

“opinionway

et
Corporate mobilities



pour

et
carbookr

L'Observatoire 2022 des déplacements professionnels en France et à l'étranger

Vague 5 - Juin 2022



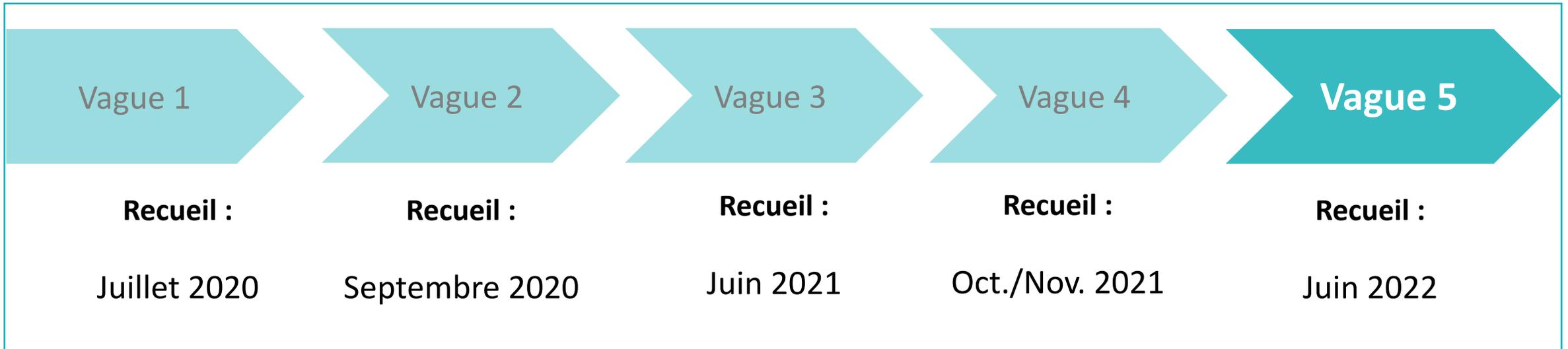
ESOMAR²²
Corporate





Un Observatoire dédié au suivi de l'évolution des comportements et des politiques voyages des entreprises

Une investigation barométrique depuis juillet 2020 avec 5 temps d'interrogation



Objectif

Accompagner les professionnels du déplacement, de l'hébergement et de la distribution afin qu'ils puissent **anticiper, intégrer et adapter leurs offres** en fonction des évolutions des politiques voyages dans un **contexte sanitaire fluctuant** et au regard des **nouveaux enjeux du voyage responsable**.



La méthodologie





Méthodologie de l'enquête (1/2)



Etude barométrique basée sur l'interrogation, lors de chaque vague d'enquête, d'un **échantillon représentatif** de **500 voyageurs professionnels salariés des entreprises de 250 employés ou plus** et ayant effectué au cours des 12 derniers mois au moins un déplacement professionnel de 200 kms ou plus.



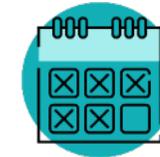
OpinionWay a réalisé cette enquête en appliquant les procédures et règles de la **norme ISO 20252**.



Les résultats de ce sondage doivent être lus en tenant compte des **marges d'incertitude** lié à l'échantillon interrogé : de 2,2 à 3,7 points au plus pour un échantillon de 505 répondants.



L'échantillon a été interrogé par **questionnaire auto-administré en ligne sur système CAWI** (Computer Assisted Web Interview).



Les interviews de la vague 5 ont été réalisées du 23 mai au 02 juin 2022

- Recueil Vague 4 : 26 oct. au 05 nov. 2021
- Recueil Vague 3 : 27 mai au 08 juin 2021
- Recueil Vague 2 : 21 au 28 septembre 2020
- Recueil Vague 1 : 10 au 16 juillet 2020

Pour remercier les participants de leur contribution, les panélistes ont touché des incentives ou ont fait un don à l'association proposée de leur choix.



Toute publication totale ou partielle doit impérativement utiliser la mention complète suivante :

« Sondage OpinionWay & Corporate Mobilities pour Axa & Carbookr »

et aucune reprise de l'enquête ne pourra être dissociée de cet intitulé.



Méthodologie de l'enquête (2/2)



Une **pondération** a été effectuée a posteriori sur l'échantillon principal pour correspondre exactement aux quotas requis. Avant analyse, une relecture de contrôle du tri à plat brut a été effectuée en comparaison du tri à plat final de terrain. Après pondération, les résultats ont été contrôlés afin de valider qu'ils ne sont pas affectés de manière significative.



Notes de lecture

L'ensemble des résultats est présenté sur la base des « **505 voyageurs professionnels 12 derniers mois interrogés** »
Des lectures sur des cibles plus spécifiques sont également présentées : « Voyageurs professionnels 12 derniers mois – En France » (492 répondants), « Voyageurs professionnels 12 derniers mois – A L'ETRANGER » (251 répondants), « Hommes » (276 répondants), « Femmes » (229 répondants), « ETI » (357 répondants), « GE » (148 répondants), « CSP A » (244 répondants), « CSP B » (147 répondants), « CSP C » (105 répondants) & « Millenials » (103 répondants).

