



REED & MACKAY
A Navan Company

Le voyage d'affaires en 2026 : Les tendances qui vont façonner l'année



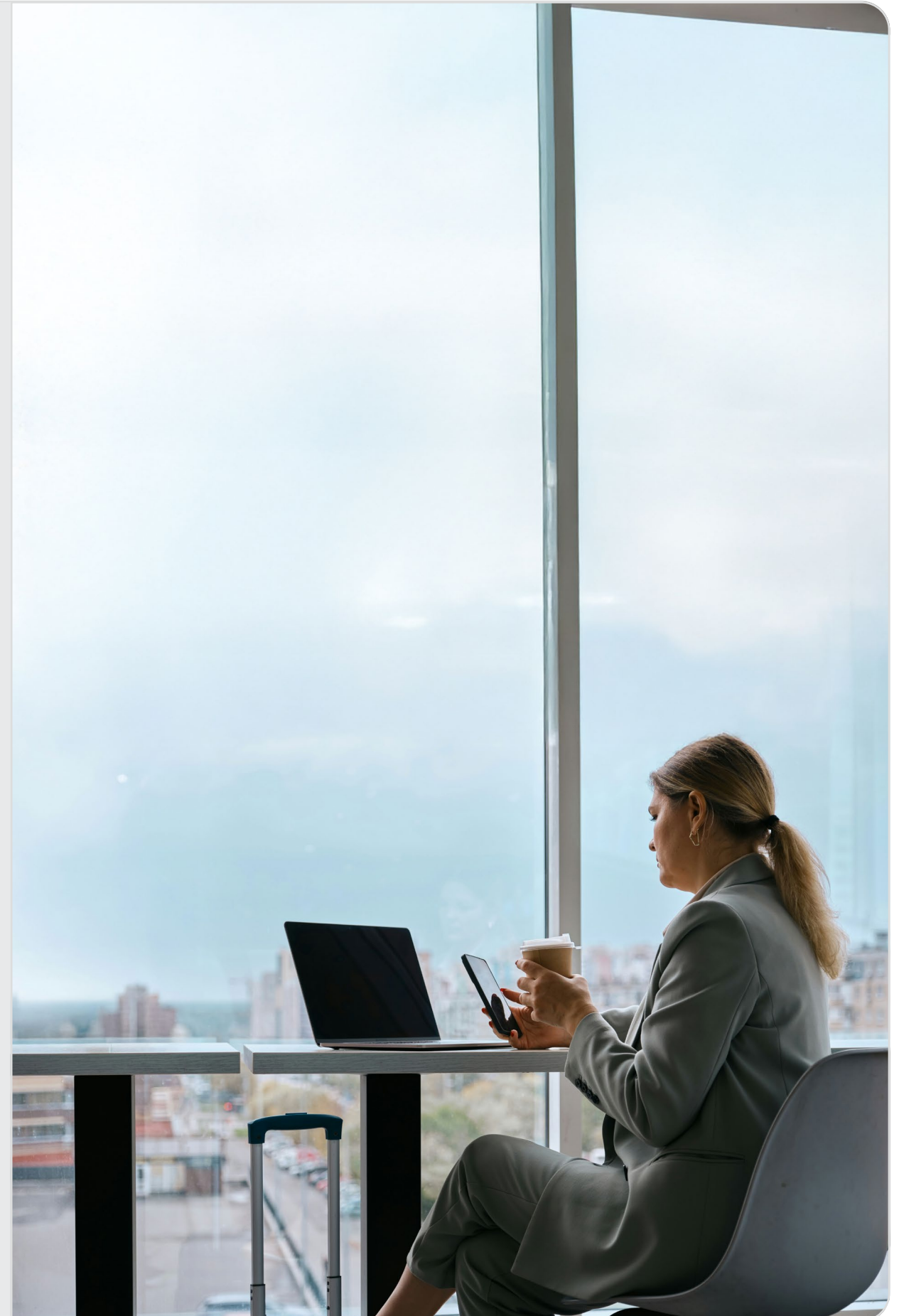


Décryptage du secteur : Les grandes tendances

Le voyage d'affaires entre dans une année charnière. Les dépenses mondiales devraient dépasser les 2 000 milliards de dollars d'ici 2029, confirmant la solidité d'un secteur en croissance malgré les incertitudes économiques¹. Les budgets de déplacements professionnels se stabilisent, les réunions en présentiel font leur retour et les entreprises redécouvrent l'importance des échanges en face à face.

