

Ottime performance nel 2008 per Carlson Wagonlit Travel

- *Il volume d'affari ha raggiunto 27,8 miliardi di dollari, con una crescita del 7%*
- *Le nuove vendite si sono attestate a 2,4 miliardi di dollari*

MILANO, 10 Febbraio 2009 — Gli indicatori chiave rivelano ottime performance nel 2008 per Carlson Wagonlit Travel (CWT), leader mondiale specializzato nel business travel management. La società ha inoltre migliorato in modo significativo la sua offerta di prodotti e servizi.

Il volume d'affari globale registrato da CWT attraverso le strutture di proprietà e le joint venture ammonta a 27,8 miliardi di dollari¹, con un incremento del 7% rispetto al 2007². La crescita è stata particolarmente elevata in Cina (+25%)³, Brasile (+24,5%) e Argentina (+21%). Incrementi a doppia cifra sono stati registrati anche in Indonesia (+19%), Italia (+16%), Russia (+15,5%), Singapore (+11,5%), Germania/Austria (+11%) e India (+10%). Nel Regno Unito CWT ha ottenuto risultati migliori del mercato, con un aumento del 7%. Il volume d'affari negli Stati Uniti è cresciuto del 2%, riflettendo il rallentamento dell'economia nel 2008.

Il valore annualizzato delle nuove vendite, escludendo i rinnovi contrattuali, ha raggiunto i 2,4 miliardi di dollari, grazie ai molti nuovi clienti che hanno scelto CWT per ottimizzare la gestione dei loro viaggi d'affari. Tra essi: Essilor, Hilti, Michelin e Schneider Electric. Inoltre, diversi clienti come Henkel hanno consolidato ulteriormente le loro attività travel con CWT. E il Ministero dell'Interno del Regno Unito è andato ad ampliare il novero delle istituzioni governative servite.

CWT ha ottenuto alti livelli di *client retention* (97%) nel 2008. La soddisfazione complessiva dei travel manager che rappresentano aziende globali ha raggiunto il 90%, guadagnando due punti percentuali rispetto all'anno precedente (88%).

In linea con la sua strategia di acquisizioni mirate, CWT ha rilevato sei agenzie tra Nord America ed Europa: Traveltime Services e Piedmont Travel negli Stati Uniti, CWT Madison Travel in Canada, Viajes Mapfre e Viajes Lepanto in Spagna, ed Executive Travel Group in Irlanda. La società ha inoltre acquisito il pieno controllo delle sue joint venture in Argentina e India.

Douglas Anderson, presidente e chief executive officer di CWT, ha reso onore alle performance della società in quello che è stato e continuerà ad essere un contesto economico particolarmente impegnativo: *«Bisogna riconoscere che il 2008 ha dato del filo da torcere all'industria turistica e al mondo degli affari in generale. Raramente abbiamo sperimentato in passato una tale pesante combinazione di fattori economici e finanziari che impattano a livello globale. Ciononostante, Carlson Wagonlit Travel ha migliorato le proprie performance focalizzandosi sul servizio al cliente, ampliando i*

¹ Volume d'affari effettivo a tassi di cambio correnti; comprende air, hotel e trasporti via terra.

² Il volume d'affari 2007 era pari a 26 miliardi di dollari, tenendo conto dei volumi aggiuntivi di hotel e autonoleggio in Nord America.

³ Crescita effettiva a tassi di cambio costanti per tutti i paesi elencati.

prodotti e le soluzioni offerte e bilanciando la crescita organica con le acquisizioni. Anche se il 2009 ci riserverà nuove prove, CWT continuerà a dimostrare il valore che deriva da un'efficace gestione dei viaggi d'affari. Valore che diviene ancora più importante per i nostri clienti in tempi difficili».

L'offerta di CWT si evolve

CWT ha ampliato la gamma dei suoi prodotti e servizi per rispondere alle esigenze in evoluzione della clientela e alle condizioni del mercato nel 2008. Progressi sono stati realizzati in tutte le aree.

Traveler & Transaction Services

- Un **Traveler & Transaction Services team globale**, composto di esperti nelle aree operations, IT, sviluppo prodotti e finanza, è stato creato per migliorare ulteriormente la soddisfazione dei clienti e incrementare a livello globale l'efficienza, la qualità e l'omogeneità dei processi di prenotazione e di fulfillment.
- **CWT Listens** è stato lanciato in Nord America e in tre Paesi europei (Francia, Germania e U.K.) per rilevare la soddisfazione della clientela rispetto ai servizi forniti dai business travel center. I feedback ottenuti permettono a CWT di ottimizzare le prenotazioni sia online che offline e i processi di fulfillment per migliorare la traveler experience. Oltre l'85% dei 26mila partecipanti alla survey fino ad ora hanno espresso una complessiva soddisfazione sui btc. **CWT Listens** sarà implementato in tutto il mondo nel 2009.
- Il **volume delle prenotazioni alberghiere** gestite è cresciuto del 9% anno su anno. I clienti, che stanno sempre più puntando l'attenzione sull'ottimizzazione di questa rilevante area di spesa, si rendono conto che CWT offre loro vantaggi aggiuntivi: la comodità di una prenotazione "one-stop", un più facile tracking dei viaggiatori e quindi maggiore sicurezza, nonché più elevati risparmi rispetto ai canali di prenotazione non preferenziali.

