Août 2024

Bulletin de veille Tourisme d'affaires

TOURISME D'AFFAIRES QUÉBEC

RÉSEAU VEILLE TOURISME

CHAIRE de tourisme Transat ESG UQAM

Perspectives du tourisme d'affaires

- Selon le dernier rapport de la Global Business Travel Association, les dépenses mondiales en voyages d'affaires devraient augmenter de 11,1 % en 2024.

- La croissance devrait toutefois ralentir progressivement. Cela se traduira par une augmentation moyenne de 6,95 % de 2025 à 2028 par année. Les dépenses devraient dépasser les 2 000 milliards de dollars américains par année d'ici 2028.

- Les auteurs estiment que les professionnels du secteur doivent demeurer vigilants et s'adapter aux vents contraires potentiels, car des facteurs tels que l'évolution des conditions économiques, les avancées technologiques et les développements en matière de durabilité façonneront également le secteur à l'avenir.

- Le rapport comprend aussi des données d'enquête réalisée auprès de 4 100 voyageurs d'affaires dans cinq régions du monde, représentant les points de vue de cette clientèle sur leurs préférences, leurs comportements et leurs dépenses en matière de voyages d'affaires.

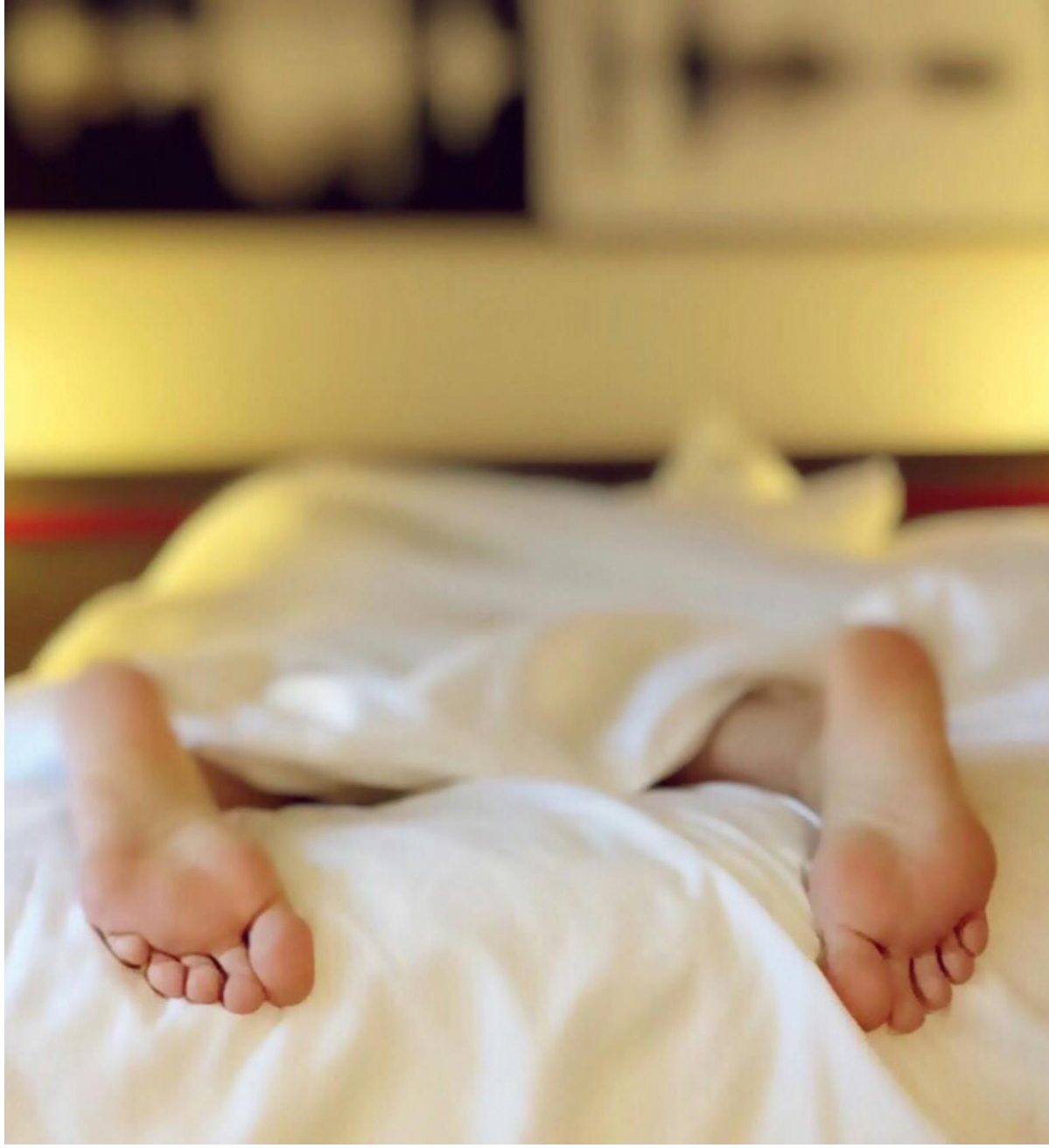
Le tourisme du sommeil

Sa relation insoupçonnée avec les voyageurs d'affaires

- Le concept de tourisme du sommeil a été évoqué pour la première fois en 2022, lorsque le Global Wellness Institute (GWI) a présenté l'idée comme une forme de voyage de bien-être spécifiquement destinée à améliorer la qualité du sommeil.