Conditions de diffusion de l'étude : les résultats de cette étude sont **l'entière propriété du souscripteur** qui peut si elle le souhaite en faire une diffusion totale ou partielle qui **sera soumise pour validation à OpinionWay.**

En outre toute diffusion à des fins de reprise presse devra comporter un **encart** rappelant que l'étude a été **réalisée par OpinionWay, la méthodologie précise** (mode de recueil, taille d'échantillon et mode de représentativité) ainsi que les **dates de recueil des données.**



Le profil de l'échantillon

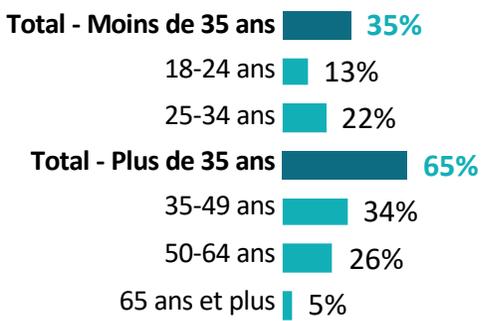




Profil des voyageurs professionnels 12 derniers mois

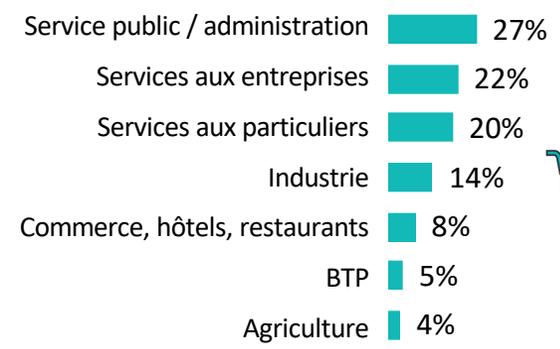
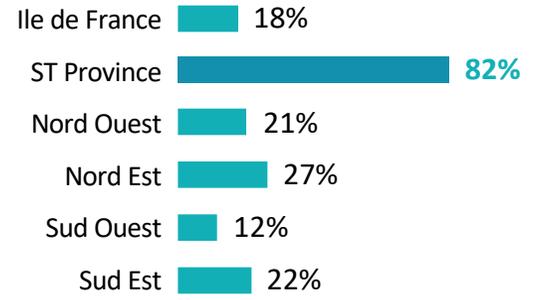
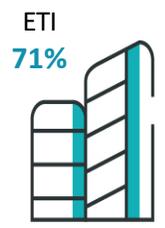
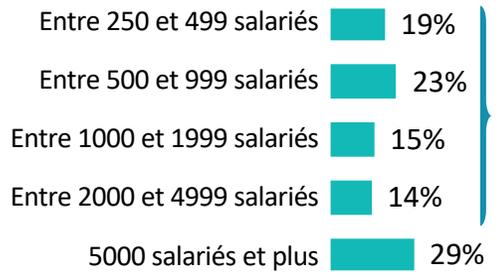
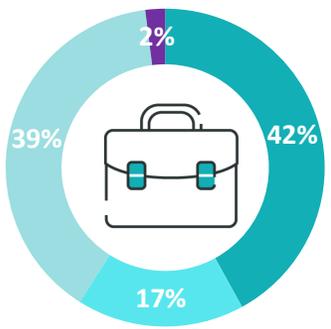


Age moyen : 41,5 ans



Voyageurs professionnels
N = 505

- CSP A
- CSP B
- CSP C
- Autre





Quatre profils types de voyageurs



Typologie des voyageurs professionnels : principe (1/2)

COMMENT ?

- Afin d’appréhender les données et comprendre la logique des voyageurs professionnels et leur rapport aux déplacements professionnels responsables en France et/ou à l’étranger, une **typologie** a été réalisée.
- Cette approche (de type canonique) permet de **synthétiser l’information sans la caricaturer et d’offrir ainsi une grille de lecture précieuse pour la mise en place d’actions concrètes.**
- La typologie a été établie à partir des **trois questions suivantes** :
 - **Av4d** : Aujourd’hui, diriez-vous que votre entreprise a une politique de déplacements durables ? La « mobilité durable » se définit comme des déplacements où l’impact environnemental, social et économique est minimisé, sans affecter négativement la capacité de l’organisation/l’entreprise à remplir sa mission »
 - ✓ **T11c** : D’une façon générale, pour vos prochains déplacements, seriez-vous disposé à...
 - ✓ **T8b** : En tant que voyageur professionnel, chacun des critères suivants est-il important ou pas lorsque vous organisez vos déplacements professionnels ?



Typologie des voyageurs professionnels : principe (2/2)