Program Optimization

- Il **CWT Program Management Center**, tool web based che offre a travel manager e direttori acquisti un facile accesso a tutte le informazioni e gli indicatori di performance necessari per ottimizzare la gestione del business travel, ha vinto il Premio Innovazione al Business Travel Show di Londra nel 2008.

L'utilizzo del **CWT Program Management Center** è cresciuto di oltre il 20% nel 2008. Sono state introdotte nuove funzionalità che aiutano le aziende a ottimizzare i costi, quali i report sui biglietti non utilizzati. Tra le priorità del 2009 vi sono ulteriori aggiornamenti che permetteranno un reporting ancora più personalizzato e dati alberghieri più approfonditi per incrementare la conformità rispetto ai fornitori preferenziali.

- In linea con gli sforzi dei clienti mirati alla riduzione dei costi, CWT ha sottolineato l'importanza della **definizione della travel policy e del suo rispetto da parte dei viaggiatori**. Il CWT Travel Management Institute ha condotto un'indagine approfondita, *Playing by the Rules: Optimizing Policy Design and Compliance*, dimostrando come l'adozione delle best practices in ciascuna di queste aree può ridurre la spesa complessiva di viaggio in media del 20%.⁴

⁴ I risultati dell'intera ricerca sono disponibili sul sito www.carlsonwagonlit.com.

Nel 2008 è stato lanciato **CWT Policy Builder** per supportare i clienti nella definizione ex novo di una travel policy efficace e facilmente comprensibile o nella valutazione e ottimizzazione della policy in essere. Inoltre, è stato sviluppato su base globale **CWT Policy Messenger**, un tool che consente alle aziende di inviare comunicazioni mirate ai viaggiatori che fanno prenotazioni fuori policy. Un'interfaccia utente multilingue verrà aggiunta nel corso dell'anno.

- **CWT Agency+Card Reporting**, introdotto anch'esso nel 2008, è un altro strumento che aiuta le aziende a migliorare la conformità rispetto ai canali di prenotazione preferenziali e alle carte di credito corporate prescelte. Il tool confronta i dati relativi alle prenotazioni effettuate da CWT con le spese effettive per voli, treni, auto a noleggio e hotel addebitate sulla carta di credito corporate preferenziale del cliente. Dashboard e report personalizzati, accessibili tramite il *CWT Program Management Center*, aiutano a identificare i viaggiatori non conformi, offrono maggiore visibilità sulla spesa totale di travel e fanno emergere informazioni preziose che rafforzano il potere d'acquisto durante le negoziazioni con i fornitori.
- CWT ha inoltre siglato un accordo preferenziale con **American Express Global Commercial Card** per promuovere e distribuire tre sue soluzioni di pagamento - il Business Travel Account, la Corporate Card e la Corporate Meeting Card - in 21 paesi. Grazie all'accordo, le aziende clienti di CWT possono consolidare il loro programma di carte di credito su scala internazionale e facilitare così la gestione e il controllo delle spese legate al travel.
- **CWT Solutions Group**, la divisione di consulenza globale del gruppo, ha gestito oltre 175 progetti nel 2008, a dimostrazione dell'elevata importanza attribuita dalle aziende all'ottimizzazione della spesa aerea, alberghiera, dei trasporti via terra e dei Meetings & Events. CWT Solutions Group supporta non solo le società di cui CWT gestisce i viaggi d'affari in via continuativa, ma più in generale tutte le aziende che necessitano di consulenza per ottimizzare specifiche aree di gestione dei loro viaggi d'affari.

Safety & Security

- CWT ha attivato le sue procedure di avvisi d'emergenza in 18 occasioni nel corso dell'anno e ha inviato oltre 87mila email e SMS di alert in tutto il mondo, permettendo ai clienti di garantire efficacemente la sicurezza dei propri viaggiatori. Nel 2009, le aziende clienti e i loro viaggiatori saranno anche in grado di selezionare gli alert che desiderano ricevere, sulla base delle loro preferenze individuali e degli itinerari di viaggio. Inoltre, **CWT Policy Messenger** verrà utilizzato non solo dai travel manager per migliorare la conformità alla policy, ma sempre più frequentemente anche dai risk manager per raggiungere e consigliare i dipendenti che hanno effettuato prenotazioni verso destinazioni ad alto rischio.