- De nombreux hôtels répondent à cette tendance en optimisant les chambres standard pour le sommeil, en ajoutant des éléments de conception spécifiques et technologiques visant à améliorer le niveau de confort des clients. Par exemple, l'hôtel Park Hyatt de New York a doté certaines de ses suites de lits intelligents, les Restorative Beds, dont la technologie de libération de la pression s'adapte au corps à chaque stade du sommeil.

- Les voyageurs d'affaires, comme ceux d'agrément, doivent composer avec les effets négatifs du décalage horaire et du manque de sommeil. L'approche préconisée pour favoriser un sommeil de qualité constitue une perspective intéressante pour cette clientèle qui bénéficierait sans aucun doute d'un sommeil précieux avant et pendant un séjour chargé de rencontres, de conférences et de présentations.



L'impact des voyages sur la Gen Z

- L'entreprise Travel perk a interrogé 4600 voyageurs d'affaires aux États-Unis, au Royaume-Uni, en Espagne et en Allemagne. Le rapport qui en découle Value of business travel, révèle plusieurs données intéressantes concernant les voyageurs d'affaires de la génération Z.

- Selon les jeunes voyageurs d'affaires interrogés, 79 % d'entre eux souhaitent voyager pour le travail afin d'explorer de nouveaux lieux, contre 72 % pour les Millénariaux et 60 % pour la génération X.

- Parmi les employés de la génération Z qui ont voyagé pour le travail, plus d'un tiers (37 %) ont prolongé leur séjour pour des raisons personnelles.

- 76 % des répondants de la génération Z ont indiqué qu'ils seraient plus susceptibles de rester dans un poste offrant des opportunités de voyage.

- Cette tendance pourrait avoir un impact significatif sur les taux d'attraction et de rétention des talents, en particulier parmi les jeunes travailleurs qui cherchent à combiner développement professionnel et exploration personnelle.

Repenser le réseautage

- Le dernier rapport de Skift Meetings explore l'essence du réseautage, conseillant les planificateurs sur la manière de transformer les réunions traditionnelles en environnements dynamiques propices à de véritables connexions. Il révèle comment des stratégies de réseautage réfléchies peuvent améliorer l'engagement et cultiver des relations professionnelles significatives. Voici les thématiques abordées :

  - La conception des événements pour faciliter les connexions
  - Les tactiques de réseautage innovantes
  - Le rôle central des destinations et des lieux
  - L'utilisation de la technologie pour soutenir le réseautage

- Dans le sillage de la pandémie de Covid et de l'essor du travail à distance, les entreprises ont de plus en plus recours aux événements pour réunir des équipes dispersées, ce qui rend le réseautage très recherché et plus crucial que jamais.

Reconnaître les handicaps invisibles

- Le centre de congrès Greater Fort Lauderdale — Broward County, en Floride, est le premier centre de congrès d'Amérique du Nord à adopter le programme Hiden Disabilities Sunflower.

- Les handicaps non visibles incluent un large éventail de handicaps, notamment les troubles de santé mentale, comme l'anxiété, la schizophrénie, les troubles de la personnalité, les troubles obsessionnels compulsifs, l'autisme et le syndrome d'Asperger.

- Il s'agit d'un outil simple permettant aux personnes souffrant de handicaps non visibles de partager volontairement leur handicap ou leur condition qui n'est pas immédiatement apparente.
  - Un cordon ou une cocarde permet au personnel d'identifier ces personnes et de leur fournir la meilleure assistance possible.

- Tous les employés du centre de congrès recevront également une formation de l'organisme sur la façon de repérer et d'aider une personne souffrant d'un handicap caché.