Pour autant, les défis restent nombreux. Les tensions géopolitiques, l'évolution des exigences en matière de visas et les enjeux de sûreté et de sécurité imposent des stratégies de voyage toujours plus agiles. En parallèle, la technologie, la durabilité et les attentes croissantes des collaborateurs redéfinissent en profondeur les pratiques et les priorités des travel managers à travers le monde.

Que faut-il en retenir pour l'année à venir ? Dans ce rapport, nos experts analysent huit grandes tendances qui façonneront le voyage d'affaires en 2026, et leurs impacts concrets pour votre organisation.





En un clin d'oeil

Meetings & Events :

Quand la technologie et l'unification des budgets redéfinissent les événements professionnels.

Voyage executifs :

L'essor de parcours ultra-personnalisés mêlant voyages d'affaires et loisirs.

Diversité, équité & inclusion :

Avancées et progrès pour rendre les voyages plus accessibles à tous.

NDC :

Comment les TMC rapprochent l'offre des compagnies aériennes des besoins concrets des entreprises.

Durabilité :

Des budgets carbone à l'engagement des collaborateurs, les prochaines étapes vers des voyages plus responsables.

Bleisure :

Comment la combinaison travail-loisirs devient une composante à part entière des politiques voyages.

Les travailleurs nomades :

How work-from-anywhere is reshaping talent and travel programmes.

Le rail dans le voyage d'affaires :

Pourquoi le train s'impose comme un choix stratégique en matière de coût, de confort et de réduction des émissions.

Meeting & events : La force du lien humain

Le secteur du Meetings & Events entre dans une nouvelle phase d'innovation et d'ouverture internationale explique Mat Browne, Head of Client Partnerships chez Reed & Mackay Events. « À l'heure où le travail hybride est devenu la norme, les organisations accordent une importance croissante aux événements en présentiel pour stimuler l'innovation, renforcer la culture d'entreprise et créer du lien entre les équipes et les différents marchés. »

Dans le même temps, les technologies événementielles améliorent à la fois l'efficacité opérationnelle et la créativité. Des plateformes d'inscription sur mesure, capables de collecter les données des participants, aux outils dopés à l'IA qui s'appuient sur les déplacements précédents pour proposer des voyages personnalisés, la technologie redéfinit le parcours événementiel dès l'inscription des participants.

Les applications événementielles s'imposent désormais comme un élément clé de l'expérience des participants. Elles centralisent l'ensemble des informations : programmes, rendez-vous, documents de voyage et mises à jour en temps réel, au sein d'un même outil. Pour les organisateurs et les event managers, ces plateformes deviennent de véritables outils d'engagement grâce aux sondages, sessions de questions-réponses, dispositifs liés au bien-être ou encore à la gamification, transformant ainsi les événements en expériences interactives.

La consolidation stratégique des dépenses s'affirme également comme une tendance majeure en 2026. « Regrouper les budgets de voyages d'affaires et événementiel apparaît comme une approche intelligente pour optimiser le pouvoir d'achat, la conformité et l'exploitation des données », souligne Julie Oliver, CEO Global Events chez Reed & Mackay. « Dans un environnement corporate en constante évolution, cette stratégie permet de générer des économies, de créer davantage de valeur et de renforcer la compétitivité des organisations. »

Par ailleurs, la dimension créative des événements devient un levier essentiel de performance. « Les entreprises doivent considérer les événements comme un véritable levier business et définir clairement les critères de succès pour chacun d'eux », ajoute Julie Oliver. « Le bien-être doit rester au cœur de l'organisation événementielle, tandis que les différences générationnelles influencent de plus en plus les attentes des participants. »

La gestion stratégique des réunions gagne également du terrain auprès des clients, avec une demande croissante de partenariats plus étroits, de collaboration et de transparence. Longtemps privilégié par les grands comptes, ce modèle tend désormais à s'étendre à d'autres organisations, en quête de ressources dédiées et d'équipes intégrées, agissant comme une extension de leurs propres équipes pour faire face aux fluctuations de coûts et à la nature parfois imprévisible des événements.



