

# communiqué de presse

## Carlson Wagonlit Travel annonce une forte croissance pour le premier semestre 2007

**PARIS, LE 27 SEPTEMBRE, 2007** — Carlson Wagonlit Travel (CWT), leader mondial de la gestion des voyages d'affaires, annonce une forte croissance pour le premier semestre de l'année 2007, ainsi que des nouvelles ventes records.

- Pour les six premiers mois de l'année en cours, le volume d'affaires est en hausse de 45 %, à 11,1 milliards de dollars US<sup>1</sup>.
- Les nouvelles ventes enregistrées jusqu'à août dépassent 2,2 milliards de dollars US, hors renouvellements. Cette augmentation de 69 % par rapport à la même période de l'année précédente reflète la forte dynamique de l'entreprise.

« La croissance de CWT pour la première partie de cette année résulte de trois facteurs : les fondamentaux solides de l'industrie, et notamment une économie mondiale forte sur fond de globalisation croissante ; les effets positifs de l'acquisition et de la bonne intégration de Navigant ; et le succès de notre stratégie qui permet à nos clients quels qu'ils soient, entreprises et administrations, de dégager plus de valeur grâce à une gestion efficace des voyages d'affaires. Nous sommes reconnaissants de la confiance et du soutien que nos clients nous témoignent », a déclaré Hubert Joly, président-directeur général de CWT en commentant ces résultats.

### **Volume d'affaires par pays**

La croissance du volume d'affaires est mondiale, la plus forte augmentation ayant été réalisée par les États-Unis (+ 104 %), qui ont bénéficié de l'acquisition de Navigant International en août 2006 et de sa bonne intégration. D'importantes croissances ont également été enregistrées en Australie (+ 86 %), au Royaume-Uni (+ 33 %), en Inde (+ 31 %), en Russie (+ 29 %) et en Chine (+ 25 %).

### **Nouvelles ventes**

Près de 40 % des nouvelles ventes de CWT proviennent de grands groupes internationaux ayant consolidé leur programme de voyages pour réaliser plus d'économies et gérer leur programme de manière plus efficace. Ce sont en particulier les groupes Bayer, Continental et Terex, auxquels s'ajoute une grande entreprise du classement *Fortune 15*, qui a décidé de consolider ses voyages d'affaires au niveau mondial avec CWT. Le reste des nouvelles ventes provient de petites et moyennes entreprises et d'administrations – telles que le département de la Justice aux États-Unis et HM Revenue & Customs (administration fiscale et douanière) au Royaume-Uni.

### **Nouveaux progrès dans les services et solutions de CWT**

La croissance de CWT est alimentée par la capacité de l'entreprise à aider ses clients à optimiser leur programme de voyages tout en répondant aux besoins des voyageurs. Durant les six premiers mois de l'année, CWT a continué à développer ses solutions dans plusieurs de ses principales lignes de services :

<sup>1</sup> Volume d'affaires des filiales à 100 % hors joint-ventures.

- 1. Services aux voyageurs et transactions** CWT a enregistré une croissance de 55 % de ses **transactions en ligne** en Europe pour le premier semestre de l'année en cours, par rapport à la même période de l'année précédente. Les transactions en ligne de CWT en Asie-Pacifique ont atteint 26 % pour la période de janvier à juin 2007, contre 12 % pour le premier semestre 2006. Au Japon et en Chine, les outils que CWT a spécifiquement adaptés à ces marchés connaissent une adoption rapide. Pour seul exemple, une grande entreprise internationale du secteur des hautes technologies en Chine a vu le taux d'adoption de la réservation en ligne atteindre 82 % deux mois seulement après la mise en place, par CWT, d'un outil spécifique.

En avril, CWT a introduit **un service d'alerte sur l'état des vols**. Les abonnés se voient notifier par email ou SMS tous les changements concernant les heures d'arrivée et de départ, ainsi que les annulations de vols. Pour encore plus de commodité, les assistants personnels des voyageurs, leurs proches, et les chauffeurs de taxi ou de limousines sous contrat peuvent également recevoir ces services d'alerte.