Sustainability

- CWT ha siglato un accordo a livello globale con **The CarbonNeutral Company**, la più importante società specializzata nella compensazione delle emissioni di anidride carbonica e nella consulenza ambientale, per aiutare i clienti a mitigare sempre più l'impatto ambientale dei viaggi d'affari. Attraverso quest'accordo, CWT ha ulteriormente allargato la sua offerta *CWT Sustainable Solutions*, che è ora composta dal carbon calculator per supportare i viaggiatori in fase di prenotazione, da un'accurata reportistica post-viaggio che evidenzia le emissioni

generate dalle trasferte e da un'intera gamma di servizi studiati per ridurre le emissioni di anidride carbonica.

Meetings & Events

- CWT ha siglato un accordo globale di durata pluriennale designando **StarCite** quale partner tecnologico preferenziale per le attività di Meetings and Events (M&E) in tutto il mondo. StarCite è il principale provider di soluzioni informatiche web-based per la gestione centralizzata dei processi legati ai meeting ed eventi aziendali, dal planning e gli acquisti alle presenze dei partecipanti, ai pagamenti e al reporting.
- CWT ha inoltre ampliato la sua offerta con **servizi di consulenza globali dedicati all'area dei meeting e degli eventi**. Tali servizi aiutano i clienti a realizzare sinergie con le attività di business travel e/o massimizzare il valore aggiunto derivante dai loro eventi lavorando su policy e compliance, formalizzazione dei processi, adozione di soluzioni tecnologiche end-to-end, consolidamento degli acquisti, analisi dei dati e controllo delle performance.

Le prospettive

CWT è impegnata a supportare i clienti nell'effettivo raggiungimento dei loro obiettivi in un contesto economico incerto e in un mercato del business travel altamente mutevole. Sulla base dei risultati di una survey⁵ effettuata sui clienti che ha messo in luce le priorità dei travel manager per il 2009, CWT svilupperà ulteriormente e promuoverà i servizi che favoriscono la definizione di una travel policy efficace e l'aumento della compliance; l'ottimizzazione della spesa relativa agli hotel, al trasporto aereo e via terra; l'online booking e i meeting e gli eventi. La società si focalizzerà anche sul demand management e l'outsourcing, due trend oggi sempre più importanti per le aziende.

Inoltre, CWT continuerà a perseguire la sua crescita organica in tutti i segmenti di clientela e in tutte le aree geografiche, a incrementare l'efficienza e l'omogeneità a livello globale dei suoi Traveler & Transaction Services, ad arricchire l'offerta di Program Optimization e a sviluppare il suo programma di acquisizioni mirate.

«CWT è ben posizionata per superare la crisi economica globale – ha dichiarato Doug Anderson, commentando le prospettive e le strategie future della società -. La nostra presenza geografica si estende a tutto il globo e siamo leader nella maggior parte dei mercati chiave. Abbiamo clienti appartenenti a tutti i settori merceologici, e tale diversificazione ci rende meno vulnerabili in caso di forti flessioni in qualsiasi singolo comparto. Inoltre, adattiamo continuamente i nostri prodotti e servizi per soddisfare le esigenze in evoluzione dei nostri clienti. La nostra struttura dei costi è costantemente allineata alla nostra attività di business, mantenendo i più alti livelli di servizio e di soddisfazione del cliente. E quale punto di riferimento globale del settore, siamo continuamente impegnati a migliorare le nostre performance e a svolgere un ruolo di guida nel mercato».

Carlson Wagonlit Travel

Carlson Wagonlit Travel (CWT) è leader mondiale specializzato nel business travel management e annovera tra i suoi clienti importanti gruppi multinazionali, istituzioni pubbliche e aziende di varie dimensioni. Grazie alla competenza dei propri collaboratori, unita alla disponibilità di tecnologie all'avanguardia, CWT aiuta i propri clienti in tutto il mondo a ottenere il massimo valore dalla

⁵ Il CWT Travel Management Institute ha intervistato 178 travel manager in tutto il mondo nel corso del mese di ottobre 2008.

gestione dei propri viaggi d'affari in termini di risparmi, servizi, sicurezza e sostenibilità. La società offre inoltre servizi e assistenza di eccellenza ai viaggiatori. Le innovative soluzioni di CWT sono raggruppate in quattro aree d'intervento: Traveler & Transaction Services, Program Optimization, Safety & Security e Meetings & Events. Presente in oltre 150 paesi, CWT ha più di 22mila collaboratori in tutto il mondo e ha registrato nel 2008 un giro d'affari complessivo, tra strutture di proprietà e joint venture, di 27,8 miliardi di dollari.

Per ulteriori informazioni: www.carlsonwagonlit.com.

Media Contacts:

Rosemarie Caglia
Carlson Wagonlit Travel
+39 011 19524796
+39 335 215827
rcaglia@carlsonwagonlit.it

Sasa Carpaneda
Carlson Wagonlit Travel
+39 02 62543251
+39 335 7999425
scarpaneda@carlsonwagonlit.it