Voyages executifs : L'essor des expériences hyper-personnalisées

Dan Bainger, Global Elite Director chez Reed & Mackay, observe que les réunions de dirigeants se tiennent de plus en plus dans des destinations singulières et confidentielles, souvent hors des circuits habituels. Des lieux qui permettent de s'extraire du bruit et de créer un espace propice à une réflexion plus claire et plus stratégique. Ces environnements se prêtent naturellement à l'intégration d'expériences bien-être et culturelles, transformant ce qui relevait autrefois d'obligations professionnelles en moments à forte valeur ajoutée.

Il souligne également que les Executive Assistants et Chiefs of Staff attendent désormais de leurs partenaires un accompagnement disponible à tout moment. Être joignable via des canaux simples et immédiats comme WhatsApp est devenu indispensable pour garantir une expérience fluide.

En outre, les clients recherchent un véritable service de conciergerie : réservations de

restaurants, accès de dernière minute à des événements, gestion du personnel de maison et bien plus encore.

Pour Dan Bainger, les voyages VIP dépassent aujourd'hui largement le modèle traditionnel du « Desk booking ». Les acteurs qui tirent leur épingle du jeu sont ceux qui parviennent à conjuguer une automatisation intelligente avec une expertise humaine réelle : la technologie pour simplifier, l'humain pour apporter la finesse. « Il s'agit de comprendre les clients à un niveau extrêmement fin, leurs préférences et leurs attentes, et de façonner chaque détail en conséquence », explique-t-il.

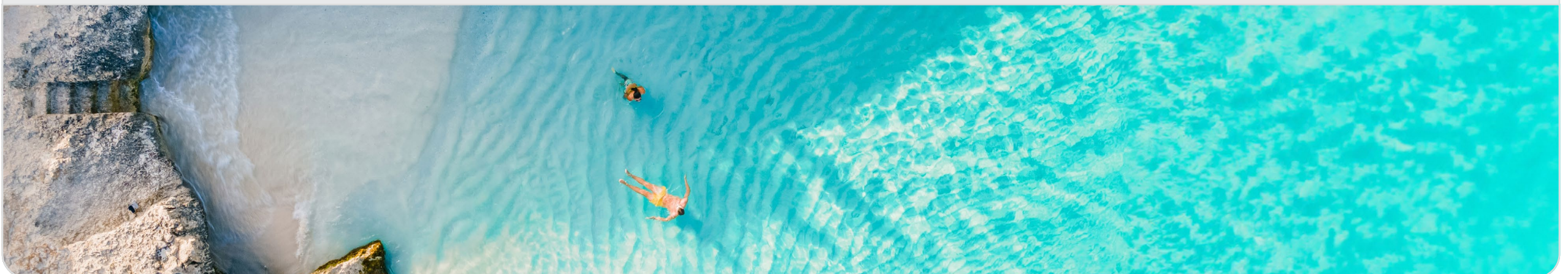
Cette évolution alimente également une demande croissante pour des hôtels de caractère, à taille humaine, où la reconnaissance du client et la qualité du service personnalisé conservent toute leur valeur. Les voyageurs privilégient désormais des lieux perçus comme authentiques et exclusifs, plutôt que simplement « premium ».

La tendance s'observe aussi dans l'univers des événements à destination des dirigeants, avec une appétence marquée pour des formats plus confidentiels et d'exception, comme le souligne Lucy Tomkins, Global Elite Events & Experiences Lead chez Reed & Mackay.

