|  |
| --- |
| Informacja prasowa |
|  |
| Warszawa, 1 sierpnia 2022 |

*Masters of Travel: mniej delegacji i zrównoważony rozwój –*

*debata o biznesowych wyjazdach*

**Ideą corocznej rady „Masters of Travel” organizowanej przez Accor, wiodącą grupę hotelową na świecie, jest współpraca z liderami branży na temat sektora w nowej rzeczywistości. W tym roku przedstawiciele 10 europejskich gospodarek debatowali nad wagą zrównoważonego rozwoju i wellbeing w kontekście podróży służbowych. Zdaniem ekspertów dzisiaj wyjazdy muszą mieć istotne uzasadnienie w kontekście wpływu na środowisko naturalne, z tego względu ich liczba może ograniczyć się do wyłącznie kluczowych delegacji.**

Jak przewiduje **Sophie Hulgard, Senior Vice President Sales Northern Europe w Accor**, w 2022 roku odbędzie o 20 proc. mniej wyjazdów biznesowych niż w 2019. Choć niektórzy uczestnicy „Masters of Travel” sądzą, że ten wskaźnik sięgnie 50 proc. Eksperci podkreślają, że za taką redukcję odpowiada szeroka digitalizacja, która zastępuje potrzebę delegacji i organizowania bezpośrednich spotkań biznesowych.

Jednak badania zlecone przez Accor wykazały, że przedsiębiorcy wciąż widzą duże znaczenie spotkań twarzą w twarz, które w ich przekonaniu przekładają się na o 25 proc. większe przychody w porównaniu do rozmów on-line. Ponadto wśród korzyści bezpośrednich spotkań ankietowani wymieniają także pozytywny wpływ na samopoczucie i interakcje z partnerami, współpracownikami czy kontrahentami.

Członkowie „Masters of Travel” podkreślają, że największym priorytetem dla firm jest dzisiaj zachęcanie pracowników do bezpośrednich spotkań, w przekonaniu, że przynoszą one większą produktywność i wzrost efektów biznesowych. Wspomniane wyżej badania potwierdzają, że specjaliści przewidują zawarcie średnio o 23 proc. więcej transakcji w ciągu roku, przy spotkaniach twarzą w twarz. Jednak eksperci zauważają, że priorytety biznesowych podróży w nowej rzeczywistości znacznie zmieniły się.

**Podróże służbowe z sensem**

W post-pandemicznej rzeczywistości, gdzie troska o środowisko naturalne staje się wiodącym trendem, koszt węglowy każdego wyjazdu służbowego musi mieć swoje uzasadnienie. Jak podkreślają eksperci: *kompensacja emisji gazów cieplarnianych już nie wystarcza, dlatego partnerzy muszą udowodnić, że aktywnie zmniejszają swój ślad węglowy*. Dlatego wirtualne spotkania stanowią dziś dużą wartość dla biznesu, a delegacje czy bezpośrednie rozmowy muszą znajdować uzasadnienie względem rzeczywistego wpływu na środowisko naturalne. Wobec tego można spodziewać się, że w 2023 roku zamiast budżetu finansowego biznes częściej będzie skupiał się na budżecie węglowym.

Jednym z pozytywnych skutków pandemii jest powstanie trendu świadomego podróżowania („mindful travel”), zgodnie z którym priorytetem staje się cel zawodowy, ekonomiczny, środowiskowy i osobisty wyjazdu. Wśród sposobów, w jakie pracodawcy nadają znaczenie podróżom służbowym, można znaleźć:

* **Porównywanie ofert hotelowych i transportowych przy użyciu kalkulatorów emisji dwutlenku węgla**, dzięki czemu rośnie świadomość kosztów środowiskowych związanych z podróżami. Narzędzia takie jak kalkulator udostępniany przez Accor pokazują wpływ różnych czynników na proces planowania wyjazdu.
* **Promowanie dłuższych pobytów w hotelach**, nawet jeśli oznacza to „bleisure”, czyli łączenie pracy z wypoczynkiem. Według jednego z uczestników debaty zorganizowanej przez Accor *spotkanie z czterema lub pięcioma klientami zamiast z jednym lub dwoma oznacza mniej podróży, a za razem obniżenie emisji dwutlenku węgla*. Co dziesiąta osoba planuje przedłużyć swój wyjazd dzięki możliwości pracy zdalnej zagranicą, a połowa respondentów z badania Accor docenia elastyczność, jaką niesie praca z dowolnego miejsca, co wpływa na poprawę wizerunku pracodawcy.
* **Oczekiwanie przestrzegania najwyższych standardów zrównoważonego rozwoju i brak akceptacji dla „green washingu”**. Uczestnicy debaty podkreślali, że dziś biznes zwraca szczególną uwagę na konkretny program ekologiczny i plany oparte na zrównoważonym rozwoju.
* **Zachęcanie branży hotelarskiej do promowania świadomych podróży** oraz wspierania biznesu w bardziej zrównoważonych wyborach dzięki wyraźnej informacji o rzeczywistym wpływie podróży i pobytu na środowisko w postaci np. prezentowania śladu węglowego.
* **Prezentowanie referencji partnerów** nie tylko z zakresu zrównoważonego rozwoju, ale także etyki biznesu, odpowiedzialnej turystyki, zaangażowania społecznego, różnorodności i inkluzywności.
* **Zwracanie uwagi na wpływ podróży na samopoczucie, zdrowie psychiczne i satysfakcję pracowników -** badania Accor wykazały, że 47 proc. osób tęskni za interakcją ze współpracownikami.

