

## COMMUNIQUÉ DE PRESSE

**Les Suisses apprécieraient volontiers que les voyages d'affaires durent un peu plus longtemps**

**Nombre de gestionnaires de voyages suisses considèrent les voyages d'affaires comme une motivation pour les collaborateurs. Une étude d'AirPlus International, effectuée auprès de 941 gestionnaires de voyages, révèle que les voyageurs d'affaires suisses sont considérés comme peu compliqués et patients – pour autant que le voyage soit bien planifié et que l'on ait prévu suffisamment de temps pour reconnaître la destination.**

**Zurich, le 15 décembre 2015** – Les voyages d'affaires constituent-ils une motivation pour les collaborateurs ou ne sont-ils considérés que comme une corvée embarrassante? Quels sont les facteurs qui font des voyages une expérience vécue positive et quels sont ceux qui créent un sentiment de frustration chez les voyageurs? La récente étude d'AirPlus International sur la gestion des voyages, qui repose sur un sondage effectué auprès de 941 gestionnaires de voyages de 24 pays, apporte des réponses à ces questions.

Heureusement, trois pour cent seulement des participants suisses au sondage sont d'avis que les voyages d'affaires, d'une manière générale, créent un sentiment de frustration chez les collaborateurs. Dans le monde, ils sont cinq pour cent à le penser. En Suisse, 36 pour cent des gestionnaires de voyages sont convaincus que les voyages d'affaires sont motivants (41% dans le monde); en revanche, 44 pour cent sont d'avis que l'ambiance peut, en raison de différents facteurs, basculer d'un côté comme de l'autre.

### **Tout est dans la planification**

Mais quels sont les facteurs qui favorisent la réussite d'une expérience de voyage? Chez les collaborateurs de Suisse, le plus important facteur semble être clair: si un voyage d'affaires est bien planifié, 91 pour cent des voyageurs sont motivés (87% dans le monde) – peu importent le degré de confort du voyage et la durée de ce dernier. En comparaison mondiale, on peut constater que les Suisses réagissent manifestement avec davantage de compréhension aux retards et aux changements de plan imprévus.

En revanche, chez les Suisses, la découverte de nouvelles villes semble jouer un rôle plus important que chez leurs collègues étrangers (74% contre 70%). 60% (51% dans le monde) indiquent même que le voyage devrait être parfois prolongé pendant le week-end, de manière à ce que le collaborateur puisse reconnaître la destination à sa guise. Pour les Suisses, ce qui les attend sur place semble donc plus important que la manière dont ils arrivent à l'endroit concerné. La prise en compte de cette

## COMMUNIQUÉ DE PRESSE

conclusion peut avoir des retombées extrêmement positives sur le coût des voyages. Cela parce que les vols long-courriers sont souvent plus avantageux quand un samedi est inclus entre le vol-aller et le vol-retour. Par ailleurs, si l'employeur offrait la possibilité de combiner les voyages d'affaires avec des activités de loisirs, cela devrait précisément agir comme une motivation sur les collaborateurs plus jeunes et non liés.

### **Les voyages d'affaires comme symbole d'un statut et comme récompense**

En comparaison mondiale, on remarque que sur des marchés en plein développement comme l'Inde, le Mexique et le Brésil, les voyages d'affaires ont un effet très motivant sur les collaborateurs. En Russie, deux tiers des personnes sondées considèrent même les voyages d'affaires comme le symbole d'un statut.

La situation est cependant un peu différente en Chine: ici, 21 pour cent des gestionnaires de voyages croient que les collaborateurs n'ont pas du tout une bonne opinion des voyages d'affaires. Cela pourrait être lié au fait que, dans les aéroports chinois, il faut souvent faire preuve de beaucoup de patience en raison des retards.

Ni en Europe de l'Ouest, ni en Amérique du Nord ou en Australie, les voyages d'affaires ne sont considérés comme un important privilège ou comme le symbole d'un statut. Bien que la plupart des collaborateurs soient disposés positivement face aux voyages d'affaires bien organisés, les entreprises devraient s'assurer que les voyages sont vraiment nécessaires et qu'ils répondent à un but précis. Même si la plupart des collaborateurs apprécient de faire personnellement la connaissance de leurs partenaires commerciaux internationaux, les voyages d'affaires mal organisés, stressants et inutiles recèlent un important potentiel de frustration.

Concernant l'étude:

Pour cette étude, l'entreprise d'étude de marché 2hm a interrogé dans le monde entier en automne 2014, sur mandat d'AirPlus International, 941 responsables de voyages dans 24 pays.

### **AirPlus International:**

AirPlus est un important prestataire international de solutions pour la gestion quotidienne des voyages d'affaires. Plus de 43'000 entreprises clientes misent sur AirPlus pour le paiement et l'évaluation de leurs voyages d'affaires. Les produits et prestations sont distribués dans le monde entier sous la marque AirPlus International. Le Company Account d'AirPlus est le système de facturation le plus performant au sein de l'UATP. Informations complémentaires sur [www.airplus.com](http://www.airplus.com).

### **Contact:**

AirPlus International SA  
Tobias Frei  
Téléphone: +41 (0)43 210 37 50  
E-mail: [tfrei@airplus.com](mailto:tfrei@airplus.com)

Primus Communications S.à.r.l.  
Vanessa Bay  
Téléphone: +41 (0)44 421 41 21  
E-mail: [v.bay@primcom.com](mailto:v.bay@primcom.com)