« Ce que nous voyons émerger, c'est le désir d'événements profondément personnels, organisés dans des destinations et des lieux encore inexplorés par nos clients ; des expériences qui offrent une authenticité réelle et un luxe non ostentatoire », précise-t-elle.

« Les clients attendent de nous une connaissance très fine de leurs préférences de voyage afin de garantir des événements véritablement uniques. ».

À l'horizon 2026, les véritables facteurs de différenciation seront la qualité des relations, la confiance, et la capacité à créer des expériences fluides et entièrement sur-mesure.



NDC : Vers une intégration renforcée

À mesure que l'adoption du NDC se généralise dans l'industrie du voyage, les TMC s'imposent comme des acteurs clés de sa réussite. Leur rôle évolue : de simples intermédiaires de réservation, elles deviennent de véritables partenaires stratégiques en matière d'intégration des contenus, d'expérience voyageur et de conformité aux politiques voyages des entreprises.

D'ici 2026, les TMC joueront un rôle encore plus déterminant pour faire le lien entre les ambitions de distribution directe des compagnies aériennes et la complexité des besoins des clients corporate.

L'une de leurs contributions majeures réside dans l'agrégation et l'harmonisation des contenus NDC de multiples transporteurs. Chaque compagnie déployant le NDC selon ses propres standards, les TMC auront pour mission de normaliser l'affichage des tarifs, des services additionnels et des parcours de réservation, afin de garantir une expérience cohérente et exploitable, tant pour les travel managers que pour les voyageurs. Cela nécessite des investissements importants dans les plateformes technologiques et les connexions API I, ainsi qu'une collaboration étroite avec les GDS et les partenaires aériens.

À mesure que les offres NDC continuent d'évoluer, les TMC accompagneront également une intégration toujours plus poussée de ces contenus au sein de leurs outils de réservation, de reporting et de gestion des notes de frais.

« Reed & Mackay continue de faire du développement du NDC une priorité à l'échelle mondiale, en s'appuyant sur nos propres outils de réservation, à destination des agents comme des clients », explique Richard Lindsay, Senior Director Air Partnerships chez Reed & Mackay. « À ce stade, nous avons déjà réalisé des avancées significatives avec plusieurs compagnies aériennes clés. À l'approche de 2026, nous allons étendre notre feuille de route NDC afin d'intégrer davantage de transporteurs et garantir à nos clients l'accès à l'offre de contenu la plus large possible. »



Le rail dans le voyage d'affaires : Un choix stratégique ?

En 2026, le train s'impose comme un acteur central du paysage du voyage d'affaires, porté par les investissements dans les infrastructures, les objectifs de durabilité et l'évolution des attentes des voyageurs..

La Commission européenne a lancé un plan ambitieux visant à accélérer le développement de la grande vitesse ferroviaire à l'échelle du continent³, avec pour objectif de réduire jusqu'à de moitié les temps de trajet sur les axes les plus fréquentés. À titre d'exemple, le trajet Berlin-Copenhague passera de sept à quatre heures d'ici 2030. D'ici 2035, Sofia et Athènes ne seront plus qu'à six heures de train l'une de l'autre, tandis que de nouvelles liaisons transfrontalières relieront les pays baltes et permettront de voyager de Paris à Lisbonne via Madrid.

Aux États-Unis, Amtrak investit également dans de nouvelles rames pour le corridor Nord-Est et les lignes régionales soutenues par les États. Le déploiement débutera en 2026 avec Amtrak Cascades, qui verra la mise en service de 83 nouvelles rames⁴. Ces trains offriront des améliorations significatives en matière de sécurité, de confort, de fiabilité et de performance environnementale, faisant du rail une alternative crédible et attractive pour les déplacements professionnels.

