

Quelles sont les nouvelles tendances des voyages de tourisme et d'affaires en 2024 ?

Paris, 4 janvier 2024 – Cegid, un leader européen des solutions de gestion cloud pour les professionnels des ressources humaines (paie, gestion des talents), des métiers de la finance (ERP, trésorerie, fiscalité), de l'Expertise Comptable, du Retail et de l'entrepreneuriat, publie les nouvelles tendances du voyage pour l'année 2024. Revenge travel, slow travel, ... des nouvelles pratiques de voyages qui sont la conséquence d'une aspiration des voyageurs à un meilleur équilibre vie professionnelle / vie personnelle et qui visent à amoindrir l'impact environnemental de leurs déplacements. Passage en revue des tendances extraites du dernier livre blanc de Cegid.

Après deux années de privation en période de pandémie, l'envie de voyage est plus forte que jamais. Même si le voyage évoque la détente et les loisirs, la quête de sens et le télétravail changent la donne. Les débats de société influencent-ils le futur des mobilités ?

Les principales tendances qui vont transformer le voyage en 2024

Après le confinement, les voyageurs profitent désormais de la moindre occasion pour partir. Il s'agit du « **revenge travel** » ou « tourisme de revanche ». Pour vivre des expériences enrichissantes, ils envisagent également de prolonger leur séjour de 5 à 10 jours et d'y consacrer un budget plus conséquent (« **slow travel** » ou « voyage lent »). Les voyageurs sont aussi **influencés par le cinéma**, les documentaires et les séries qui sont devenus des supports promotionnels d'un pays.

Ils prennent également en compte les effets de la crise et du changement climatique et privilégient désormais **les voyages durables** et respectueux de l'environnement (compagnies aériennes moins polluantes, transports alternatifs plus propres mais plus lents, hébergements éco-friendly, ...). Ils veulent également **vivre des moments uniques** (découvrir les coutumes, tester des pratiques locales, ...), d'autres sont à la recherche de sensations (voyages aventure, activités sportives en plein air, ...).

Avec le confinement, le **besoin de se reconnecter à la nature** s'est également décuplé chez les voyageurs. Des moments de détente parfaits pour se ressourcer et couper avec son quotidien. Enfin, dans une société hyper connectée et stressante, il est essentiel de se retrouver et de prendre soin de soi. Depuis la pandémie, ce besoin est ressenti par un nombre croissant de personnes : **les voyages santé-bien-être** sont ainsi devenus très tendance depuis 2022.

Le loisir peut aussi influencer le business : Les projections 2024 pour le voyage d'affaires

Contraction de « business » (affaires) et « leisure » (loisirs), **le Bleisure** désigne le prolongement de déplacement professionnel de quelques jours pour découvrir et visiter une ville. Dans le même état d'esprit, de plus en plus d'entreprises organisent des déplacements qui combinent des sessions de travail et des sessions récréatives dans les grandes métropoles où la pratique du Bleisure s'y prête bien, afin de renforcer la cohésion de leurs équipes.

Ces dernières ont également adopté définitivement le télétravail avec la mise en place d'outils de partage et de communication qui facilitent le travail à distance. Cette nouvelle organisation répond à l'exigence des collaborateurs et des entreprises de diminuer les déplacements professionnels. Cette tendance tend à se confirmer puisqu'à la question « *pensez-vous que les collaborateurs veulent encore réduire leurs déplacements professionnels ?* », on constate qu'une grande majorité (58,6 % des entreprises ayant répondu) y est favorable pour des raisons personnelles et environnementales.

Pour les entreprises, il est donc désormais nécessaire de définir rapidement le « pourquoi voyager ». Pourquoi se déplacer s'il est possible d'organiser une visioconférence ? Sur quels critères se baser : favoriser un esprit d'équipe, constater une situation... ? Des interrogations qui doivent être intégrées dans les discussions stratégiques. À ce jour, seulement 26,7 % des entreprises l'ont fait.

Les débats de société qui impactent les entreprises et vont déterminer le futur des mobilités

Aujourd'hui, adopté par les entreprises et les collaborateurs, le télétravail lance le débat sur le pourquoi et comment voyager / se déplacer. L'arrivée des nouvelles technologies permet d'effectuer de nombreuses tâches sans se déplacer et ne justifie plus un déplacement systématique. Les entreprises et leurs collaborateurs doivent définir de concert les raisons et la conduite à tenir pour un voyage d'affaires.

