

communiqué de presse

Carlson Wagonlit Travel présente les résultats d'une étude mondiale sur le voyage d'affaires

Selon une étude de CWT, globalement les entreprises prévoient d'augmenter leur volume de voyages d'affaires en 2006

Les voyageurs d'affaires redoutent avant tout les files d'attente dues aux contrôles de sécurité et les retards des vols, et se prononcent contre l'utilisation des téléphones portables à bord des avions

La réduction et la globalisation de la gestion des dépenses liées au voyage d'affaires restent la priorité des entreprises

PARIS, LE 23 JANVIER 2006 – Qu'ils soient de New York, de Rio de Janeiro, de Londres ou de Pékin, les voyageurs d'affaires ont beaucoup en commun. Quelle que soit leur région d'origine, ils placent les files d'attentes dues aux contrôles de sécurité et les retards des vols en tête des événements ayant un impact négatif sur leurs déplacements. Par ailleurs, les voyageurs d'affaires se prononcent majoritairement contre l'utilisation des téléphones portables pendant les vols. Quant aux entreprises, leurs attentes concernent la réduction des coûts liés aux voyages et la globalisation de la gestion de leurs programmes.

Voici quelques-unes des conclusions de l'étude mondiale sur le voyage d'affaires réalisée par Carlson Wagonlit Travel (CWT).

Leader sur le marché du voyage d'affaires, CWT a réalisé cette étude dans le but d'évaluer les perceptions et les opinions des voyageurs et des entreprises vis-à-vis des voyages d'affaires. Dans le cadre de cette étude, 2.100 voyageurs d'affaires et 650 entreprises, clients et non-clients de CWT, ont été interrogés dans 12 pays.

Selon la méthodologie adoptée pour cette étude, les régions mentionnées se définissent comme suit :

- Asie-Pacifique : Australie, Chine, Inde et Japon,
- Europe : Allemagne, Espagne, France, Italie et Royaume-Uni,
- Amérique Latine : le Brésil qui représente 50 % du marché du voyage d'affaires dans la région,
- Amérique du Nord : Canada et Etats-Unis.

Croissance continue pour le voyage d'affaires en 2006

Pour la majorité des voyageurs d'affaires et des entreprises, le volume de voyages se maintiendra ou s'accroîtra en 2006, les entreprises étant plus nombreuses que leurs voyageurs à voir une hausse :

- près de 60 % des entreprises pensent que les voyages vont augmenter cette année,
- un peu plus de 30 % des voyageurs d'affaires prévoient de voyager plus en 2006, tandis que la plupart d'entre eux (48 %) anticipe le même nombre de déplacements qu'en 2005.

« Les entreprises continuent d'augmenter leurs voyages d'affaires », souligne Hubert Joly, Président-Directeur Général de CWT. « Ceci reflète la forte croissance économique mondiale, ainsi que la globalisation de l'économie et des entreprises ».

L'étude révèle que les voyageurs latino-américains (représentés par le Brésil) sont les plus nombreux à prévoir une augmentation : près de 50 % d'entre eux anticipent plus de déplacements en 2006. Ils sont suivis par les voyageurs d'Asie-Pacifique (44 %), d'Europe (32 %) et d'Amérique du Nord (27 %). Au sein de la région Asie-Pacifique, 74 % des voyageurs d'affaires indiens et 45 % des voyageurs chinois disent qu'ils voyageront plus en 2006.

Les priorités des entreprises

La priorité numéro un des entreprises, toutes régions confondues, reste majoritairement la réduction des coûts (54 %).

Autre priorité qui apparaît clairement pour bon nombre d'entreprises : une gestion globale de leur programme de voyage. Ainsi, 62 % d'entre elles déclarent consolider leur activité voyage d'une façon ou d'une autre, et notamment :

- par la mise en œuvre d'une politique de consolidation globale (26 %),
- ponctuellement, région par région (16 %),
- partiellement, en fonction de leurs besoins (20 %).