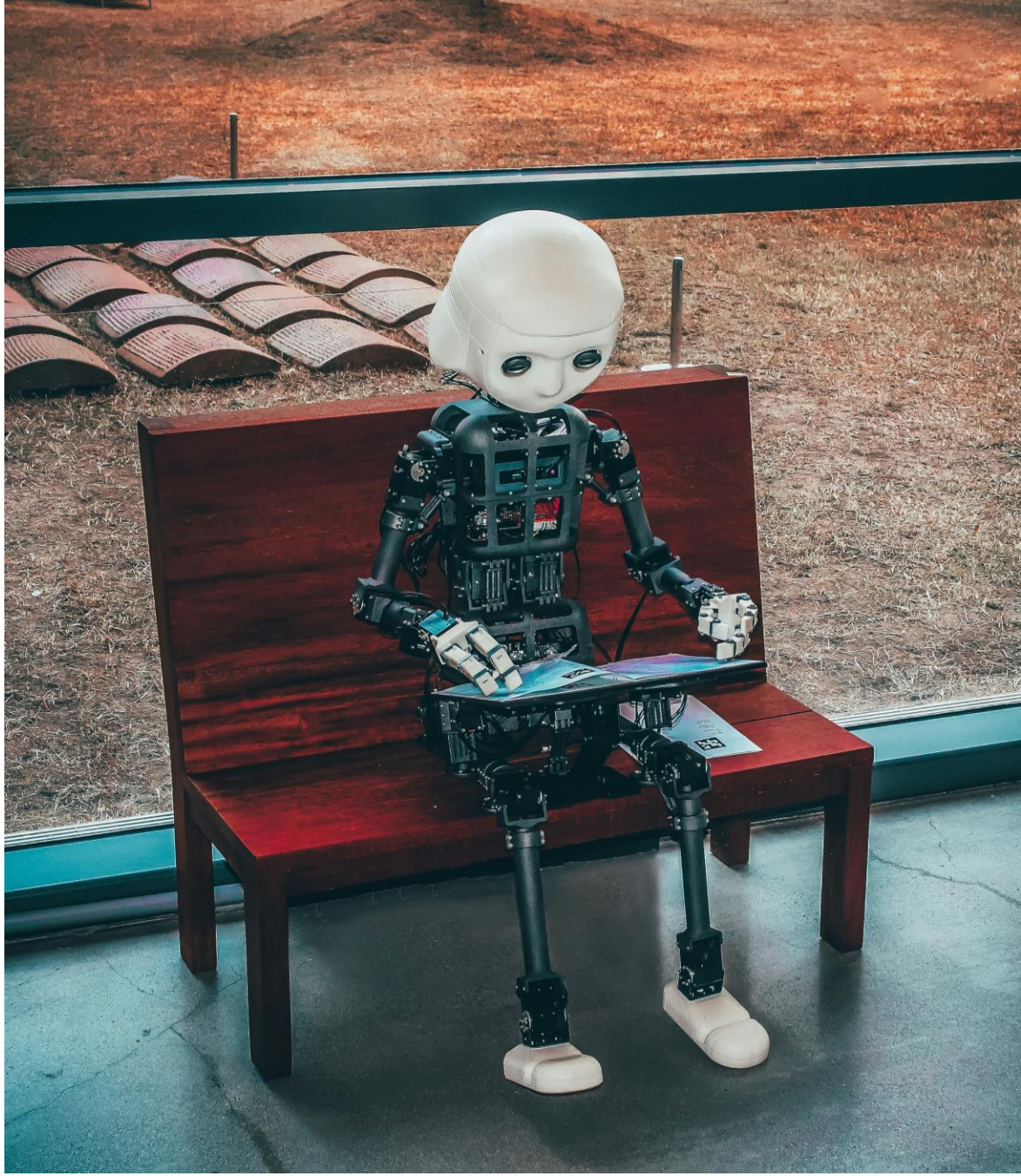
Complément d'information : l'aéroport de Montréal a adhéré au programme en juin 2024.

L'IA pour faciliter le parcours client

- ALTOUR, l'une des plus grandes sociétés de gestion de voyages au monde, a créé **ALTOUR Intelligence**, une suite complète d'outils qui exploite la puissance de l'intelligence artificielle pour transformer la façon dont les entreprises gèrent et optimisent leurs besoins de voyage d'affaires. Voici quelques exemples:

  - **AI Predict** , développé par Lumo, permet aux voyageurs d'affaires d'anticiper les retards et les perturbations. Grâce à des alertes proactives et prédictives offrant des conseils avant et pendant chaque déplacement, les voyageurs peuvent planifier leurs prochaines étapes avec une assistance en temps réel par texto.

  - **AI Transform** permet d'optimiser la conformité des programmes et politiques de voyage. Les responsables de voyages peuvent créer et mettre à jour du contenu vidéo attrayant pour une gestion transparente du changement dans leur entreprise. Avec des avatars réalistes, un rendu rapide, une traduction instantanée et une stratégie de marque sans effort, le déploiement de la politique de voyage se veut simple et fluide.



Abonnez-vous à notre bulletin

S’inscrire ici

Écrivez-nous

chaire.tourisme@uqam.ca | veilletourisme.ca

Merci !

CHAIRE de tourisme Transat ESG UQÀM

RÉSEAU VEILLE TOURISME