



COMMUNIQUE DE PRESSE
Août 2016

LE PROFIL DU VOYAGEUR D'AFFAIRES FRANÇAIS « LONG SÉJOUR » ÉVOLUE... QUELLES SONT AUJOURD'HUI SES NOUVELLES ATTENTES ?

Référent en France et en Europe, les APARTHOTELS ADAGIO® annoncent les résultats du deuxième volet de leur étude auprès des voyageurs d'affaires.

Pour cette deuxième édition, l'enquête* réalisée en collaboration avec l'IFOP, met spécifiquement en lumière les attentes et les habitudes de plus de 500 business travelers français « long séjour ». Cette dernière s'inscrit dans le cadre d'une série d'études qui seront menées tous les ans par les APARTHOTELS ADAGIO®, pour suivre l'évolution des professionnels français en matière de mobilité : motivations, attentes, usages, pratiques... afin de dégager les enjeux et les tendances à venir de ce secteur en pleine mutation.

**Etude réalisée par l'IFOP en mai 2016 auprès d'un échantillon de voyageurs d'affaires long séjour (sont considérés comme voyageurs d'affaires long séjour, les répondants ayant réalisé un déplacement professionnel d'au moins 4 jours au cours des 12 derniers mois). La représentativité de l'échantillon a été assurée par la méthode des quotas (sexe, âge, profession, région, catégorie d'agglomération).*

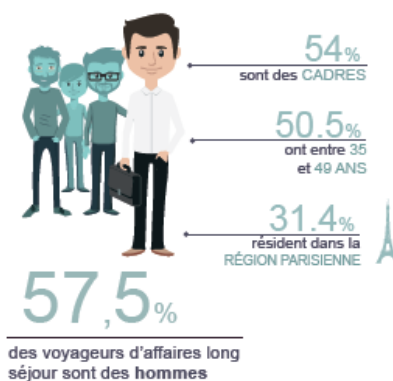
LE VOYAGEUR D'AFFAIRES LONG SÉJOUR : LES FEMMES DE PLUS EN PLUS REPRÉSENTÉES

Le voyageur d'affaires peut être amené, dans le cadre de ses missions professionnelles, à passer plusieurs jours, voire plusieurs semaines, loin de chez lui. L'étude réalisée par les APARTHOTELS ADAGIO® a souhaité se pencher sur cette clientèle à part, en constante progression. **Voici son portrait.**

Un profil masculin, la quarantaine, cadre et urbain

- 57,5% des voyageurs d'affaires long séjour sont des hommes dont 54% sont des cadres
- Un peu plus de la moitié ont entre 35 et 49 ans (50,5%)
- Et résident dans la région parisienne (31,4%)

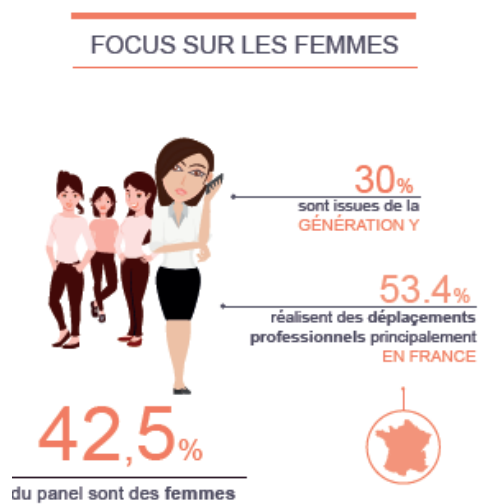
UN PROFIL MASCULIN, LA QUARANTAINE CADRE ET URBAIN



Loin des clichés ? Les femmes aussi voyagent en long séjour

Depuis 2005, la progression du nombre de femmes actives est deux fois plus importante que celle du nombre d'hommes (source Insee – édition 2015)¹. De plus en plus actives, elles concilient vie de famille et vie professionnelle.

Ainsi, les femmes sont également concernées par les voyages d'affaires long séjour et représentent 42,5% du panel. Issues pour la plupart de la génération Y (30% d'entre elles ont entre 25 et 34 ans), ces jeunes femmes débutent leur carrière plus confiantes que leurs aînées². Elles sont aujourd'hui 53,4% à réaliser des déplacements professionnels principalement en France.



HÉBERGEMENT ET SERVICES : À LA RECHERCHE D'UN CADRE PROFESSIONNEL ET CONVIVAL

Encore aujourd'hui la majorité des voyageurs d'affaires se tournent vers un hébergement de type « hôtel » (78%). Cependant, d'autres alternatives plus adaptées au long séjour (4 jours et plus), tels que les appartohotels ou appartements/chambres en location (14%) sont aussi appréciés par les entreprises qui recherchent une optimisation des tarifs et une meilleure maîtrise des coûts.