Au Royaume-Uni, Jake Swithenbank, Senior Rail Supplier Relations Manager chez Reed & Mackay, souligne que le déploiement en cours de Great British Railways, marqué par le transfert progressif des services ferroviaires sous contrôle public, constitue la transformation la plus importante du rail britannique depuis 30 ans, avec des effets majeurs attendus tout au long de l'année 2026.





La capacité ferroviaire connaît également une forte progression. À titre d'exemple, l'ajout de 16 000 sièges supplémentaires par jour sur la East Coast Main Line⁵, ainsi que l'accélération des liaisons Londres-Édimbourg⁶, renforcent la crédibilité du rail comme alternative aux vols court-courriers. De son côté, CrossCountry améliore la connectivité régionale⁷ grâce à de nouveaux services et à la modernisation de sa flotte, tandis que le Caledonian Sleeper inaugurera un nouvel arrêt à Birmingham International⁸, ouvrant dès janvier 2026 des liaisons nocturnes directes entre les Midlands et les Highlands écossais.

Malgré des tensions persistantes sur les tarifs, les voyageurs d'affaires peuvent générer davantage de valeur grâce à l'accompagnement de leur TMC. Des innovations telles que la billetterie fractionnée ou l'analyse des schémas de dépenses permettent aux entreprises de réaliser des économies et d'optimiser les comportements de déplacement. « Les Millennials et la génération Z sont à l'avant-garde de cette évolution, attirés par l'empreinte carbone plus faible du rail », souligne Jake Swithenbank. « Voyager en train entre l'Écosse et Londres génère près de 90 % d'émissions de CO₂ en moins qu'un trajet aérien⁹. En 2026, le rail n'est plus seulement un mode de transport : il devient un choix stratégique pour les entreprises qui placent la réduction des coûts, le bien-être des voyageurs et l'impact environnemental au coeur de leurs priorités. ».

« Les voyageurs apprécient également la possibilité de disposer d'un temps de travail continu et productif à bord du train, plutôt que de le perdre dans les files d'attente des aéroports pour les contrôles de sécurité, l'embarquement, l'immigration ou la récupération des bagages. Grâce à une connexion Wi-Fi de plus en plus fiable, les passagers peuvent travailler confortablement, s'installer librement et accomplir davantage de travail qu'en avion. Cet avantage est aujourd'hui perçu comme équivalent, voire supérieur, aux bénéfices environnementaux du rail. ».

Durabilité :

Un levier de transformation durable du voyage d'affaires

La durabilité est désormais un pilier des stratégies de voyage d'affaires, portée par les engagements ESG, les cadres réglementaires et les attentes des parties prenantes. Les entreprises intègrent de plus en plus des budgets carbone au même titre que les budgets financiers, en privilégiant les options de déplacement à faibles émissions et en examinant systématiquement la nécessité de chaque déplacement.