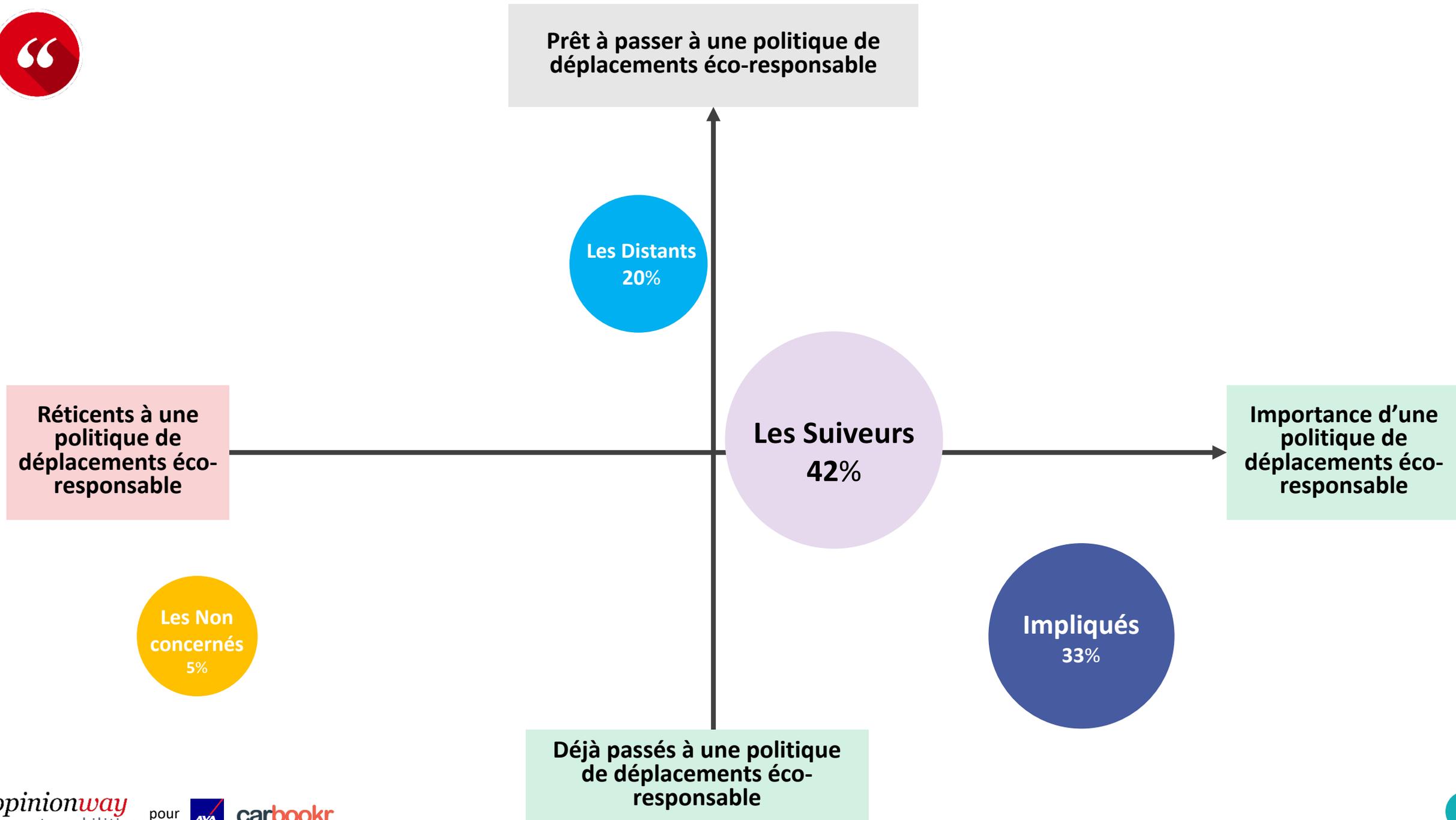
COMMENT ?

- Suite à l'élaboration de ces quatre groupes, la **logique d'analyse** a été la suivante :
 - ✓ **Poids de chaque groupe** au sein du grand public et proportions au sein des sous-cibles d'intérêt ;
 - ✓ **Description de chaque groupe** par lecture d'un tri croisé sur l'ensemble du questionnaire ;
 - ✓ **Compréhension des caractéristiques principales** permettant de distinguer les groupes les uns des autres.



Quatre sensibilités distinctes vis-à-vis du voyage éco-responsable







Quatre sensibilités distinctes vis-à-vis du voyage éco-responsable

Les Impliqués

33% des répondants

Des voyageurs très sensibles aux impacts écologiques du voyage et prêts à réfléchir à des déplacements plus responsables.

Les Suiveurs

42% des répondants

Des voyageurs fréquents notamment en Europe, cette catégorie de professionnels apparaît concernée par les enjeux même s'ils demandent à être convaincus par des solutions concrètes pour basculer vers des déplacements plus éco-responsables

Les Distants

20% des répondants

Des voyageurs domestiques réguliers, cette catégorie de professionnels semble moins sensible aux impacts de la mobilité et au futur du déplacement.

Les Non Concernés

5% des répondants

Base faible

Des voyageurs atypiques effectuant très peu de déplacements et ayant une relation lointaine avec le voyage pro.

33% des répondants



Les Impliqués

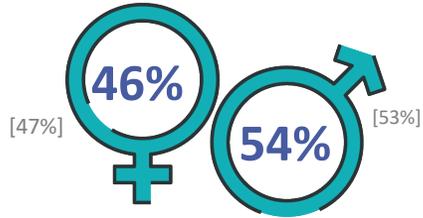
Des voyageurs très sensibles aux impacts écologiques du voyage et prêts à réfléchir à des déplacements plus responsables



