

Décembre 2024

## Les voyageurs d'affaires français préfèrent nettement le train à d'autres moyens de transport

Les voyageurs d'affaires considèrent majoritairement que leur entreprise devrait imposer le train comme moyen de transport, et ce, jusqu'à 8h00 de voyage, selon une nouvelle enquête de la campagne Travel Smart menée par Corporate Mobilities et Opinion Way.

### 1. Résumé

La campagne mondiale Travel Smart, coordonnée par T&E, encourage les entreprises à réduire les émissions liées à leurs déplacements professionnels. Afin de mieux comprendre le comportement de leurs employés, la campagne a commandé une enquête à Corporate Mobilities et OpinionWay en novembre 2024, sur les usages et opinions des voyageurs d'affaires français sur leur utilisation du train et les politiques de leur entreprise comme moyen rapide et efficace de réduire les émissions liées aux vols d'affaires.

Les résultats recueillis auprès d'un échantillon représentatif de 510 répondants, montrent des orientations très claires en faveur de l'usage du train par rapport à d'autres moyens de transport:

**1. Selon la moitié des voyageurs, leur entreprise, quelle que soit leur taille, déploie des initiatives visant à limiter les émissions carbone de leurs déplacements d'affaires.**

50% des voyageurs d'affaires déclarent que leur entreprise a mis en œuvre le plan de sobriété énergétique du Gouvernement qui demande aux entreprises d'utiliser par défaut le train pour les trajets allant jusqu'à 4 heures. Les entreprises déploient aussi d'autres initiatives telles qu'une politique de déplacements responsables, des objectifs de réduction de CO2 ou encore un budget carbone, toutes favorables au recours au train.

**2. Les voyageurs d'affaires considèrent majoritairement que leur entreprise devrait imposer le train comme moyen de transport, et ce, jusqu'à 8h00 de voyage.**

Plus de 80% des voyageurs d'affaires sont tout à fait favorables ou favorables à des politiques de voyages qui imposent le train jusqu'à 4h00 de transport. Cette proportion passe à 64% entre 4h00 et 6h00 de transport, 54% entre 6h00 et 8h00. Même pour des trajets supérieurs à 8h00, le pourcentage de voyageurs tout à fait favorables ou favorables est de 45%.

**3. Pour 81% de voyageurs d'affaires, le train est considéré comme un moyen de transport plus productif que les autres.**

81% des voyageurs d'affaires se disent plus productifs dans le train que dans les autres moyens de transport. Cette proportion s'élève à 85% pour les voyageurs d'affaires internationaux.

## 2. Méthodologie de l'enquête

L'enquête a été commandée par la campagne Travel Smart, et réalisée par Corporate Mobilities associée à l'institut d'études d'opinions et de marchés OpinionWay :

- Enquête réalisée en ligne, via Access Panel, du 13 au 28 novembre 2024, auprès de 510 voyageurs professionnels employés à temps plein dans une organisation comptant au moins 250 salariés et ayant effectué au cours des 12 derniers mois, des déplacements professionnels de plus de 200 kms aller/retour quel que soit le moment (semaine ou week-end).
  - 368 voyageurs travaillant dans une ETI (250 à 4999 salariés)
  - 142 voyageurs travaillant dans une Grande entreprise (5000 salariés et plus)
- La représentativité de l'échantillon a été assurée via la méthode des quotas sur les critères de genre, d'âge et de région.
- Cette enquête, avec focus spécifique sur l'usage du train, s'inscrit dans un dispositif plus large, l'Observatoire des Mobilités Professionnelles, conduit depuis 2020 par Corporate Mobilities et OpinionWay.

## 3. Les principaux résultats de l'enquête

Les résultats de l'enquête révèlent que les voyageurs d'affaires français soutiennent les initiatives de leur employeur pour limiter l'impact carbone des déplacements professionnels, mais qu'ils sont également demandeurs d'avancées plus significatives.

A titre d'exemple, 86% des voyageurs d'affaires pensent que leur entreprise devrait se fixer un objectif de réduction de ses émissions liées aux voyages d'affaires et 79% se déclarent prêts à demander personnellement à leur entreprise de se fixer un objectif de réduction de leurs émissions liées aux déplacements professionnels.