- 2. Optimisation de programmes.** Le **CWT Program Management Center** a été lancé en mai, au niveau global, pour aider les gestionnaires de voyages et les professionnels des achats à accéder facilement à toute l'information dont ils ont besoin pour optimiser leur programme de voyages. À ce jour, plus de 10 000 clients dans 60 pays utilisent ce portail en ligne. Le **CWT Program Management Center** offre un centre statistique doté de tableaux de bord aux fonctionnalités multilingues et multidevises, que les clients peuvent personnaliser en fonction de leurs indicateurs clés de performance. Grâce à une option zoom, les clients peuvent obtenir des données et des rapports instantanés, consolidés au niveau global, régional ou national, à partir de plus de 140 pays. L'accès centralisé aux alertes de voyages et à la localisation des voyageurs permet aux gestionnaires de voyages de mieux traiter les questions de sécurité et assister les voyageurs en cas de besoin.

La possibilité de **mesurer les émissions de CO<sub>2</sub>** facilite la gestion du carbone et les initiatives de compensation. Ce système de reporting à posteriori complète le calculateur de carbone de CWT, qui a été intégré à **CWT Portal** et déployé au niveau global au deuxième trimestre 2007 afin de permettre aux voyageurs de prendre, lors de la réservation, les décisions susceptibles de réduire l'« empreinte carbone » de leur entreprise.

Le **CWT Diagnostic Tool** a encore été amélioré au début de l'année pour intégrer les données comparatives tirées de l'évaluation du programme de voyages de près de 430 clients de CWT, dans 22 pays. CWT mesure la performance de ses clients sur chacun des huit leviers clés d'une gestion efficace d'un programme de voyages<sup>2</sup>, identifie les zones de progrès et, en

---

<sup>2</sup> Ces huit leviers sont : offrir des services et une assistance de qualité aux voyageurs et optimiser les processus de transaction ; capter les dépenses hôtelières ; continuer d'optimiser les achats aériens et ferroviaires ; renforcer le respect du programme de voyages ; accroître la consolidation du programme de voyages ; améliorer la sécurité et encourager la responsabilité sociale d'entreprise ; intégrer les réunions et événements dans le programme de voyages pour contrôler et optimiser ce poste de dépenses ; développer des tableaux de bord et des mesures pratiques de la performance.

association avec ses clients, établit des priorités et met en place des plans d'action. Cette analyse comparative permet la mise en œuvre des meilleures pratiques et de solutions optimisées.

En juillet, CWT a complété son offre de services en optimisation de programmes avec une activité conseil dédiée au transport terrestre. Cette nouvelle activité est destinée à aider les clients à réaliser de meilleures économies dans ce poste de dépenses trop souvent négligé. Le transport terrestre, qui comprend tout à la fois la location de voiture, les services de limousines et le rail, peut représenter jusqu'à 10 % de l'ensemble des dépenses de voyages d'une organisation aux États-Unis, et même plus dans certains pays d'Europe ou d'Asie-Pacifique, où le transport ferroviaire est important.

- 3. Réunions et événements.** De plus en plus de clients, dans des secteurs d'activité variés, font appel à CWT pour les aider à orchestrer des réunions et événements mais aussi à définir et mettre en œuvre des pratiques leur permettant d'optimiser ce poste de dépenses. Durant les six premiers mois de 2007, la croissance de cette ligne de services a été particulièrement forte en Europe, avec un volume d'activité de 189 millions de dollars US, soit une hausse de 27 % par rapport à la même période de l'année précédente.

Pour renforcer son offre, CWT a élaboré un service qui permet de recommander aux clients le meilleur lieu de réunion ou d'événement en se basant sur le point de départ de chaque participant. Une fois la destination choisie, CWT réserve et émet les billets d'avion à partir d'un même plateau d'affaires – simplifiant ainsi un processus d'ordinaire souvent complexe. La consolidation globale des données et le reporting sont inclus dans ce service.

### **Nouvelles acquisitions**

Presque un an après avoir acquis Navigant International, CWT a renforcé sa position sur deux marchés stratégiques. En juillet, CWT est en effet devenu l'actionnaire majoritaire de sa joint-venture indienne en augmentant sa participation au capital de 50 à 76 %. En août, l'acquisition de la société Preferred Travel, basée dans le Massachusetts, a également marqué une nouvelle étape dans la croissance de CWT aux États-Unis.

### **À propos de Carlson Wagonlit Travel**

Carlson Wagonlit Travel (CWT) est un leader mondial dans la gestion du voyage 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 programmes, Sécurité et 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.ch](http://www.carlsonwagonlit.ch).

**Contacts médias :**

Walter Ruggli  
Carlson Wagonlit Travel  
Tel: +41 44 215 15 50  
wruggli@carlsonwagonlit.ch

Nja Stubbe  
Carlson Wagonlit Travel  
Tel: +41 44 215 15 65  
nstubbe@carlsonwagonlit.ch