

Communiqué de presse



Le volume d'affaires et les nouvelles ventes de Carlson Wagonlit Travel ont atteint un niveau historique en 2007

- Un volume d'affaires en hausse de 30 %, à 25,5 milliards de dollars US
- Des nouvelles ventes (hors renouvellements de contrats) en hausse de 55 %, à 3 milliards de dollars US

PARIS, le 14 février 2008 — Carlson Wagonlit Travel (CWT), le leader mondial de la gestion des voyages d'affaires, annonce avoir réalisé une croissance importante en 2007. CWT annonce aussi des progrès significatifs et des innovations dans ses quatre lignes de services.

Le volume d'affaires total de CWT a atteint 25,5 milliards de dollars US¹ en 2007, soit une augmentation de 30 % par rapport à 2006. La croissance a été particulièrement soutenue aux États-Unis, (+ 45 %), en Australie (+ 42 %), à Singapour (+ 40 %), en Russie (+ 38 %), en Chine (+ 31 %), au Royaume-Uni (+ 28 %) et en Inde (+ 22 %).

CWT a également annoncé un montant record de nouvelles ventes annualisées qui, hors renouvellements de contrats, s'élèvent à plus de 3 milliards de dollars US en 2007. Ce chiffre représente une hausse de 55 % par rapport à l'année précédente. Les clients globaux et nationaux de CWT proviennent d'horizons diversifiés, qu'il s'agisse d'entreprises, d'administrations ou d'organisations non gouvernementales. CWT compte notamment parmi ses nouveaux clients l'American Red Cross, BASF, Campbell Soup Company, Continental, HM Revenue and Customs (au Royaume-Uni), KONE, Merrill Corporation, le département américain de la Justice, l'administration américaine de la Sécurité sociale et VF Corporation.

CWT a par ailleurs réalisé d'importants progrès dans l'intégration de Navigant, société de gestion des voyages d'affaires acquise en août 2006 : l'équipe dirigeante de CWT Amérique du Nord combine aujourd'hui les talents de Navigant et de CWT ; les clients bénéficient désormais des meilleurs produits des deux entreprises ; enfin, CWT a permis à plusieurs clients servis précédemment par Navigant de consolider leur programme de voyages au niveau global – à l'instar de Johnson Controls, Marathon Oil et Transocean/Global Santa Fe.

Durant l'année écoulée, CWT a poursuivi sa stratégie d'acquisitions ciblées. L'entreprise a ainsi réalisé l'acquisition de Preferred Travel aux États-Unis, de Polo Viaggi en Italie et Ark Travel en Suède. CWT est aussi devenu l'actionnaire majoritaire de sa joint-venture en Inde.

« Carlson Wagonlit Travel a connu une année 2007 marquante, a déclaré Hubert Joly, président et directeur général. J'attribue notre position de leader sur ce marché à la fois à notre stratégie focalisée sur les voyages d'affaires et au développement de nouveaux services, et ce particulièrement dans le domaine de la gestion et de l'optimisation de programme, où nous aidons nos clients à réaliser des économies tangibles tout en renforçant la valeur d'ensemble de leur programme de voyages. »

¹ Ce total inclut le volume d'affaires réalisé par les filiales à 100 % et les joint-ventures. Hors joint-ventures, le volume d'affaires de CWT s'élève à 24,5 milliards de dollars US. Ces chiffres n'intègrent pas Carlson leisure.

Des progrès significatifs dans les quatre lignes de services

CWT a continué de renforcer son offre dans ses quatre lignes de services, permettant aux organisations et à leurs voyageurs de mieux gérer les complexités et les exigences relatives au voyage d'affaires.

1. **Services aux voyageurs et gestion des transactions.** CWT, qui est à la fois développeur et intégrateur d'outils de réservation en ligne du marché, a continué en 2007 à favoriser l'adoption du *online* par ses clients. Alors que le taux de réservation en ligne aux États-Unis se situe à environ 41 %, ce taux a progressé pour atteindre environ 30 % au Japon et en Australie, 14 % en Chine, et 11 % en Europe (où les transactions en ligne ont enregistré une croissance de 45 % par rapport à 2006).