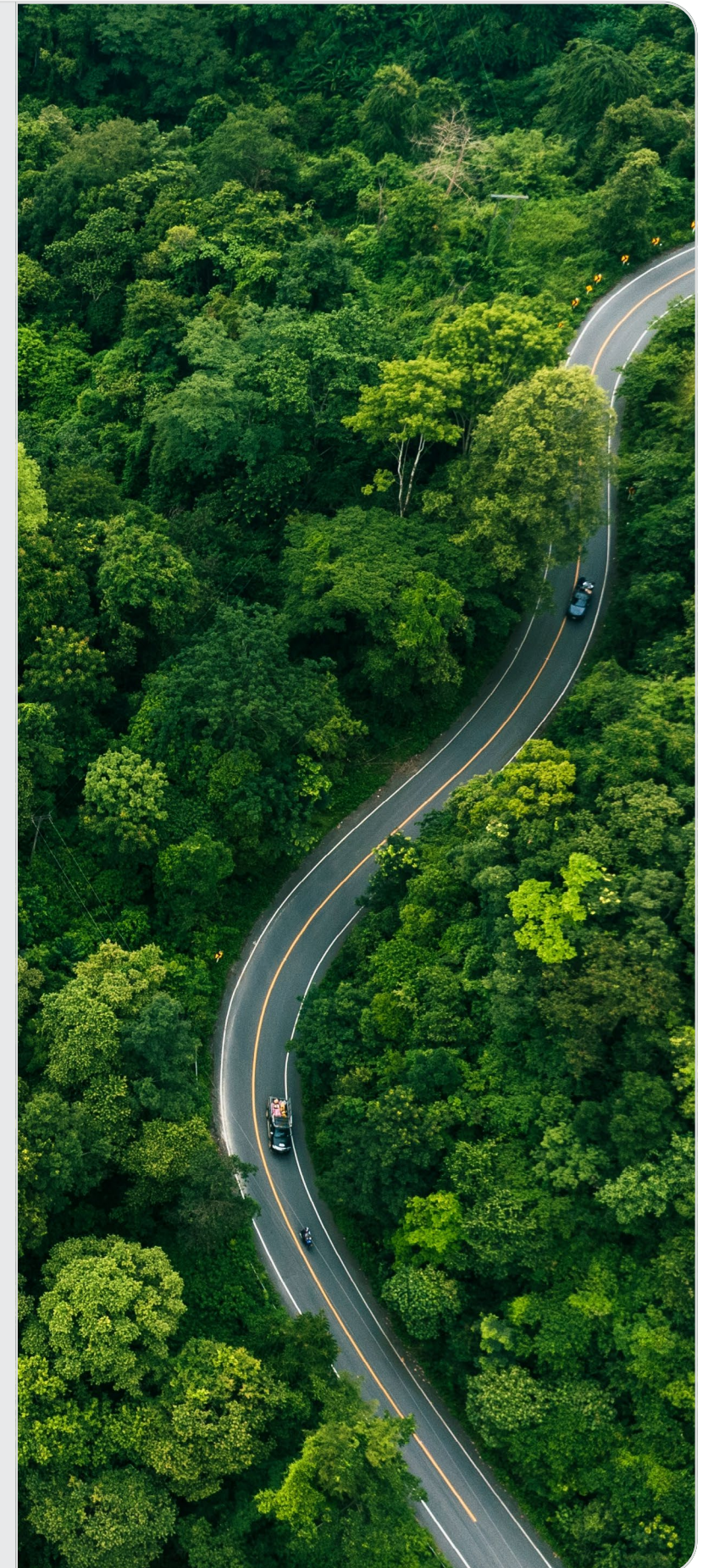
Les travel managers disposent aujourd'hui de leviers concrets, comme la sélection de compagnies aériennes sur la base de critères de durabilité vérifiés comme les performance CO₂, l'utilisation de carburants d'aviation durables (SAF) et autres initiatives environnementales. Ils peuvent également s'appuyer sur des hôtels certifiés écoresponsables et sur des prestataires de transport terrestre proposant des flottes électriques ou à faibles émissions.

La technologie continue de jouer un rôle clé, notamment grâce aux outils de suivi des émissions et à des dispositifs de reporting spécialisés¹⁰, permettant aux organisations d'aligner plus finement leurs décisions de voyage avec leurs objectifs environnementaux globaux.

En 2026, l'engagement des collaborateurs devrait devenir un élément central des programmes de voyage durable, selon Christopher Truss, Global Sustainability Director chez Reed & Mackay.

« La durabilité reste un sujet majeur d'engagement entre Reed & Mackay et ses clients », explique-t-il, « avec une attention particulière portée à l'amélioration des résultats et de la performance globale. Il est essentiel de reconnaître collectivement les défis systémiques qui subsistent et qui, s'ils étaient résolus, amélioreraient la qualité de l'information et la capacité de prise de décision des clients. Nous nous réjouissons de poursuivre notre collaboration avec l'ensemble de l'écosystème afin d'apporter davantage de transparence, de visibilité et de choix à nos clients. »

À l'horizon 2026, des interrogations demeurent quant à l'émergence d'un cadre mondial standardisé pour les données et le reporting des émissions. Malgré des avancées notables, la mise en place de référentiels universels permettant aux entreprises de mesurer et de comparer leurs performances de manière cohérente pourrait rester un défi structurel, plutôt qu'une réalité pleinement acquise à court terme.





