur le développement durable, 24% prévoyant de procéder à de tels changements au cours des 12 prochains mois.



ÉTUDE DE MARCHÉ | SONDAGE 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. La marge d'erreur globale pour cette étude est de +/-1,6 au niveau global, à un niveau de confiance de 95%. Les marges sont légèrement supérieures 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%.

L'enquête SAP Concur – Travel Managers a été menée par Wakefield Research entre le 15 avril et le 10 mai 2021 auprès de 700 travel managers sur 7 marchés, dont les États-Unis, le Mexique, le Royaume-Uni, la France, l'Allemagne, la région SEA (Singapour, Malaisie) et Hong Kong. La marge d'erreur globale pour cette étude est de +/-3,7 au niveau global, à un niveau de confiance de 95%. Les marges sont légèrement plus élevées pour les sous-groupes. La marge d'erreur pour les 100 personnes interrogées en France dans cette étude est de +/-9,8 à un niveau de confiance de 95%.