En 2007, *CWT Portal*, le point d'entrée unique par lequel les gestionnaires de voyages et les voyageurs accèdent aux services en ligne de CWT, a été enrichi. En effet, CWT a renforcé le contenu et les fonctionnalités de son portail global – disponible en 11 langues – pour favoriser le respect de la politique voyages et accroître la productivité. Sept outils de réservation en ligne et une douzaine d'outils CWT en ligne ont été intégrés au portail. La navigation sur *CWT Portal* a aussi bénéficié de fortes améliorations. L'édition de messages aux voyageurs a été simplifiée. Les gestionnaires de voyages peuvent ainsi mettre à jour plus facilement leur politique voyages et/ou personnaliser l'information pour cibler différentes audiences. Pour leur part, les voyageurs ont désormais un accès immédiat aux alertes santé/sécurité et à toute l'information concernant leur destination. Ils peuvent en outre s'enregistrer pour recevoir des alertes – indiquant les retards ou les annulations de vols – par courriel ou SMS.

CWT a poursuivi le déploiement de la technologie VoIP (*Voice over Internet Protocol*, voix sur réseau IP) pour renforcer l'efficacité, la flexibilité, et le contrôle de la performance dans son réseau de plateaux d'affaires. L'entreprise a également mis en place trois nouveaux centres régionaux, au Canada, en Inde et en Pologne, pour servir certains clients globaux.

Sur l'exercice 2007, le volume des réservations hôtelières de CWT a atteint 3,6 milliards de dollars US, soit une hausse pro-forma de 19 % par rapport à l'exercice précédent. De plus en plus de clients reconnaissent qu'intégrer les dépenses hôtelières dans leur programme géré est un moyen de renforcer les économies et de faciliter la localisation des voyageurs en cas d'urgence. Une étude comparative approfondie² portant sur les canaux de réservation hôtelière a montré que CWT était le canal le plus compétitif en termes de prix. Afin d'accroître l'efficacité de ses opérations, CWT a établi des centres dédiés aux réservations hôtelières en France, en Italie et au Royaume-Uni. Par ailleurs, *CWT HARP*, la base de données hôtelières de l'entreprise, dispose aujourd'hui de plus de 160 000 références, ce qui en fait la plus grande ressource en son genre parmi les spécialistes de la gestion des voyages d'affaires.

2. **Optimisation de programme.** CWT a lancé en avril 2007 le *CWT Program Management Center* – qui a été récemment récompensé. Depuis son lancement, le *CWT Program Management Center* a été adopté par plus de 13 000 professionnels de la gestion des voyages dans près de 100 pays, leur permettant ainsi de simplifier, hiérarchiser et optimiser la gestion de leur programme. Ce portail multilingue et

² Les canaux de réservations étudiés sont : CWT, les appels directs aux hôtels, les sites Internet hôteliers, et les intermédiaires Internet Expedia.com, Travelocity.com, HRS.com, Hotel.com, et Kayak.com. Au total, 262 demandes de prix ont été faites, pour 47 hôtels, dans 25 villes et 19 pays. Toutes les demandes ont été faites le même jour via chaque canal de réservation et dans des conditions identiques (longueur du séjour et petit-déjeuner compris, par exemple).

multidevise offre aux gestionnaires de voyages et aux professionnels des achats un accès facile à toute l'information et à tous les indicateurs de performance dont ils ont besoin pour optimiser leur programme de voyages. Il propose parmi ses principales fonctionnalités des tableaux de bord personnalisables ; une option zoom permettant d'obtenir des données et rapports sur un périmètre géographique (au niveau global, régional ou national) ou organisationnel (au niveau de l'entreprise, des centres de profit, des départements, des voyageurs) ; la possibilité de mesurer les émissions de CO₂ ; des alertes de voyages (santé et sécurité) ; et une carte interactive pour localiser les voyageurs en cas d'urgence. Représentant les meilleures fonctionnalités aujourd'hui disponibles sur le marché, le *CWT Program Management Center* a récemment remporté un Prix de l'Innovation, lors du *Business Travel Show 2008* qui s'est tenu à Londres.