Les voyageurs d'affaires s'expriment

Pour 25 % des voyageurs, les files d'attentes dues aux contrôles de sécurité dans les aéroports arrivent en tête des événements impactant négativement les déplacements d'affaires, suivies de très près par les retards des vols (24 %). L'équilibre vie professionnelle / vie personnelle et le service clients arrivent ex-æquo en troisième position (21 %).

Concernant l'utilisation du téléphone portable pendant des vols, si les compagnies aériennes écoutent les voyageurs, elles ne l'autoriseront pas de sitôt. Que ce soit pour se ménager un temps à eux ou pour ne pas être importuné par des conversations bruyantes, 61 % des voyageurs interrogés déclarent ne pas être en faveur de l'utilisation des mobiles pendant la durée du vol. Les Européens sont les plus intransigeants avec 70 % de réponses défavorables; les Nord-Américains apparaissant comme plus tolérants avec 57 % d'avis négatifs.

Parmi tous les désagréments auxquels le voyageur d'affaires est confronté, les principaux invoqués sont :

- les passagers qui n'enregistrent pas leurs bagages alors qu'ils devraient le faire (18 %),
- les bébés qui pleurent (17 %),
- les voyageurs qui rangent leurs bagages loin de leur siège (14 %).

Mais la perception des désagréments varie selon les régions :

- les voyageurs d'Asie-Pacifique sont les plus ennuyés par les cris des bébés;
- les Européens sont agacés par ceux qui n'enregistrent pas leurs bagages à bon escient;
- les Latino-Américains n'apprécient pas les passagers qui les dérangent;
- les Nord-Américains sont irrités par les personnes qui placent leurs bagages loin de leur siège.

Tous s'entendent sur le fait que les vacanciers représentent le moindre de ces désagréments.

L'étude révèle également que les voyageurs d'affaires ont plus d'appréhension que leurs entreprises le pensent pour se déplacer dans certaines régions du monde. Ainsi :

- 74 % des voyageurs hésitent à voyager dans les pays du Moyen-Orient, région la plus citée, contre 67 % des entreprises,
- 53 % des voyageurs sont réticents à voyager en Afrique, contre 38 % des entreprises,
- 46 % des voyageurs hésitent à voyager en Amérique Latine, contre 26 % des entreprises,
- 38 % des voyageurs appréhendent de voyager en Asie-Pacifique contre 18 % des entreprises,
- 22 % des voyageurs hésitent à voyager en Europe, contre 7 % des entreprises,
- 11 % des voyageurs hésitent à voyager en Amérique du Nord, contre 7 % des entreprises.

Quelles évolutions pour le voyage d'affaires ?

Interrogées sur l'évolution du voyage d'affaires d'ici cinq ans, la plupart des entreprises pense que les procédures d'enregistrement sécurisées basées sur la technologie biométrique (relevé d'empreintes, scan de l'iris) seront devenues monnaie courante. Autre réponse intéressante : 83 % des entreprises sondées considèrent que d'ici cinq ans, la quasi-totalité des réservations se fera en ligne.

« Cette adhésion à la réservation en ligne reflète notre propre expérience avec nos clients à travers le monde », souligne Hubert Joly. « Nous enregistrons une très forte croissance en Australie, où les réservations en ligne de CWT sont en hausse de 160 %, mais aussi en Europe, où elles sont à plus de 71 %, et aux Etats-Unis, où la progression est de 43 %. La réservation en ligne est un élément clé pour ces entreprises qui souhaitent réduire leurs dépenses de voyage ».

Toutefois, en Amérique du Nord, où le taux de réservations en ligne est le plus élevé au monde, les entreprises sont moins nombreuses que celles des autres régions à prévoir l'utilisation en masse de ce canal de réservation. 81 % des entreprises nord-

américaines pensent qu'il est « très » ou « assez probable » que toutes les réservations se fassent en ligne dans les 5 ans à venir, contre :

- 90 % en Amérique Latine,
- 87 % en Europe,
- 83 % en Asie-Pacifique.