Le choix d'un hébergement de type « appartohotels » permet ainsi de :

- disposer d'un appartement avec bureau et d'une cuisine intégrée pour dîner ou prendre le petit déjeuner,
- bénéficier de services comme une laverie, ou encore d'une salle de fitness
- loger plusieurs collaborateurs dans le même appartement
- pas de faux frais (pas de caution, eau et électricité inclus etc.)
- être proche du lieu de travail et des transports en commun

Il permet par ailleurs aux entreprises d'avoir un cadre administratif stable garantissant une traçabilité et la sécurité de leurs salariés « voyageurs ». La satisfaction des voyageurs (cadre, organisation, hébergement etc.) représente également un critère important et se hisse à la troisième place des priorités pour les entreprises³.

Dans le cadre de leur hébergement, quels sont aujourd'hui les services les plus attendus par les voyageurs d'affaires long séjour?

Plus de 71% évoquent un accès rapide au Wi-Fi et à une connexion multi supports

Ultra connectées, mobiles, les nouvelles générations X et Y attendent aujourd'hui une fluidité des réseaux et un accès à tous leurs écrans où qu'ils soient, notamment pour rester facilement en contact avec leur famille, amis, collègues de travail surtout en long séjour. Or, l'accès rapide à un Wi-Fi de qualité arrive aujourd'hui en tête de leurs attentes. Un résultat qui permet de penser que ce service ne soit pas encore totalement satisfait dans le cadre de leurs déplacements.

- Cette réponse concerne aussi bien les hommes que les femmes (+ de 70% chacun)
- Particulièrement les seniors (les 50 – 64 ans) et les jeunes (les 18 – 24 ans) (soit + de 80%)
- Et ceux qui résident à l'hôtel (76%)

Un hébergement facile d'accès

Plus de 45% des voyageurs d'affaires long séjour apprécient un accès facilité aux transports en

¹ http://www.insee.fr/fr/mobile/etudes/document.asp?reg_id=0&id=4509

² <http://www.pwc.fr/les-femmes-de-la-generation-y-briseront-elles-enfin-le-plafond-de-verre.html>

³ Baromètre Européen du Voyage d'affaires – EVP 2016

commun, à un service de navettes ou taxis depuis leur lieu d'hébergement.

- Notamment les femmes (plus de 50%) et les seniors 50 ans et plus (58%).
- Le parking est aussi plébiscité par 34% des répondants

Un espace de travail dédié

Avoir accès à un espace de travail confortable, sur leur lieu d'hébergement, fait aujourd'hui partie des services attendus par plus de 27% des business travelers interrogés.

Cette réponse fait écho à la recrudescence des espaces de coworking dans les villes et la fin selon certains, du « bureau ». Philippe Durance, chercheur au Conservatoire nationale des arts et métiers (Cnam), explique que « *la disparition du lieu de travail (...) touche quasiment toutes les catégories professionnelles* »⁴.

Et demain...

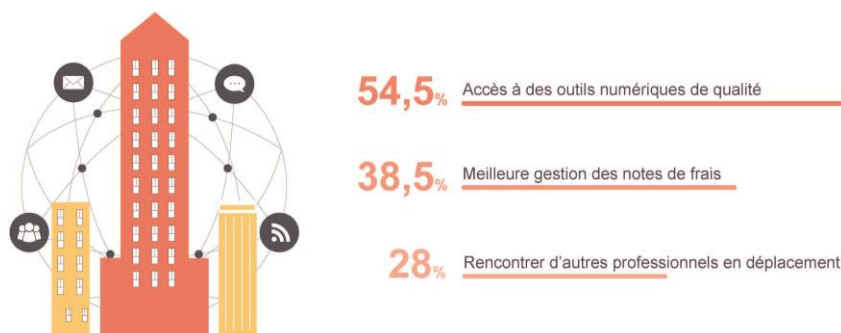
Le voyageur d'affaires long séjour toujours en quête d'une meilleure connectivité numérique...

A la question « **quels nouveaux services innovants pourraient influencer votre choix d'hébergement ?** », plus de 54,5% placent en 1^{er} position la garantie d'un accès à des outils numériques de qualité (Wi-Fi, connectivité des appareils ou support de travail multi-canal, fibre optique, prise USB etc.), notamment les cadres (60%).

Toujours dans la recherche d'une meilleure maîtrise des coûts, arrive en 2nde position pour plus de 38,5% du panel, l'accès à une meilleure gestion de leurs notes de frais, notamment dans le cadre d'un long séjour, grâce à un partenariat avec leur service de réservation ou leur entreprise.

... Et de mise en relation professionnelle !

Les déplacements professionnels sont également l'occasion, pour ces business travelers, de faire de nouvelles rencontres. Plus de 28% plébiscitent l'idée d'un concept d'hébergement qui permettrait de rencontrer d'autres professionnels en déplacement.