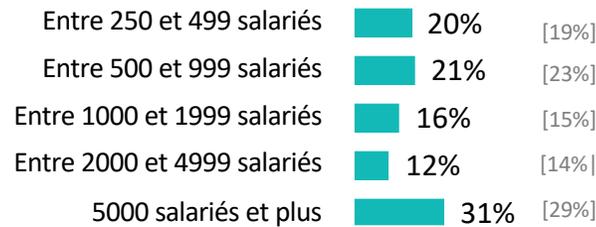
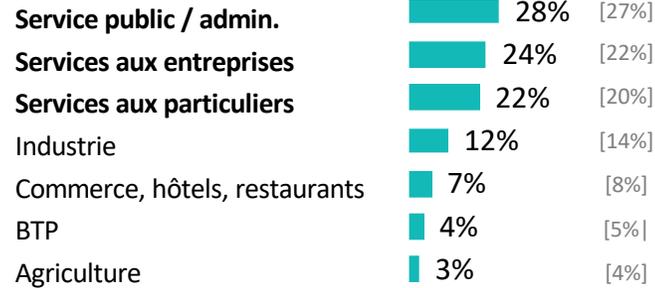
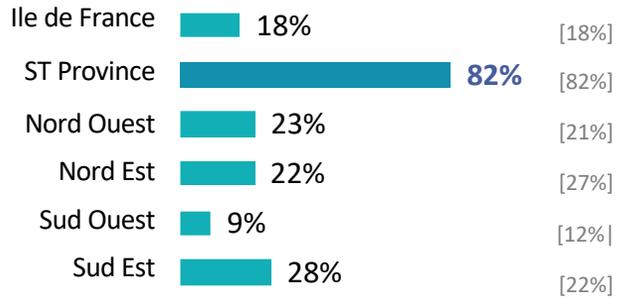
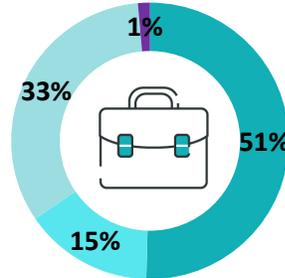


Les Impliqués

33% des répondants

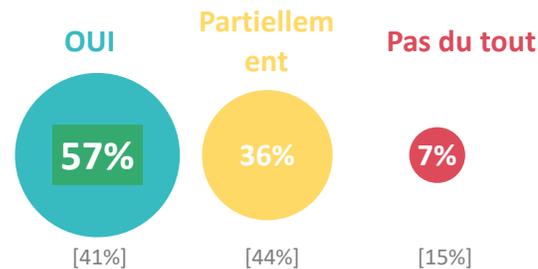


- CSP A [42%]
- CSP B [17%]
- CSP C [39%]
- Autre [2%]



76% [70%] des impliqués travaillent dans des entreprises ayant des règles obligatoires ou directives en matière de politique de déplacement professionnels.

Votre entreprise a-t-elle politique de déplacement durable ?



X% Y% Résultat significativement supérieur / inférieur vs l'ensemble

Nombre moyen de déplacements

En France **8,4** [8,7]

A l'étranger **2,2** [3,6]

Des déplacements pros jugés nécessaires... **83%** [76%]

Des déplacements jugés plus efficace pour ...



RDV clients

74% [60%]



RDV inter-entreprise

66% [56%]



Prospection

65% [56%]



maintenance Informatique

61% [50%]

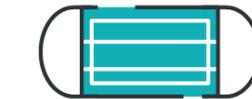
Lors de leur dernier déplacement, les conditions sanitaires ont été conformes à **93%** aux règles sanitaires (pour le déplacement, l'hébergement, la location...)

Intention de déplacements en 2022

80% [69%]



57% [47%]





Les Impliqués

33% des répondants

Top 5 des éléments mis en place ou jugés intéressants dès la réservation de votre déplacement

Mis en place / Intéressé

Dont...

Connaître ou avoir des propositions d'options de déplacements les plus respectueux de l'environnement	85% [73%]	52% déjà mis en place 33% intéressés
Connaître les émissions de CO2 selon le type de transport utilisé	81% [66%]	37% déjà mis en place 44% intéressés
Connaître ou avoir des propositions de remplacement de mon déplacement	80% [67%]	50% déjà mis en place 30% intéressés
Connaître la liste des hôtels labellisés éco-responsables	77% [66%]	28% déjà mis en place 49% intéressés
Connaître les émissions de CO2 du type de véhicule de location choisi selon différents	76% [66%]	44% déjà mis en place 32% intéressés

X% Y% Résultat significativement supérieur / inférieur vs l'ensemble

Top 5 des critères les plus importants dans le déplacement professionnel

Important

Dont...XX% de très important

Des déplacements favorisant ma productivité	97% [87%]	66% [36%]
La préservation de mon équilibre pro/perso	94% [90%]	63% [45%]
Le coût du déplacement	93% [86%]	58% [35%]
Le respect des règles sanitaires (avion, train, voitures de location, hôtels...)	92% [85%]	65% [41%]
L'impact carbone du déplacements	84% [77%]	53% [31%]

Disposition à...