Bleisure : Vers un incontournable des politiques voyages ?

Le bleisure, ces déplacements professionnels prolongés par du temps personnel, deviendra-t-il une composante standard des programmes de voyages d'affaires à l'échelle mondiale en 2026 ?

Les chiffres confirment cette tendance. Selon la GBTA, 43 % des programmes de voyages disposent déjà d'une politique bleisure formalisée, contribuant à la satisfaction des collaborateurs et à l'équilibre entre vie professionnelle et vie personnelle¹¹. Par ailleurs, le marché mondial du bleisure représente déjà 816,24 milliards de dollars en 2025 et devrait atteindre 961,78 milliards de dollars en 2026¹².

Avec la généralisation des modèles de travail hybrides et des agendas plus flexibles, la combinaison du temps professionnel et personnel transforme les déplacements d'affaires en expériences plus riches et plus épanouissantes. Les entreprises reconnaissent également la valeur du bleisure comme levier de satisfaction, de fidélisation et de productivité des collaborateurs.

Navan, notre maison mère, a ainsi constaté que 54 % des voyageurs d'affaires ont effectué au moins deux déplacements mêlant travail et loisirs en 2024¹³. La dynamique devrait se poursuivre, puisque 89 % des voyageurs d'affaires expriment le souhait de prolonger leur prochain déplacement professionnel par du temps personnel¹⁴. Cette frontière de plus en plus floue entre travail et loisirs redéfinit la manière dont les voyageurs utilisent et valorisent leurs temps libres.

Cette évolution s'inscrit plus largement dans les tendances de personnalisation et de bien-être, les voyages bleisure intégrant souvent des expériences culturelles, des activités liées au bien-être et des choix plus durables. Pour autant, les entreprises devront continuer à composer avec certains enjeux, notamment en matière de protection et d'assurance, d'implications fiscales et de conformité aux politiques voyages.

Diversité, équité et inclusion : Rendre le voyage d'affaires accessible à tous

Malgré les progrès réalisés en matière d'inclusion en entreprise, le voyage d'affaires reste encore loin d'être pleinement accessible pour de nombreux collaborateurs en situation de handicap. Le rapport Disability Inclusion @Work de Deloitte¹⁵ avait déjà mis en lumière ce défi en 2024, et près de deux ans plus tard, la situation reste perfectible.

« L'accessibilité des déplacements professionnels reste insuffisante, en raison de politiques de diversité, d'équité et d'inclusion fragmentées au sein des entreprises et de barrières structurelles persistantes dans l'ensemble de l'industrie », explique Mark Hipkiss, Operations Business Lead chez Reed & Mackay et défenseur de l'inclusion des personnes en situation de handicap.

La bonne nouvelle ? Une dynamique se crée. Les instances professionnelles et les fournisseurs prennent des mesures pour intégrer les principes DEI dans les programmes de voyage.

Cadre pour agir :

L'Institute of Travel Management (ITM) au Royaume-Uni a mis en place un cadre DEI¹⁶ destiné à aider les travel managers à intégrer l'accessibilité dans leurs politiques, en mettant l'accent sur la responsabilité des fournisseurs et l'évaluation d'impact mesurable.

Outils pratiques :

La Global Business Travel Association (GBTA) propose un Accessibility Toolkit¹⁷ et soutient les initiatives DEI à travers sa fondation, apportant un appui concret aux responsables de programmes globaux.

Engagements fournisseurs :

Les chaînes hôtelières comme Marriott, Hilton et IHG poursuivent leurs investissements dans des services et des infrastructures inclusives¹⁸, tandis que les compagnies aériennes développent de meilleurs protocoles d'assistance et des options de réservation adaptées aux besoins spécifiques des voyageurs.