DÉPLACEMENTS PROFESSIONNELS : LE DIFFICILE ÉQUILIBRE ENTRE VIE PRIVÉE ET VIE PRO

Les voyageurs d'affaires long séjour sont soumis à un rythme de vie particulier, qui les éloignent pendant plusieurs semaines de leur vie quotidienne et familiale.

A la question « **qu'est-ce qui vous manque le plus lorsque vous êtes en voyage d'affaires** » :

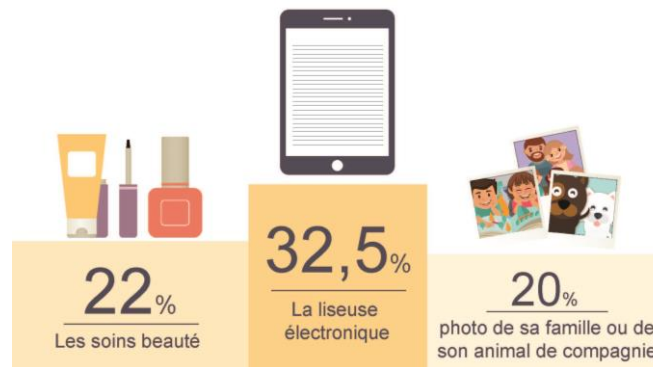
- 43% répondent de maintenir un équilibre entre vie privée et vie professionnelle, et ce, aussi bien pour les hommes que pour les femmes.
- C'est aussi, pour 15% d'entre eux, de maintenir leurs habitudes sportives
- et 13,5% leurs habitudes alimentaires.

Les déplacements professionnels sont aussi l'occasion de prendre du « bon temps » pour soi.

⁴ http://lentreprise.lexpress.fr/rh-management/les-quatre-tendances-du-travail-de-demain_1534137.html

- En 1ère position (plus de 25%), les voyageurs d'affaires apprécient de profiter des services de l'établissement pour se détendre : salle de fitness, piscine, confort de l'hébergement. Et 24% attendent la mise à disposition d'une salle de fitness... de quoi se « vider » l'esprit après une longue journée de travail.
- La découverte d'une nouvelle culture étrangère (musées, expositions, parcours des offices de tourisme) arrive en deuxième position avec 24,5% des répondants
- Enfin, 19% apprécient de découvrir de nouveaux endroits (louer un véhicule, prendre un guide touristique pour découvrir des lieux insolites etc.)

Toujours en déplacement... Quels sont les indispensables du voyageur d'affaires français long séjour ?



APARTHOTELS ADAGIO® SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX

Suivez l'actualité de la marque sur :



www.mag-adagio.com

A propos : Les Aparthotels Adagio®, référent en France et en Europe, proposent au cœur des villes, des appartements modernes équipés d'une cuisine et de services hôteliers pour des longs séjours avec des tarifs dégressifs dès 4 nuits. Issue de la joint-venture entre les groupes Accor et Pierre & Vacances Center Parcs, en 2007, la marque propose trois gammes de produits : Adagio, des appartements milieu de gamme, dans l'air du temps, situés au cœur des principales métropoles ; Adagio access, gamme économique, des appartements astucieux, à proximité des centres-villes, Adagio premium, des appartements haut-de-gamme. Le réseau compte 100 appartements et 11 000 appartements en Europe, avec un objectif d'atteindre 150 appartements et 15 000 appartements à travers le monde d'ici 2018.

A propos du groupe Ifop : Précurseur sur le marché des sondages d'opinion et des études marketing depuis plus de 75 ans, l'Ifop est aujourd'hui l'un des leaders de son secteur. Structuré autour de 7 expertises (Opinion & Stratégies d'entreprise, Consumer & Retail, Beauty & Wellbeing, Services, Médias & Numérique, Santé et Luxe), l'Ifop crée de la valeur pour ses clients en sécurisant la qualité de l'information recueillie et en lui donnant du sens et de la perspective. Il les accompagne dans la définition et le pilotage de leur stratégie d'entreprise en leur fournissant une vision opérationnelle et prospective qui leur permet d'anticiper les mutations sociétales et les tendances des marchés. C'est aussi dans cet esprit pionnier que l'Ifop développe des expertises transversales avec son entité InCapsule by Ifop ou encore le département Relation Client, Grandes Enquêtes et Panels. Entreprise proche de ses clients, l'Ifop intervient dans une cinquantaine de pays à travers le monde, à partir de ses implantations à Paris et Shanghai. Il réalise aujourd'hui un chiffre d'affaires de 35 millions d'euros et emploie plus de 200 collaborateurs. Pour plus d'informations : <http://www.ifop.com> - <https://twitter.com/IfopOpinion>

Contact presse

Rachel Bornais

01 41 16 44 48

rachel.bornais@dentsuaegis.com

Et sur www.adagiocity.com/press