Disposé ou déjà fait

Dont...XX% déjà fait

Privilégier l'usage des modes de transport économes en énergie, en CO2	93% [73%]	47% [27%]
Remplacer certains déplacements en modifiant l'organisation du travail	91% [72%]	67% [29%]
Aménager les horaires de travail/de présence au bureau	90% [71%]	59% [31%]
Privilégier l'usage des transports collectifs ou partagés	90% [72%]	63% [30%]
Limitier et ou concentrer le nombre de déplacements	86% [67%]	59% [28%]

42% des répondants



Les Suiveurs

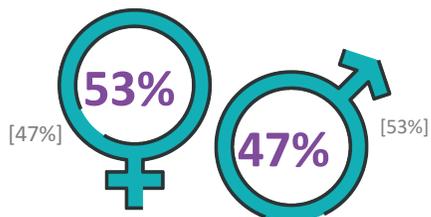
Des voyageurs fréquents notamment en Europe, cette catégorie de professionnels apparaît concernée par les enjeux même s'ils demandent à être convaincus par des solutions concrètes pour basculer vers des déplacements plus éco-responsables



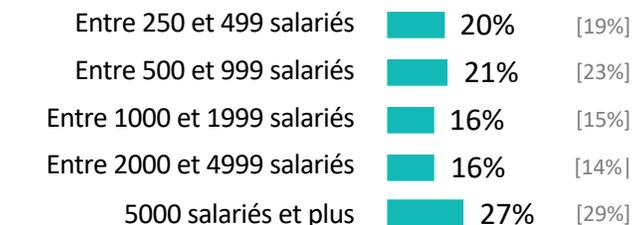
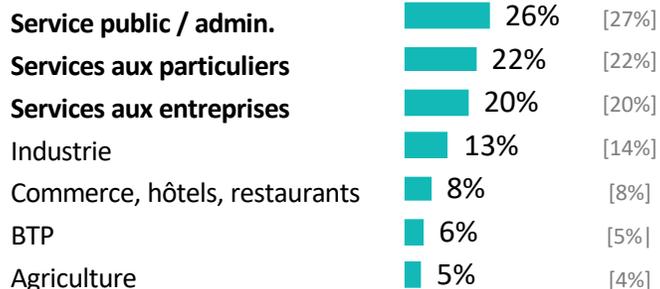
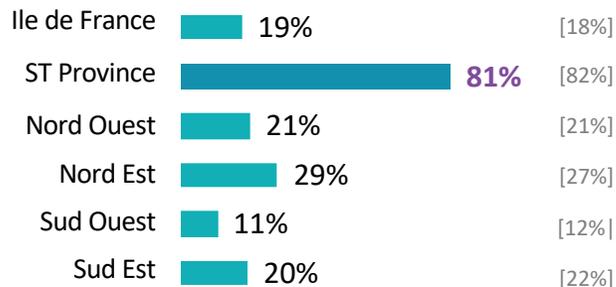
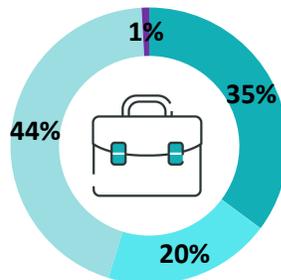


Les Suiveurs

42% des répondants

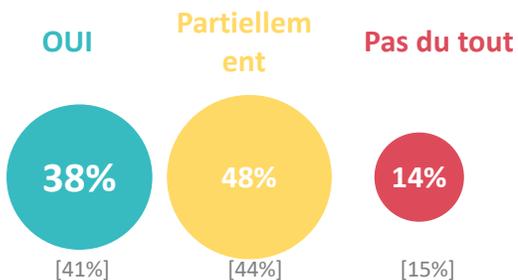


- CSP A [42%]
- CSP B [17%]
- CSP C [39%]
- Autre [2%]



70% [70%] des suiveurs travaillent dans des entreprises ayant des règles obligatoires ou directives en matière de politique de déplacement professionnels.

Votre entreprise a-t-elle politique de déplacement durable ?



Nombre moyen de déplacements

En France
 9,4 [8,7]

A l'étranger
 6,1 [3,6]

Des déplacements pros jugés nécessaires... 76% [76%]

Des déplacements jugés plus efficace pour ...



RDV clients

57%

[60%]



Prospection

57%

[56%]



RDV inter-entreprise

54%

[56%]



maintenance Informatique

50%

[50%]

Lors de leur dernier déplacement, les conditions sanitaires ont

été conformes à 82% [82%] aux règles sanitaires (pour le déplacement, l'hébergement, la location...)



Intention de déplacements en 2022



70% [69%]

52% [47%]





Les Suiveurs

42% des répondants

Top 5 des éléments mis en place ou jugés intéressants dès la réservation de votre déplacement

Mis en place / Intéressé

Dont...

Connaître ou avoir des propositions d'options de déplacements les plus respectueux de l'environnement	77% [73%]	25% déjà mis en place 52% intéressés
Connaître les émissions de CO2 du type de véhicule de location choisi selon différents critères	70% [66%]	21% déjà mis en place 49% intéressés
Connaître les émissions de CO2 d'un trajet moyen de mon équipe	69% [63%]	18% déjà mis en place 51% intéressés
Connaître l'équivalence de mes émissions de CO2 en "jours de chauffage" ou "plats carnés" ...	68% [61%]	18% déjà mis en place 50% intéressés
Connaître la liste des hôtels labellisés éco-responsables»	68% [66%]	19% déjà mis en place 49% intéressés

X% Y% Résultat significativement supérieur / inférieur vs l'ensemble

Top 5 des critères les plus importants dans le déplacement professionnel

Important

Dont...XX% de très important

La préservation de mon équilibre pro/perso	94% [90%]	40% [45%]
Des déplacements favorisant ma productivité	89% [87%]	25% [36%]
Le coût du déplacement	89% [86%]	25% [35%]
Le respect des règles sanitaires (avion, train, voitures de location, hôtels...)	87% [85%]	35% [41%]
L'impact carbone du déplacements	83% [77%]	27% [31%]

Disposition à...

