

Aparthotels Adagio® présente son livre blanc :

« Quelles sont les nouvelles attentes des voyageurs d'affaires et comment y répondre ? »



Paris le 24 septembre 2019 – Aparthotels Adagio, leader des Aparthotels en France et en Europe, dévoile son nouveau livre blanc qui met en exergue les transformations que connaît actuellement le voyage d'affaires. Le marché du voyage d'affaires prend de plus en plus d'importance grâce à une croissance d'année en année. De même, les dépenses qui y sont associées sont en augmentation (autour de 4% en 2019). En se basant sur une enquête réalisée avec EPSA*, Aparthotels Adagio a souhaité faire un état des lieux des nouveaux besoins des entreprises et des collaborateurs en matière de déplacements professionnels. A l'écoute des voyageurs, Aparthotels Adagio, acteur innovant et ambitieux, entend répondre à leurs attentes et ne cesse de faire évoluer son offre.

Les révolutions dans le monde du business travel

Le monde du business travel connaît une véritable transformation, avec notamment l'arrivée des Millennials sur le marché du travail. D'ici 2020, la génération Y représentera 50 % des dépenses liées au voyage. Cette génération, influente et aspirationnelle, dont les comportements impactent les habitudes de consommation actuelles, provoque des mutations dont les acteurs du voyage d'affaires doivent tenir compte. Les Millennials se caractérisent par l'adoption sans réserve des nouvelles technologies, une fidélité fluctuante aux marques, un besoin d'indépendance et d'instantanéité, la volonté de vivre des expériences uniques à partager sur leurs réseaux sociaux, etc.

Les changements provoqués par cette cible exigeante et volatile séduit l'ensemble des catégories de voyageurs. Ainsi, en s'adaptant aux attentes des Millennials, les marques répondent aux besoins de tous les voyageurs d'affaires. Ces derniers souhaitent une offre de voyage modulable et personnalisée, qui corresponde au mieux à leurs habitudes. Selon une enquête réalisée par CWT, 67% des travel managers considèrent la personnalisation comme une priorité élevée. Le déploiement de l'intelligence artificielle sur le marché du voyage d'affaires va permettre de répondre à ce souhait de flexibilité et de personnalisation. L'enquête réalisée par EPSA pour Aparthotels Adagio révèle que 76% des voyageurs d'affaires estiment que l'intelligence artificielle va révolutionner le business travel. Mais tous ces changements doivent se faire dans le respect de la vie privée et du consentement préalable des voyageurs.

Voyages d'affaires ou de loisirs, les frontières s'estompent

Les voyageurs d'affaires sont de plus en plus nombreux à revendiquer une « expérience utilisateur » identique pour leurs voyages de loisirs et professionnels. Ils sont même 71 % (Sondage EPSA) à avoir déjà réservé un hébergement en dehors du canal imposé par leur entreprise, un phénomène appelé « l'open-booking ». Ainsi, les acteurs BtoB s'inspirent largement du BtoC en reprenant par exemple le design et les fonctionnalités de sites internet grands publics. Ce phénomène devrait connaître une importance croissante avec le temps.

Le glissement des habitudes de voyage du BtoB vers le BtoC doit néanmoins tenir compte des exigences de sécurité et d'application des politiques voyage des entreprises. Les acteurs du tourisme et notamment les hôteliers doivent s'adapter d'une part aux nouvelles attentes des voyageurs d'affaires et d'autre part aux contraintes des entreprises.

Un appartement « prêt-à-vivre » : la réponse d'Aparthotels Adagio aux voyageurs d'affaires

Face à leurs multiples exigences, Aparthotels Adagio a su adapter son offre en proposant un mode d'hébergement conforme aux nouvelles attentes des voyageurs d'affaires, offrant flexibilité et confort. **Stéphane Bartaire, Directeur Général Adjoint des Aparthotels Adagio**, commente : « *Chez Adagio, Le concept d'Aparthotel mise sur le relationnel et les services du « comme on a envie ». Il a trouvé sa place parmi les formules d'hébergement et séduit de plus en plus les acheteurs et les voyageurs en déplacement pour affaires en moyen et long séjour. »*

La localisation est un critère essentiel dans le choix d'un hébergement. Selon le sondage EPSA, il est même le premier critère de sélection pour 74 % des sondés. Les Aparthotels Adagio sont pour la plupart situés au cœur des villes, à la fois proches des quartiers d'affaires et des lieux touristiques.

D'autre part, les appartements offrent aux voyageurs l'autonomie d'un appartement associé au confort d'un hôtel, leur permettant ainsi de bénéficier d'indépendance et de liberté. Les services hôteliers à valeur ajoutée proposés par les Aparthotels Adagio permettent aux voyageurs de vivre une expérience positive, et de laisser place à des moments de détente et de convivialité.



Le Cercle, concept unique de la marque, se compose de plusieurs espaces hybrides remettant le relationnel et la convivialité au cœur de l'expérience client :

- Des espaces redesignés qui proposent de nouvelles fonctions originales ou tout simplement utiles (bibliothèque d'objets à emprunter, cuisine partagée, épicerie, etc.).
- Des événements tels que des apéritifs hebdomadaires auxquels tous les clients peuvent participer.
- Des rencontres entre clients mais aussi avec les équipes Adagio, favorisées par les moments de convivialité qui permettent la création de liens informels, amicaux et personnels.

Aparthotels Adagio entend répondre aux nouvelles attentes des voyageurs d'affaires d'aujourd'hui et de demain en se renouvelant régulièrement grâce des concepts d'hébergements conviviaux, modulables et intelligents.

**Sondage réalisé en avril 2019 auprès de professionnels du voyage d'affaires*

APARTHOTELS ADAGIO® SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX

Suivez l'actualité de la marque sur :



www.adagio-city.com

A propos d'Aparthotels Adagio

Les Aparthotels Adagio®, référents des résidences de tourisme en France et en Europe, proposent dans leurs établissements des appartements modernes et entièrement équipés, ainsi que des services hôteliers tels que le petit-déjeuner, le wifi ou encore le ménage à la carte. Ces hébergements s'adressent aussi bien aux familles en city break qu'aux voyageurs d'affaires en long séjour qui bénéficient de tarifs dégressifs dès 4 nuits. Issue en 2007 de la joint-venture entre les groupes Accor et Pierre & Vacances Center Parcs, la marque propose trois gammes de produits : Adagio, des résidences contemporaines milieu de gamme ; Adagio access, la gamme économique, et Adagio premium, les appartements haut-de-gamme. Le réseau compte plus de 110 appartements et 12 700 appartements dans 13 pays, et compte étendre sa présence à 220 appartements et 27 000 appartements à travers le monde d'ici 2023. Pour plus d'informations : www.adagio-city.com/press

Contacts presse :

Agence Grayling

Shahinez Djoudi & Marie-France Bergamo | 01 55 30 70 92 & 01 55 30 70 77 | adagiopr@grayling.com