Parallèlement, les entreprises déploient de nombreuses solutions pour réduire leurs émissions à l'occasion des déplacements professionnels :

- 36% des voyageurs déclarent que leur entreprise a mis en place une politique qui privilégie l'usage de modes de transport économes en énergie, en CO2 (train) ;
- 32% des voyageurs déclarent que leur entreprise a mis en place des systèmes permettant de connaître la durée totale du trajet, de porte-à-porte et y compris les exigences d'être à l'avance, pour pouvoir comparer les modes de déplacement ;
- 28% des voyageurs déclarent que leur entreprise a mis en place des systèmes permettant de choisir entre différentes alternatives de déplacement en fonction du coût global, du bilan carbone et du temps de voyage porte-à-porte de chaque déplacement ;
- 24% des voyageurs déclarent que leur entreprise utilise un budget carbone.

### 3.1 Pour plus de ¾ des voyageurs d'affaires, le train cumule de nombreux avantages.

- Une très grande majorité (81%) considère avoir une plus grande tranquillité d'esprit (ponctualité, absence de transfert...), des moyens de communication plus efficaces (83%), un plus fort sentiment de sécurité (79%) et plus de quiétude (79%) que dans d'autres moyens de transport.
- Tous ces facteurs contribuent à des voyages en train plus «détendus» (85%) et plus productifs (81%) que dans d'autres moyens de transport.

*NB : les % présentés regroupent ici les avis "tout à fait d'accord" et "plutôt d'accord"*

### 3.2 2/3 des voyageurs d'affaires consacrent leur temps de trajet en train, exclusivement ou majoritairement, à leur travail.

- Les trajets en train sont exclusivement consacrés à des activités professionnelles pour 16% des voyageurs et prioritairement pour 49% d'entre eux.
- 24% des voyageurs consacrent leur temps de trajet à des activités prioritairement personnelles (repos, lecture, visionnage...) tout en gardant un peu de temps pour des activités professionnelles.
- 6% des voyageurs consacrent leur temps de trajet à des activités strictement personnelles.

### 3.3 Des voyageurs d'affaires en demande d'incitations de la part de leur employeur pour privilégier le train.

Très majoritairement enclins à utiliser le train, les voyageurs d'affaires considèrent que les mesures suivantes de leur entreprise les inciteraient à prendre plus souvent le train comme mode de transport pour leurs déplacements :

- Pouvoir disposer d'un budget de déplacement train plus conséquent (82% de "très intéressé" et "plutôt intéressé").
- Pouvoir voyager en première classe comme incitation au changement de modes de transport : (77% de "très intéressé" et "plutôt intéressé").
- Pouvoir voyager en train même si le trajet est plus cher (73 % de "très intéressé" et "plutôt intéressé").

En complément des attentes vis-à-vis de leur employeur, les voyageurs sont également "très intéressés" et "plutôt intéressés" à hauteur de 86% par la possibilité de réserver facilement un billet unique pour des voyages transfrontaliers en train.

### 3.4 Enfin, les voyageurs internationaux et les voyageurs travaillant pour des entreprises engagées dans des démarches responsables se révèlent encore plus favorables au recours au train.

Pour la très grande majorité des items analysés, l'étude révèle deux facteurs accélérateurs.

- Les voyageurs se déplaçant à l'international et en France sont plus "tranchés" dans leurs avis que les voyageurs purement domestiques. Ainsi, 86% d'entre eux sont prêts à demander à leur entreprise de se fixer un objectif de réduction de leurs émissions de CO2 lié aux déplacements (vs. 73% pour les voyageurs domestiques).  
Ces mêmes voyageurs se prononcent en faveur d'une réservation facile d'un billet transfrontalier, de la possibilité de voyager en train même si le trajet est plus cher ou en 1<sup>o</sup> classe avec un écart à minima de 8 points par rapport aux voyageurs strictement domestiques.
- Les voyageurs dont les entreprises ont mis en place une politique de mobilité responsable, un plan de sobriété énergétique, des objectifs de réduction de CO2 ou un budget carbone ont structurellement des avis supérieurs aux résultats de l'ensemble de la base interrogée. Ainsi, les résultats des voyageurs travaillant dans ce type d'entreprise sont systématiquement supérieurs de 8 à 10 points aux résultats totaux sur le recours au train comme moyen de transport par défaut, et ce quelle que soit la durée de trajet ou l'établissement d'un budget carbone.