Pour favoriser le respect de la politique voyages, le produit *CWT Policy Messenger* a été intégré au *CWT Program Management Center* : il permet aux gestionnaires de voyages d'identifier les voyageurs ne respectant pas la politique voyages de leur entreprise et de communiquer avec eux. De plus, le CWT Travel Management Institute a conduit une recherche approfondie pour aider les clients à améliorer leur politique voyages et en accroître le respect. Les résultats de l'étude seront présentés dans *Jouer le jeu : optimiser la politique voyages et son respect*, qui sera publié en mars prochain.

Enfin, CWT a complété sa gamme de services en matière d'optimisation de programme en y ajoutant en 2007 deux nouveaux secteurs : le transport terrestre, et les réunions et événements.

3. **Sécurité.** Durant l'année écoulée, CWT a activé sa procédure de gestion de crise 23 fois. À chaque fois, l'information concernant un possible danger pouvant affecter la vie des voyageurs servis par CWT a été envoyée aux clients et à leur contact CWT de par le monde.
4. **Réunions et événements.** CWT a augmenté le volume d'affaires de son activité « Réunions et événements » à 400 millions de dollars US – représentant une hausse de 26 % par rapport à l'année précédente. L'équipe de « CWT Meetings & Events » aux États-Unis a été renforcée pour soutenir de manière plus efficace les efforts des clients globaux et multinationaux.

Perspectives pour l'avenir

CWT a commencé à mettre en place son nouveau plan de développement à trois ans, baptisé *CWT 2010*. L'entreprise a identifié sept priorités clés pour mieux répondre aux besoins des clients et renforcer sa position de leader mondial :

- Poursuivre la croissance organique sur tous les segments de clientèle et dans toutes les régions du monde
- Augmenter les réservations hôtelières
- Développer l'activité « Réunions et événements »
- Accroître l'efficacité et l'homogénéité du service client
- Développer les services en matière d'optimisation de programme
- Développer les services aux fournisseurs
- Poursuivre un programme ciblé d'acquisitions

Durant l'année 2008, CWT va continuer de développer des produits et services innovants, en ligne avec sa stratégie à trois ans. Par exemple, l'entreprise va lancer dans les prochains mois un itinéraire de voyages interactif qui intègre des informations encore plus pertinentes et d'un accès plus facile pour les voyageurs. CWT va également

continuer à développer ses services mobiles ; ajouter de nouvelles fonctionnalités au *CWT Program Management Center* ; et renforcer ses services en matière de respect de la politique voyages, avec notamment le reporting des données cartes de crédit.

« CWT n'a jamais été aussi solide. Nos collaborateurs sont tournés vers la satisfaction du client, nos clients apprécient la valeur de nos produits et services, et notre équipe de direction est de premier plan. CWT est bien positionné pour l'avenir », a déclaré Hubert Joly, en commentant ce plan à trois ans.

À propos de Carlson Wagonlit Travel

Carlson Wagonlit Travel (CWT) est un leader mondial spécialisé dans la gestion des voyages d'affaires. Présent dans plus de 150 pays, CWT sert les entreprises de toutes tailles ainsi que les administrations et les organisations non gouvernementales. En s'appuyant sur l'expertise de ses équipes et des technologies de pointe, CWT aide ses clients à dégager une meilleure valeur de leur programme de voyages en termes d'économies, de service et de sécurité, et fournit à leurs voyageurs un service et une assistance de qualité. Les services et solutions de CWT sont organisés en quatre lignes : Services aux voyageurs et gestion des transactions, Optimisation de programme, Sécurité, Réunions et événements. CWT emploie 22 000 personnes dans le monde. En 2006, son volume d'affaires pro-forma a atteint 20,5 milliards de dollars US pour ses filiales à 100 % et ses joint-ventures. Pour plus d'information, veuillez visiter le site www.carlsonwagonlit.com.

Contact médias :

Carlson Wagonlit Travel
Kim Derderian
Tél. : +33 (0)1 41 33 60 44
Mobile : +33 (0)6 03 07 69 92
kderderian@carlsonwagonlit.com