Disposé ou déjà fait

Dont...XX% déjà fait

Privilégier l'usage des modes de transport économes en énergie, en CO2	90% [73%]	23% [27%]
Privilégier l'usage d'hébergement économes en énergie, en CO2	90% [67%]	7% [18%]
Remplacer certains déplacements en modifiant l'organisation du travail	87% [71%]	20% [31%]
Limiter et ou concentrer le nombre de déplacements en nombre ou en durée /km parcourus	86% [72%]	13% [29%]
Aménager les horaires de travail/de présence au bureau	84% [72%]	16% [30%]

20% des répondants



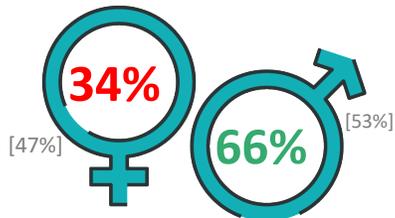
Les Distants

Des voyageurs domestiques réguliers, cette catégorie de professionnels semble moins sensible aux impacts de la mobilité et au futur du déplacement.

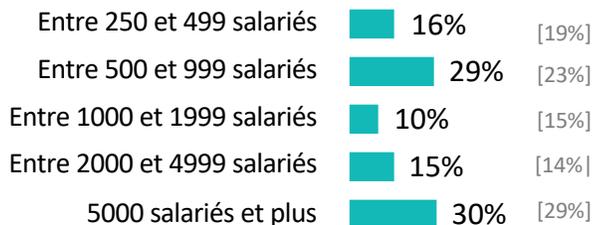
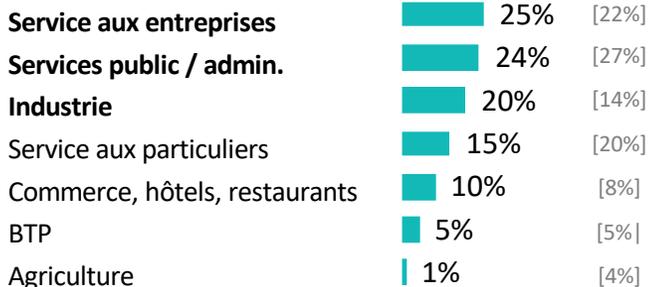
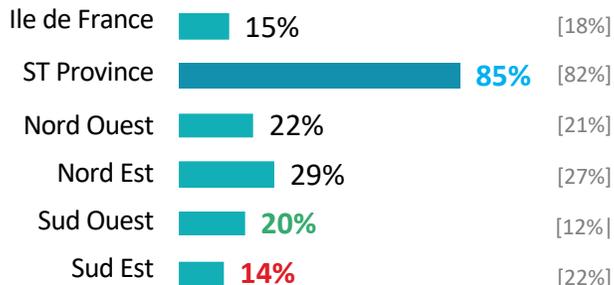
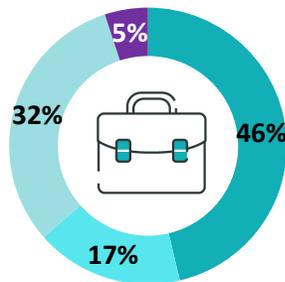


Les Distants

20% des répondants

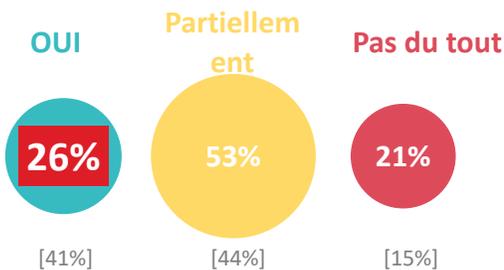


- CSP A [42%]
- CSP B [17%]
- CSP C [39%]
- Autre [2%]



72% [70%] des distants travaillent dans des entreprises ayant des règles obligatoires ou directives en matière de politique de déplacement professionnels.

Votre entreprise a-t-elle politique de déplacement durable ?



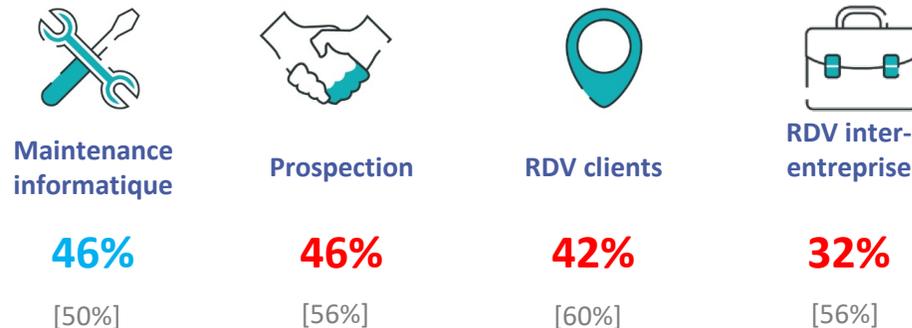
Nombre moyen de déplacements

En France
8,9 [8,7]

A l'étranger
1,6 [3,6]

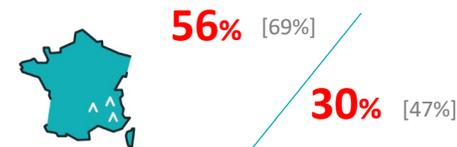
Des déplacements pros jugés nécessaires... 72% [76%]

Des déplacements jugés plus efficace pour ...