Les raisons de continuer à faire des voyages d'affaires

L'avenir de la planète est une préoccupation pour 79 % des Français qui sont prêts à réduire de 14,5 % leurs déplacements. Or, tous les déplacements ne peuvent pas être remplacés par les outils de communication actuels, et ce, pour plusieurs raisons :

- La première est d'avoir la possibilité de rencontrer les clients, les partenaires commerciaux ou les collègues d'une filiale. Une rencontre physique permet de communiquer plus facilement et de favoriser les interactions. Les salons professionnels, les conférences, ... sont des événements qui permettent aux collaborateurs de rechercher des opportunités commerciales ou initier un premier contact,
- La seconde est la résolution de problèmes qui peuvent entraver la performance de l'entreprise. En se rendant sur place, les collaborateurs peuvent plus facilement identifier les causes et mettre en place des solutions,
- La formation continue est une nécessité. Les sessions en présentiel favorisent l'acquisition de nouvelles compétences, le partage des connaissances et l'échange de vive voix avec les autres participants.

Voyager de manière respectueuse

Lorsque les déplacements sont inévitables, les voyageurs doivent privilégier des solutions durables.

Des modes de transports durables

Le covoiturage, les transports en commun et le vélo sont à privilégier dans le cadre des déplacements quotidiens. En revanche, si la distance le permet, les voyageurs doivent préférer le train à l'avion.

Des hébergements écologiques et durables

L'une des prérogatives nouvelles du voyageur d'affaires, quelle que soit la nature du déplacement, est de s'informer sur les problématiques environnementales du lieu de destination et de ses écosystèmes.

Une génération profondément marquée par la crise sanitaire et environnementale

La crise sanitaire a bousculé le cours de la vie de la génération Z. Ces derniers adoptent au quotidien les préceptes qu'ils prônent en faveur d'un mode de vie durable. Pour ce faire, ils choisissent des alternatives écologiques dans leurs choix de consommation, de transport, d'alimentation, ... Marquée par l'année 2020, cette nouvelle génération d'actifs s'engage pour construire un avenir durable.

« La crise liée au Covid a été un révélateur et un accélérateur du changement. Durant le confinement, les Français ont eu le temps de prendre du recul sur leur vie et sur ce qu'ils veulent vraiment. Leur réflexion sur la quête de sens les a amenés à remettre en question leurs habitudes et leurs comportements. Le retour à un équilibre vie personnelle et professionnelle et la préservation de l'environnement sont les bases de leur nouvelle éthique de vie. Il est donc important de proposer aux collaborateurs des conditions de travail et de voyage en phase avec leurs aspirations. Cegid dispose des solutions utiles et innovantes pour pouvoir le faire », conclut Gilles Bobichon, Directeur des opérations Cegid Notilus.

L'intégralité du livre blanc de Cegid est disponible [ici](#)

À propos de Cegid

Cegid est un leader européen des solutions de gestion cloud pour les professionnels des métiers de la Finance (trésorerie, fiscalité, ERP), des Ressources Humaines (paie, gestion des talents), des secteurs de l'Expertise Comptable, du Retail et de l'entrepreneuriat. Avec un solide business model full-cloud Cegid s'engage dans la durée avec ses clients et accompagne la digitalisation des entreprises, de la TPE aux grands comptes, pour une expérience supérieure et distinctive en France comme à l'international. Cegid combine une vision prospective et pragmatique des métiers, associée à sa forte capacité d'innovation, la maîtrise des nouvelles technologies et à une connaissance unique du réglementaire. Dans un monde en évolution rapide, Cegid ouvre les possibles et révèle toute la valeur des métiers de ses clients en leur apportant des solutions utiles et innovantes.

Forte de son ambition internationale et de ses 500 000 clients, Cegid compte aujourd'hui 4 400 collaborateurs et vend ses solutions dans 130 pays. Cegid a réalisé un chiffre d'affaires annuel de 791 M€ (au 31 décembre 2022). Pascal Houillon a rejoint Cegid en mars 2017, il en est le CEO.

Plus d'informations : www.cegid.com ; <http://jobs.cegid.com/>

Suivre Cegid sur les réseaux sociaux :



Contacts presse :

Agence Proches

Elodie Roubaud

equipecegid@agenceproches.com

+33 (0)7 60 43 65 08

Agence Proches

Pierre Lostanlen

equipecegid@agenceproches.com

+33 (0)6 69 61 80 77

Cegid Responsable Relations Presse

Nathalie Fournier-Christol

nfournierchristol@cegid.com

+33 (0)6 49 23 83 14