Bien que ces avancées témoignent de progrès, le chemin reste long. En 2026, l'enjeu sera de traduire les politiques en actions concrètes, afin de répondre aux besoins de chaque voyageur.

Les travailleurs nomades : Redéfinir travail et déplacements

La tendance mondiale du travail nomade redessine la manière dont les organisations envisagent le talent et le voyage. Aux États-Unis, 18,1 millions de personnes se déclarent désormais « digital nomads »¹⁹, soit une hausse de 4,7 % en un an, et plus de 40 millions de personnes dans le monde adoptent ce mode de travail²⁰, selon Business Travel News Europe. La tendance est désormais bien établie.

Pour attirer et fidéliser les meilleurs talents, les entreprises qui adoptent un modèle hybride capable de soutenir les modes de vie nomades y voient un avantage stratégique. Les équipes RH et voyages collaborent pour créer des politiques de déplacement flexibles, conciliant modes de vie nomades et respect des obligations légales : fiscalité, visas et duty of care. Les abonnements à des espaces de coworking, les visas pour digital nomads et les hubs régionaux deviennent des prestations standard, permettant aux collaborateurs de travailler depuis plusieurs pays sans sacrifier productivité ni connectivité.

Cette évolution introduit néanmoins de nouvelles complexités. Maintenir la cohésion d'équipe et la culture d'entreprise à l'international nécessite une

conception réfléchie : réunions en présentiel régulières, activités de teambuilding virtuelles et normes de communication claires. Les risques cyber augmentent, les collaborateurs accédant à des données sensibles depuis des réseaux et dispositifs variés, ce qui impose des protocoles de sécurité et des formations renforcés.

En 2026, la montée en puissance du travailleur nomade pourrait pousser les entreprises à trouver le juste équilibre entre liberté, sécurité et lien social dans un environnement de travail sans frontières.





Ressources :

1. [Global Business Travel Spending to Reach \\$1.57 Trillion in 2025 Amid Trade Policy Uncertainty and Economic Risk, According to New GBTA Forecast - Global Business Travel Association - GBTA](#)
2. [Corporate travel air fares in 2026 - what travel managers will need to know | Reed & Mackay](#)
3. [Commission launches plan to accelerate high-speed rail across Europe - Mobility and Transport](#)
4. [First Look at New Amtrak Airo Trains - Amtrak New Era](#)
5. [East Coast Main Line December 2025 timetable change - Network Rail](#)
6. [Times are Changing on the East Coast as LNER Gears Up for Timetable Transformation | LNER News](#)
7. [CrossCountry confirms May 2025 timetable change | CrossCountry Trains](#)
8. [Birmingham | Caledonian Sleeper |](#)
9. [Why fly to London when the train emits 90% less carbon? - Transform Scotland](#)
10. [Sustainability | Reed & Mackay](#)
11. [Business Travel Optimism Rebounds as Evolving Patterns, Policies and Technologies Shape the Industry, According to Latest GBTA Poll - Global Business Travel Association - GBTA](#)
12. [Bleisure Travel Market Size to Hit USD 3,573.74 Billion by 2034](#)
13. [Bleisure Travel Statistics and Trends: What to Know in 2025](#)
14. [50 Bleisure Travel Statistics for 2026](#)
15. [Disability Inclusion @ Work 2024 A Global Outlook](#)
16. [ITM Inclusive Travel Programme Guide](#)
17. [GBTA Accessibility Toolkit - GBTA Hub](#)
18. [Travel And Hospitality Companies That Are Still Committed To DEI - Travel Noire](#)
19. [2025 Digital Nomads Trends Report: A Niche Workforce Becomes Mainstream - MBO Partners](#)
20. [The rise and rise of the digital nomad | Business Travel News Europe](#)



REED & MACKAY
A Navan Company

Merci d'avoir lu notre
rapport sur les tendances du
voyage d'affaires en 2026.

Envie d'en savoir plus sur notre accompagnement en matière de voyage d'affaires
et d'organisation d'événements ?

Contactez-nous à l'adresse : contact.fr@reedmackay.com