Lors de leur dernier déplacement, les conditions sanitaires ont été conformes à 87% aux règles sanitaires (pour le déplacement, l'hébergement, la location...)

Intention de déplacements en 2022



X% Y% Résultat significativement supérieur / inférieur vs l'ensemble



Les Distants

20% des répondants

Top 5 des éléments mis en place ou jugés intéressants dès la réservation de votre déplacement

Mis en place / Intéressé

Dont...

Connaître ou avoir des propositions d'options de déplacements les plus respectueux de l'environnement	56% [73%]	23% déjà mis en place 33% intéressés
Connaître ou avoir des propositions de remplacement de mon déplacement	52% [67%]	31% déjà mis en place 21% intéressés
Connaître les émissions de CO2 du type de véhicule de location choisi selon différents critères	50% [66%]	19% déjà mis en place 31% intéressés
Connaître la liste des hôtels labellisés éco-responsables	49% [66%]	18% déjà mis en place 31% intéressés
Connaître les émissions de CO2 selon le type de transport utilisé	47% [66%]	22% déjà mis en place 25% intéressés

X% Y% Résultat significativement supérieur / inférieur vs l'ensemble

Top 5 des critères les plus importants dans le déplacement professionnel

Important

Dont...XX% de très important

La préservation de mon équilibre pro/perso	88% [90%]	33% [45%]
Des déplacements favorisant ma productivité	84% [87%]	19% [36%]
Le respect des règles sanitaires (avion, train, voitures de location, hôtels...)	81% [85%]	21% [41%]
Le coût du déplacement	76% [86%]	20% [36%]
L'impact carbone du déplacements	66% [77%]	7% [31%]

Disposition à...

Disposé ou déjà fait

Dont...XX% déjà fait

Aménager les horaires de travail/de présence au bureau	29% [72%]	8% [30%]
Limiter et ou concentrer le nombre de déplacements en nombre ou en durée /km parcourus	25% [72%]	5% [29%]
Privilégier l'usage des modes de transport économes en énergie, en CO2	21% [73%]	8% [27%]
Privilégier l'usage des transports collectifs ou partagés	20% [67%]	6% [28%]
Remplacer certains déplacements en modifiant l'organisation du travail	18% [71%]	11% [31%]

5% des répondants

Base faible



Les Non concernés

Un groupe atypique et réduit en taille représentant des voyageurs effectuant très peu de déplacements et ayant une relation lointaine avec le voyage pro.

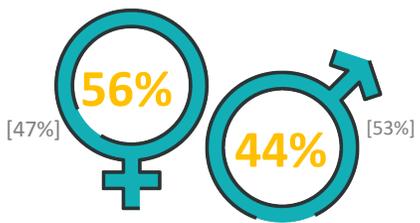
Attention base faible



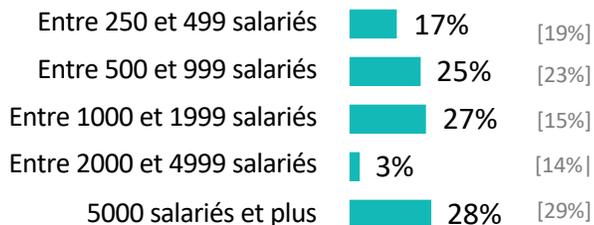
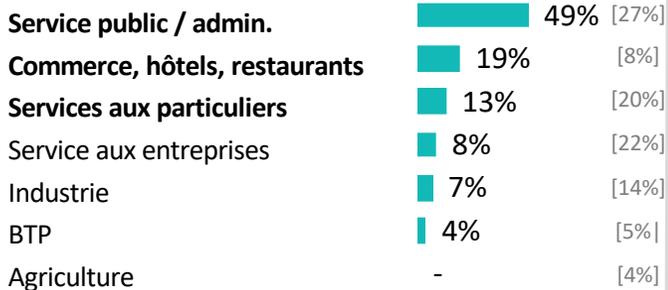
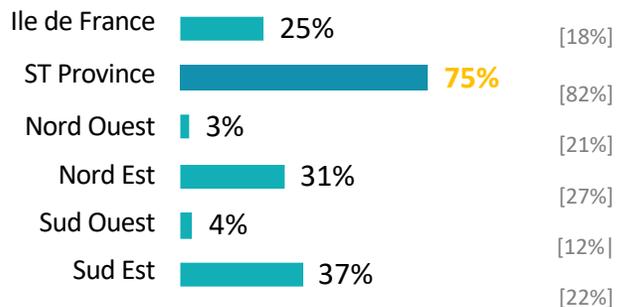
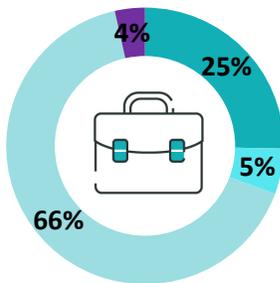


Les Non Concernés

5% des répondants
Base faible

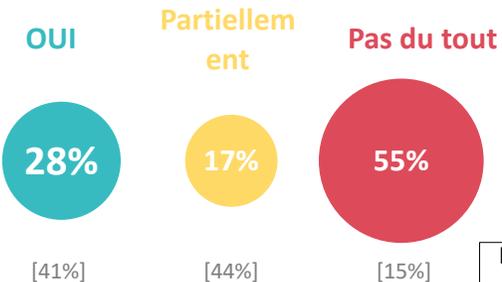


- CSP A [42%]
- CSP B [17%]
- CSP C [39%]
- Autre [2%]



21% [70%] **des non concernés** travaillent dans des entreprises ayant des règles obligatoires ou directives en matière de politique de déplacement professionnels.