Podczas „Masters of Travel” eksperci podkreślili zmianę pokoleniową w zakresie delegacji, której przejawem jest przykładanie mniejszej wagi do wyższego standardu obiektu. Na znaczeniu zyskują programy lojalnościowe, takie jak ALL – Accor Live Limitless, które gwarantują nie tylko sam pobyt, ale i doświadczenia wykraczające poza hotel, dostarczające dodatkowe przeżycia.

*W związku z pojawieniem się wirtualnych narzędzi, liczba spotkań biznesowych może zmaleć nawet o 20 proc. Wiele firm przekonało się, że część z tych spotkań nie jest konieczna. W efekcie obserwujemy wzrost świadomości w zakresie wyjazdów, a przedsiębiorcy skupiają się na tylko kluczowych delegacjach biznesowych* – podsumowuje **Sophie Hulgard, Senior Vice President Sales Northern Europe w Accor**. *– Wyjazdy służbowe dają możliwość nawiązywania prawdziwych kontaktów, a wraz z nimi niosą niezwykłą siłę i wartość – nie tylko dla biznesu, ale poprawy satysfakcji i samopoczucia pracowników, co przekłada się na ich lojalność wobec pracodawców. Dzisiaj przed biznesem stoi kluczowe wyzwanie planowania delegacji w sposób zrównoważony z myślą o pracownikach, ale i środowisku.*

Accor zobowiązał się do popularyzowania postawy niskoemisyjnej w całej grupie oraz wśród partnerów, opracowując i wdrażając odpowiednie rozwiązania m.in. w obszarze emisji gazów cieplarnianych i ograniczania odpadów żywnościowych.

W marcu 2021 roku Accor stał się pierwszą dużą międzynarodową grupą hotelarską, która wyznaczyła długoterminowe, oparte na badaniach naukowych cele w zakresie redukcji emisji dwutlenku węgla zgodnie z wytycznymi Porozumienia Paryskiego. W listopadzie 2021 roku, podczas szczytu klimatycznego COP26, grupa zobowiązała się ponadto do osiągnięcia zerowej emisji netto do 2050 roku jako pierwsza międzynarodowa sieć hotelowa. 4 listopada 2021 roku Accor podpisał Deklarację z Glasgow w kwestii działań na rzecz ochrony klimatu w turystyce, zainicjowaną przez Światową Organizację Turystyki ONZ (UNTWO). Zobowiązania te opierają się na dziesięcioletniej pracy u podstaw w obszarze zrównoważonego rozwoju w ramach pionierskiej inicjatywy Planet 21, którą Accor zapoczątkował w 2011 roku.

Pełny raport „Business of Travel” przygotowany przez Accor dostępny jest pod linkiem:

<https://accornortherneuropetrends.com/businessoftravel>

# # #

## O ACCOR

Accor jest wiodącą grupą hotelarską na świecie oferującą gościom wyjątkowe i niezapomniane wrażenia w ponad 5 300 obiektach oraz 10 000 obiektach gastronomicznych w 110 krajach. Grupa dysponuje jednym z najbardziej zróżnicowanych i w pełni zintegrowanych ekosystemów hotelarskich obejmujących szerokie portfolio ponad 40 marek segmentu luxury, premium, midscale i economy. Wyjątkowe i unikalne doświadczenia uzupełnia oferta rozrywkowa, bary i restauracje, markowe rezydencje prywatne, współdzielone obiekty noclegowe, consierge, przestrzenie co-workingowe i wiele innych. Niezrównaną pozycję Accor w sektorze lifestylowym – jednej z najszybciej rozwijających się kategorii w branży – gwarantuje Ennismore, kreatywna firma hotelarska z wywodzącą się z kultury i lokalnych społeczności z bogatym portfolio przedsiębiorczych i własnych marek z jasno określonym celem. Accor wyróżnia się niezastąpionym portfolio charakterystycznych marek i zespołem liczącym ponad 230 000 osób na całym świecie. Dodatkowo Grupa oferuje wszechstronny lifestylowy program lojalnościowy ALL - Accor Live Limitless, który jako codzienny towarzysz hotelowych gości pozwala na wzbogacenie pobytu o dodatkową wartość i przeżycia związane z szeroką gamą benefitów, usług i doświadczeń. Poprzez globalne zobowiązania do zrównoważonego rozwoju (takie jak osiągnięcie zerowej emisji dwutlenku węgla netto do 2050 r., eliminacja jednorazowych tworzyw sztucznych w kontakcie z gośćmi na całym świecie itp.) oraz inicjatywy Accor Solidarity, RiiSE i ALL Heartist Fund, grupa koncentruje się na generowaniu pozytywnych działań i wpływu poprzez promowanie etycznego biznesu, zrównoważonego rozwoju, ochrony środowiska, odpowiedzialnego hotelarstwa, zaangażowania społecznego, różnorodności i inkluzyjności. Założona w 1967 roku spółka Accor SA jest notowana na paryskiej giełdzie Euronext (kod ISIN: FR0000120404) oraz na rynku OTC (kod ACRFY) w Stanach Zjednoczonych. Więcej informacji na stronie: group.accor.com. Zapraszamy do polubienia strony Accor na Facebooku oraz do śledzenia na Twitter, Facebook, LinkedIn i Instagram.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Kontakt dla mediów | | |
|  | | |
| **Agnieszka Kalinowska**  Senior Manager Media Relations & PR Poland & Eastern Europe  [Agnieszka.KALINOWSKA@accor.com](mailto:Agnieszka.KALINOWSKA@accor.com) |  |
|  | | |

|  |
| --- |
|  |