

Forte crescita nel 1° semestre 2007 per Carlson Wagonlit Travel

*Il volume d'affari mostra un incremento del 45% e
le nuove vendite raggiungono livelli record*

MILANO, 4 OTTOBRE 2007 — Carlson Wagonlit Travel (CWT), leader mondiale nel business travel management, ha registrato nella prima metà del 2007 una forte crescita del volume d'affari e livelli record di nuove vendite:

- Il volume d'affari si è attestato nel primo semestre 2007 a 11,1 miliardi di dollari¹, con un incremento del 45%
- Le nuove vendite hanno superato nel periodo gennaio-agosto i 2,2 miliardi di dollari (escludendo i rinnovi contrattuali), con un aumento del 69% rispetto al medesimo periodo dell'anno precedente

Commentando questi risultati, Hubert Joly, Presidente e Amministratore Delegato di CWT, ha dichiarato: *«La crescita di CWT nella prima parte dell'anno è il risultato di tre fattori: un contesto solido e favorevole, grazie a un'economia forte a livello mondiale e alla crescente globalizzazione, i positivi effetti dell'acquisizione e della successiva integrazione di Navigant, e il successo della nostra strategia focalizzata a offrire il valore di una gestione efficace dei viaggi d'affari ad aziende e istituzioni governative in tutto il mondo. Siamo particolarmente grati ai nostri clienti per la fiducia e il supporto che ci dimostrano continuamente».*

Volumi d'affari in crescita in tutto il mondo

CWT ha registrato una crescita del volume d'affari in tutto il mondo. L'incremento più rilevante è stato realizzato sul mercato statunitense (104%), grazie all'acquisizione di Navigant International nell'agosto 2006 e al successo della sua integrazione. Estremamente significativa anche la crescita in Australia (86%), Regno Unito (33%), India (31%), Russia (29%) e Cina (25%).

Nuove vendite

Circa il 40% del new business realizzato da CWT è legato a grandi aziende globali che hanno consolidato i loro programmi di viaggio per raggiungere maggiori risparmi e una più efficace gestione del travel. Tra queste, Bayer, Continental e Terex, nonché una società appartenente alle "top 15" di Fortune. Il 60% di nuove vendite deriva invece da piccole e medie aziende, oltre che da istituzioni governative quali il Dipartimento di Giustizia degli Stati Uniti e HM Revenue & Customs nel Regno Unito.

¹ Volume d'affari generato da uffici interamente di proprietà, escluse le joint ventures

Progressi di CWT nell'offerta di servizi e soluzioni

La crescita di CWT è stata alimentata dalla sua capacità di supportare le aziende nell'ottimizzazione della gestione del travel e di soddisfare nel contempo le esigenze dei viaggiatori d'affari. Durante i primi sei mesi dell'anno, CWT ha compiuto significativi progressi in diverse delle sue linee strategiche di business:

- 1. Traveler & Transaction Services (Servizi per i viaggiatori).** Le transazioni **online** di CWT in Europa hanno registrato una crescita del 55% nel primo semestre del 2007 rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente. Nella regione Asia-Pacific esse si sono attestate al 26%, contro il 12% del primo semestre 2006. In Giappone e Cina i tools per il booking online, che CWT aveva sviluppato appositamente per quei mercati e lanciato lo scorso anno, sono stati rapidamente adottati. Ad esempio, in un'azienda globale del settore high-tech che opera in Cina il tasso di adozione del booking online ha raggiunto l'82% dopo soli due mesi.

In aprile, CWT ha introdotto un servizio di **flight status alert**. Gli utenti vengono avvertiti via email o sms delle modifiche negli orari di partenza o di arrivo, nonché della cancellazione dei voli. Per ulteriore comodità del viaggiatore, anche le segreterie, i familiari e l'autista del taxi o della limousine possono ricevere lo stesso servizio.

- 2. Program Optimization (Ottimizzazione delle spese e dei processi).** Il **CWT Program Management Center** è stato lanciato in tutto il mondo nel mese di maggio con l'obiettivo di offrire ai travel manager e ai buyer di servizi di viaggio un facile accesso a tutte le informazioni rilevanti per ottimizzare la gestione dei viaggi. Ad oggi, oltre 10mila clienti in 60 paesi utilizzano questo "cruscotto di gestione" web-based. *CWT Program Management Center* offre un reporting center con quadri di controllo multilingue e multivalute che i clienti possono personalizzare per misurare le proprie performance sulle variabili chiave. I controlli "zoom-in/zoom-out" offrono all'istante dati e report, consolidando a livello globale, regionale o nazionale le informazioni provenienti da oltre 140 paesi. Un accesso centralizzato agli avvisi di sicurezza e la possibilità di localizzare costantemente i viaggiatori consente ai travel manager di fronteggiare le problematiche relative alla sicurezza e di assistere i dipendenti in trasferta in caso di necessità. Una reportistica post-trip sulle **emissioni di anidride carbonica** facilita la protezione dell'ambiente e il ricorso a iniziative di compensazione. Questi report si aggiungono alla disponibilità del **carbon calculator**, lo strumento di proprietà di CWT per calcolare prima della trasferta le emissioni di anidride carbonica nelle diverse opzioni di viaggio.