Votre entreprise a-t-elle politique de déplacement durable ?



Nombre moyen de déplacements

En France
3,1
[8,7]

A l'étranger
0,6
[3,6]

Des déplacements pros jugés nécessaires...

36% [76%]

Des déplacements jugés plus efficace pour ...



Prospection

23%

[56%]



RDV inter-entreprise

23%

[56%]



RDV clients

17%

[60%]



maintenance Informatique

13%

[50%]

Lors de leur dernier déplacement, les conditions sanitaires ont été conformes à 84% aux règles sanitaires (pour le déplacement, l'hébergement, la location...)

Intention de déplacements en 2022

36% [69%]



48% [47%]



Base trop faible pour avoir des résultats significativement supérieur / inférieur vs l'ensemble



Les Non Concernés

5% des répondants

Base faible

Top 5 des éléments mis en place ou jugés intéressants dès la réservation de votre déplacement

	Mis en place / Intéressé	Dont...
Connaître ou avoir des propositions de remplacement déplacements les plus respectueux de l'environnement	40% [67%]	16% déjà mis en place 24% intéressés
Connaître la liste des hôtels labellisés éco-responsables	31% [66%]	7% déjà mis en place 24% intéressés
Connaître les émissions carbone résultant de mon choix de déplacement (CO2 sauvé)	28% [62%]	7% déjà mis en place 21% intéressés
Connaître les émissions de CO2 de mon séjour à l'hôtel	25% [56%]	11% déjà mis en place 14% intéressés
Connaître les émissions de CO2 selon le type de transport utilisé	20% [66%]	4% déjà mis en place 16% intéressés

Top 5 des critères les plus importants dans le déplacement professionnel

	Important	Dont...XX% de très important
Le coût du déplacement	56% [86%]	32% [35%]
Le respect des règles sanitaires (avion, train, voitures de location, hôtels...)	43% [85%]	17% [41%]
La préservation de mon équilibre pro/perso	40% [90%]	19% [45%]
Des déplacements favorisant ma productivité	18% [87%]	8% [36%]
L'impact carbone du déplacements	18% [77%]	11% [31%]

Disposition à...

	Disposé ou déjà fait	Dont...XX% déjà fait
Aménager les horaires de travail/de présence au bureau	20% [72%]	13% [30%]
Remplacer certains déplacements en modifiant l'organisation du travail	13% [71%]	9% [31%]
Limiter et/ou concentrer le nombre de déplacements en nombre ou en durée	10% [72%]	6% [29%]
Privilégier l'usage des modes de transport économes en énergie, en CO2	8% [73%]	4% [27%]
Privilégier l'usage des transports collectifs ou partagés	4% [67%]	- [28%]

Bases insuffisantes pour avoir des différences significatives vs. L'ensemble



RENDRE LE MONDE INTELLIGIBLE POUR AGIR AUJOURD'HUI ET IMAGINER DEMAIN

WE ARE DIGITAL !

Fondé en 2000 sur cette idée radicalement innovante pour l'époque, OpinionWay a été précurseur dans le renouvellement des pratiques de la profession des études marketing et d'opinion.

Forte d'une croissance continue depuis sa création, l'entreprise n'a eu de cesse de s'ouvrir vers de nouveaux horizons pour mieux adresser toutes les problématiques marketing et sociétales, en intégrant à ses méthodologies le Social Média Intelligence, l'exploitation de la smart data, les dynamiques créatives de co-construction, les approches communautaires et le storytelling.

Aujourd'hui OpinionWay poursuit sa dynamique de croissance en s'implantant géographiquement sur des zones à fort potentiel que sont l'Europe de l'Est et l'Afrique.

C'est la mission qui anime les collaborateurs d'OpinionWay et qui fonde la relation qu'ils tissent avec leurs clients.

Le plaisir ressenti à apporter les réponses aux questions qu'ils se posent, à réduire l'incertitude sur les décisions à prendre, à tracker les insights pertinents et à co-construire les solutions d'avenir, nourrit tous les projets sur lesquels ils interviennent.

Cet enthousiasme associé à un véritable goût pour l'innovation et la transmission expliquent que nos clients expriment une haute satisfaction après chaque collaboration - 8,9/10, et un fort taux de recommandation – 3,88/4.

Le plaisir, l'engagement et la stimulation intellectuelle sont les trois mantras de nos interventions.





RESTONS CONNECTÉS !

www.opinion-way.com



Envie d'aller plus loin ?

Recevez chaque semaine nos derniers résultats d'études dans votre boîte mail en vous abonnant à notre

[newsletter !](#)

“opinionway

15 place de la République
75003 Paris

PARIS
CASABLANCA
ALGER
VARSOVIE
ABIDJAN

Votre contact

Benoit Parraud
Co-Directeur Département
Marketing des Services

Tel. +33 6 35 39 78 52
bparraud@opinion-way.com