La situation des compagnies aériennes n'inquiète pas les voyageurs

L'étude de CWT montre clairement que les voyageurs fréquents sont relativement peu affectés par l'état actuel de certaines compagnies aériennes, notamment celles qui connaissent des problèmes financiers ou sociaux et qui limitent de plus en plus leur offre produit et leurs services. Par exemple, quand on les interroge sur ce qui impacte négativement leurs voyages, seulement 7 % des voyageurs mentionnent les « problèmes des compagnies aériennes », tels que les grèves ou les faillites, comme étant une source d'ennui « fréquente ».

En parallèle, ils semblent s'être résignés aux économies réalisées par les compagnies aériennes sur la restauration à bord et pensent que cela sera toujours le cas dans les 5 ans à venir. De plus, 70 % des voyageurs considèrent qu'il est « très » ou « assez probable » qu'il y ait moins de grandes compagnies aériennes et plus de transporteurs à bas coûts d'ici 5 ans, et 61 % d'entre eux prédisent une réduction de la taille des équipages à bord.

Les voyageurs d'affaires volent-ils tous sur les « low-cost » ?

Alors que 66 % des voyageurs interrogés disent avoir volé « occasionnellement » sur une compagnie à bas coûts, 14 % d'entre eux utilisent les « low-cost » « plus de 60 % du temps ».

Les voyageurs d'affaires d'Amérique Latine sont les plus fervents clients : 28 % déclarent voyager sur des « low-cost » pour plus de 60 % de leurs déplacements d'affaires. En Amérique du Nord, 16 % des voyageurs les empruntent pour plus de

60 % de leurs déplacements, contre seulement 9 % en Europe. En Asie-Pacifique, il n'y a pas de compagnies à bas coûts sur les marchés chinois et japonais mais en Australie et en Inde, 16 % des voyageurs utilisent les « low-cost » pour plus de 60 % de leurs déplacements d'affaires.

En parallèle, près de 50 % des voyageurs d'affaires européens disent n'avoir jamais volé sur une compagnie à bas coûts.

Mélanger affaires et plaisir

Au moins une fois par an, 58 % des voyageurs d'affaires étendent la durée de leurs déplacements pour se réserver un temps de loisir ou de vacances, au début ou à la fin de leur voyage. Parmi eux, 47 % déclarent être rejoints « occasionnellement » ou « fréquemment » par leur famille ou par des amis.

A propos de l'Indicateur du Voyage d'Affaires de CWT

L'étude de CWT, conduite par l'institut KRC Research, a été réalisée entre le 27 octobre et le 23 novembre 2005. L'enquête a été menée auprès d'un échantillon de 2.100 voyageurs d'affaires et de 650 entreprises dans 12 pays. Les données recueillies ont été pondérées pour refléter le marché actuel du voyage d'affaires. La marge d'erreur sur les entreprises sondées est de N=650 +/- 3,8 %. La marge d'erreur sur les voyageurs sondés est de N=2100 +/- 2,1 %.

L'étude n'a pas ciblé spécifiquement les clients de CWT mais certains d'entre eux ont été sélectionnés au hasard dans l'échantillon interrogé.

A propos de Carlson Wagonlit Travel

Leader mondial dans le domaine de la gestion des voyages d'affaires, Carlson Wagonlit Travel est partenaire de grandes entreprises, de PME, et d'institutions gouvernementales. La mission de CWT est d'accompagner ses clients dans leur démarche d'optimisation des processus et budgets voyages, en s'appuyant sur son expertise reconnue du conseil, sa puissance de négociation auprès des fournisseurs, son savoir-faire technologique et son souci permanent d'un service de haute qualité. CWT intervient dans plus de 145 pays et sert 60 des 100 plus grandes entreprises mondiales. Le volume d'affaires généré par la marque Carlson Wagonlit Travel est de 19 milliards de dollars.

Pour de plus amples informations, rendez-vous sur www.carlsonwagonlit.ch

Contact presse chez Carlson Wagonlit Travel (Allemagne, Suisse et Autriche):

Martina Egglar, tél. +49 6196/939-742, fax -764

Agence de presse pour l'Allemagne, la Suisse et l'Autriche:

a², Cynthia Ahrens, tél. +49 611/8420-925, fax -928, e-mail: cynthia.ahrens@aquadrat-online.de