

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Cegid et Corporate Mobilities présentent une étude de l'impact des comportements voyageurs sur le coût des déplacements professionnels, réalisée par OpinionWay

Voyages d'affaires : les règles existent, mais les usages résistent. Jusqu'à un voyageur sur deux adopte encore des pratiques génératrices de surcoûts

Paris, le 23 juillet 2026 – Cegid, 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), de l'Expertise Comptable et du Retail, et Corporate Mobilities publie la 8^{ème} vague de l'Observatoire des voyages professionnels. Réalisée par OpinionWay auprès de 505 voyageurs professionnels, l'étude analyse 25 comportements tout au long du parcours de leur déplacement : avant et pendant la réservation, en déplacement et après le déplacement. Cette dernière met en évidence une part moins visible du coût réel : celle qui se forme dans les usages, les arbitrages et les habitudes des voyageurs.

Des comportements générateurs de coûts, dont les causes sont à la fois personnelles et organisationnelles

Entre 20 % et 50 % des voyageurs professionnels adoptent régulièrement des pratiques potentiellement génératrices de surcoûts. Parmi les comportements les plus fréquemment relevés : 55 % des voyageurs interrogés prennent un taxi ou VTC sans regarder les alternatives disponibles ; 48 % font appel à un(e) assistant(e) alors qu'ils pourraient faire leur réservation eux-mêmes ; 48 % utilisent leur voiture professionnelle alors que d'autres modes sont pertinents et 43 % ajoutent des prestations supplémentaires à leur réservation initiale. Ces comportements présentent, par ailleurs, des résistances significatives chez tous les profils.

Ces comportements ne traduisent pas une mauvaise volonté de la part des voyageurs. Ils s'expliquent par une combinaison de causes personnelles (habitude, confort, efficacité perçue) et organisationnelles (règles inadaptées à la réalité terrain, outils peu pratiques, processus trop lourds).

« Bien que l'étude révèle une disposition importante au changement de comportement, une règle seule ne suffit pas à modifier les pratiques. Il faut l'accompagner d'outils simples, souples et complets », précise Laurent Lassurance, Product Marketing Manager de Cegid Notilus chez Cegid.

Les voyageurs professionnels sont prêts à changer... mais sous certaines conditions

Selon les comportements, 68 % à 90 % des voyageurs se déclarent prêts à modifier leurs pratiques lorsqu'elles ne se révèlent pas systématiques ou régulières. Cette disposition est toutefois conditionnelle. Les leviers les plus cités pour les inciter au changement : bénéficier de règles mieux adaptées aux contraintes de leur activité (27 %), disposer d'outils de réservation plus simples et plus rapides (26 %), de règles plus claires (26 %) et de processus allégés (25 %). Les quatre leviers en tête sont donc de nature organisationnelle ; les voyageurs pointent avant tout le système, pas leur propre volonté.

Une politique de déplacements formelle améliore marginalement les comportements, une politique de mobilité durable les transforme

La présence d'une politique de déplacements obligatoire (des règles très structurées, peu ou pas d'autonomie des collaborateurs) améliore les comportements par rapport à des organisations dénuées de politique de déplacements mais de façon limitée : +5 à +16 points selon les usages, et seulement, par exemple, +4,5 points sur le recours au taxi/VTC alors que d'autres alternatives existent.

À l'inverse, une politique de mobilité durable formalisée est le facteur le plus discriminant de l'étude : +15 à +38 points selon les comportements versus des organisations sans politique de mobilité durable. Une politique de mobilité durable formalisée facilite donc les conditions dans lesquelles les changements de comportement deviennent plus naturels.

Des voyageurs encore très attachés à leur voiture professionnelle ou personnelle

L'étude pose également la question de l'usage des véhicules et montre clairement que plus de la moitié des voyageurs font un arbitrage en faveur de leur véhicule professionnel ou personnel, y compris quand d'autres options sont pertinentes. Ceci pose implicitement la question des zones de recoupement entre la "car" et la "travel" policy et de la liberté laissée aux voyageurs dans leurs choix modaux.

Le "pré-booking" recèle les gisements d'optimisation les plus accessibles

Enfin, l'étude démontre que le coût réel d'un déplacement se forme à plusieurs moments du parcours. En pré-booking, il est encore évitable avec une changeabilité maximale (79/88 %). Lors du booking, il est encore optimisable mais avec une changeabilité moindre (68/90 %). En déplacement, il est déjà engagé et demande une transformation structurelle. Après le déplacement, il est visible mais tardif : agir ici sans agir en amont revient donc à mesurer le coût sans le réduire.

« C'est bien le pré-booking et sa changeabilité la plus élevée sur lequel les organisations devraient se concentrer en priorité dans un contexte où les fournisseurs se focalisent majoritairement sur la phase de booking », conclut Jérôme FOUQUE, Co-fondateur de Corporate Mobilities.

Méthodologie de l'étude

La 8^{ème} vague de l'Observatoire des voyages professionnels Cegid et Corporate Mobilities a été menée par OpinionWay auprès d'un échantillon représentatif de 505 voyageurs professionnels du 13/04/2026 au 23/04/2026. Elle analyse 25 comportements allant du pré-booking au post-trip et mesure pour chacun la fréquence de pratique, la disposition au changement, les causes et les leviers de changement.

A propos de Corporate Mobilities

Nous créons et déployons des stratégies de mobilité durables qui optimisent le retour sur les dépenses de déplacements, améliorent la performance humaine, diminuent les risques liés à la mobilité professionnelle et impactent positivement la politique RSE des entreprises. Nos solutions reposent sur une mise en commun -exclusive- de data science, sciences comportementales et d'une expertise du secteur des mobilités.

Rendez-vous sur [CorporateMobilities.com](https://www.corporate-mobilities.com)

A 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, distinctive et mémorable 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 comme l'intelligence artificielle et 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 plus d'un million de clients, Cegid compte aujourd'hui plus de 5 000 collaborateurs et vend ses solutions dans 130 pays. Cegid a réalisé un chiffre d'affaires annuel de 1,069 M€ (au 31 décembre 2025). Bruno Vaffier en est son Directeur Général depuis avril 2025.

Plus d'informations : www.cegid.com

Suivez Cegid sur les réseaux sociaux :



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.

Reflet de notre engagement profond envers un avenir durable et responsable, nous sommes depuis janvier 2025 "Entreprise à mission" avec pour ambition de "Conjuguer l'humain et l'innovation pour accompagner marques et organisations dans leurs prises de décisions vers un futur souhaitable". Une mission qui se traduit par trois objectifs statutaires essentiels : éclairer nos clients sur les enjeux de développement durable et sociétaux, cultiver les liens, l'agilité et l'enthousiasme au sein de notre entreprise, et questionner en continu la pertinence de nos approches.

Nous intervenons sur les cinq continents depuis nos implantations en France (Paris, Bordeaux), en Afrique (Casablanca, Abidjan), en Europe de l'Est (Varsovie), en Chine (Shanghai) et en Europe avec notre filiale pan-européenne Polling Europe (Bruxelles).

Membre du réseau WIN en tant que partenaire exclusif pour la France et membre actif d'Esomar, nous sommes certifiés ISO 20252 depuis 2009 par l'AFNOR.