#### **Contacts T&E et Travel Smart :**

Denise Auclair

Head of Travel Smart Campaign

[denise.auclair@transportenvironnement.org](mailto:denise.auclair@transportenvironnement.org)

Erin Vera

Travel Smart Campaign Manager

[erin.vera@transportenvironnement.org](mailto:erin.vera@transportenvironnement.org)

#### **Contact Corporate Mobilities :**

Jérôme Fouque

Co-Founder

[jfouque@corporatemobilities.com](mailto:jfouque@corporatemobilities.com)

#### **Contact Corporate OpinionWay :**

Olivia Augis

Responsable Communication

[oaugis@opinion-way.com](mailto:oaugis@opinion-way.com)

## **A propos de T&E:**

T&E est une organisation basée à Bruxelles qui défend les transports et les énergies propres. La vision de l'organisation pour les années à venir est de mettre en place un système de transport et d'énergie à zéro émission, abordable, circulaire et ayant un impact minimal sur notre santé et l'environnement.

## **A propos de Travel Smart:**

*Travel Smart* est une campagne mondiale menée par T&E au sein d'une coalition de partenaires à travers l'Europe, l'Amérique du Nord et l'Asie, visant à réduire les émissions des voyages d'affaires en avion, ce qui constitue le moyen le plus efficace de réduire de manière significative l'impact de l'aviation sur le climat au cours de la présente décennie.

Rendez-vous sur [Travel Smart](#) ou suivez-nous sur [LinkedIn](#)

## **A propos de Corporate Mobilities:**

En tant que Mobility Management Company, nous aidons :

- les fournisseurs de mobilités à mieux comprendre les pratiques des utilisateurs finaux de leurs produits ou services pour adapter leurs offres, créer du contenu et résoudre des problématiques opérationnelles.
- les entreprises utilisatrices de mobilités à concevoir et déployer des stratégies de mobilité responsables.

La spécificité de notre démarche repose sur une expertise à 360° des 3 mobilités d'entreprise: déplacements du quotidien, voyage d'affaires et flotte automobile.

Nos solutions reposent sur une mise en commun -exclusive- de data science, de sciences comportementales et d'une maîtrise du secteur de la mobilité.

Rendez-vous sur [Corporate Mobilities](#) ou suivez-nous sur linkedin [Corporate Mobilities](#)

## **A propos d'OpinionWay:**

Fondé en 2000, pionnier de la digitalisation des études, OpinionWay a été précurseur dans le renouvellement des pratiques de la profession des études marketing et d'opinion. Une mission : rendre le monde intelligible pour agir aujourd'hui et imaginer demain.

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, BtoC & BtoB, en intégrant notamment à ses méthodologies la Social Média Intelligence, l'exploitation de la smart data, les dynamiques créatives de co-construction, les approches communautaires, le text mining et le storytelling.

OpinionWay a reçu deux Prix récompensant cette dynamique d'innovation lors des Trophées Etudes & Innovations 2023 : le Trophée OR dans la catégorie « Satisfaction du consommateurs / Parcours et expérience client » et le Trophée ARGENT dans la catégorie « Tendances et prospective ». Le Groupe intervient sur les cinq continents depuis ses implantations en France (Paris, Bordeaux), au Maghreb (Maroc), en Europe de l'Est (Pologne), en Afrique Sub-saharienne (Côte d'Ivoire) et plus récemment en Belgique avec Polling Europe. Membre actif d'Esomar, le groupe est certifié depuis 2009 ISO 20252 par l'AFNOR (avec pour vocation de mieux satisfaire ses clients et de faire progresser ses collaborateurs).