Attraverso **CWT Diagnostic Tool**, CWT misura le performance delle aziende clienti su ciascuna delle otto leve chiave per una gestione efficace dei viaggi d'affari², identificando le aree di miglioramento, e definisce insieme ai clienti le priorità e i piani d'azione da implementare. *CWT Diagnostic Tool* è stato aggiornato nel 2007 incorporando dati di benchmark provenienti da circa 430 clienti di CWT in 22 paesi. L'analisi e il confronto con i dati di benchmark facilita l'adozione delle "best practices" e l'ottimizzazione delle soluzioni.

Nel mese di luglio, CWT ha inserito tra i suoi servizi di Program Optimization anche la **consulenza sui trasporti di terra** per supportare i clienti nella ricerca di saving in quest'area di spesa spesso poco approfondita. Un'area di spesa - che comprende l'autonoleggio, le auto con conducente, le limousine e le ferrovie - che negli Stati Uniti rappresenta circa il 10% dei costi complessivi di travel di un'azienda, e può raggiungere percentuali anche superiori laddove - alcuni paesi europei ed asiatici, ad esempio - l'utilizzo del treno è rilevante.

- 3. Meetings & Events.** Un numero crescente di aziende appartenenti a diversi settori merceologici si rivolge a CWT per l'organizzazione di meeting ed eventi e per la definizione di politiche e processi che consentano loro di ottimizzare la spesa in quest'area. La crescita in questa linea di business è stata particolarmente significativa in Europa durante la prima metà del 2007, portando i volumi complessivi a raggiungere il valore di 189 milioni di dollari con un incremento del 27% rispetto al medesimo periodo dell'anno precedente.

Per migliorare ulteriormente la propria offerta, CWT ha implementato un nuovo servizio per l'analisi, la prenotazione e il reporting dei viaggi aerei dei gruppi, al fine di supportare la clientela nella selezione della location per meeting ed eventi più efficace in termini di costo, in funzione della località di partenza di ciascun partecipante. Una volta scelta la destinazione, CWT effettua le prenotazioni aeree ed emette i biglietti da un unico ufficio, ottimizzando un processo spesso complesso. Il consolidamento dei dati a livello globale e la reportistica sono inclusi in questo servizio.

Nuove acquisizioni

Neppure un anno dopo l'acquisizione di Navigant International, CWT ha rafforzato la propria leadership in tre mercati strategici. In luglio, CWT ha

² Le otto leve per una gestione efficace dei viaggi d'affari: ottimizzare i processi e offrire ai viaggiatori i migliori servizi esistenti sul mercato; tenere sotto controllo l'intera spesa alberghiera; ottimizzare la spesa aerea e ferroviaria; incrementare la compliance alle politiche di viaggio; favorire il consolidamento della spesa; migliorare la sicurezza dei viaggiatori e promuovere la corporate social responsibility; focalizzarsi sulle spese per meetings and events; attivare strumenti di misurazione delle performance.

ottenuto il controllo della sua joint venture in India, incrementando la propria partecipazione dal 50 al 76%. L'acquisizione in agosto di Preferred Travel, società con base in Massachusetts, ha rappresentato un altro significativo passaggio nella crescita di Carlson Wagonlit Travel sul mercato statunitense. Pochi giorni fa, infine, CWT ha acquisito in Italia le attività della società Polo Viaggi - affermata agenzia specializzata nell'organizzazione dei viaggi d'affari e controllata dal Gruppo Pirelli - consolidando ulteriormente la propria leadership anche nel nostro Paese.

###

Carlson Wagonlit Travel

Leader mondiale nel settore del business travel management, Carlson Wagonlit Travel 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 realizzare risparmi economici sui propri budget di viaggio e a migliorare i servizi e la sicurezza dei viaggiatori. Le innovative soluzioni di CWT sono raggruppate in quattro aree d'intervento: Traveler & Transaction Services, Program Optimization, Safety & Security e Meeting & Events. Presente in più di 150 paesi, CWT ha 22mila collaboratori in tutto il mondo e vanta un giro d'affari complessivo di 20,5 miliardi di dollari. Per ulteriori informazioni: www.carlsonwagonlit.com.

Media Contacts:

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

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