

## CWT annonce une solide performance pour l'année 2008

*Le volume de ventes a atteint 27,8 milliards de dollars US, en hausse de 7 % par rapport à 2007 ; les nouvelles ventes ont totalisé 2,4 milliards de dollars US.*

**LONDRES, le 10 février 2009** — Carlson Wagonlit Travel (CWT), un leader mondial spécialisé dans la gestion des voyages d'affaires, annonce une solide performance pour l'année 2008. C'est ce que révèlent les indicateurs clés publiés aujourd'hui à Londres par la société, avant l'ouverture du *Business Travel Show*, salon professionnel dédié au voyage d'affaires. Des progrès significatifs ont également été réalisés sur les produits et services.

Le volume d'affaires total réalisé par les filiales à 100 % et les joint-ventures a atteint 27,8 milliards de dollars<sup>1</sup>, soit une hausse de 7 % par rapport à 2007<sup>2</sup>. La croissance la plus forte a été enregistrée en Chine (+ 25 %)<sup>3</sup>, au Brésil (+ 24,5 %) et en Argentine (21 %). Des taux de croissance à deux chiffres ont aussi été enregistrés en Indonésie (19 %), en Italie (16 %), en Russie (15,5 %), à Singapour (11,5 %), en Allemagne/Autriche (11 %) et en Inde (10 %). Au Royaume-Uni, le volume d'affaires a surpassé le marché avec une croissance de 7 %. Enfin aux États-Unis, le volume d'affaires a connu une croissance de 2 %, qui reflète le ralentissement économique de 2008.

Les nouvelles ventes annualisées (hors renouvellements) ont atteint 2,4 milliards de dollars US, de nouveaux clients ayant choisi CWT pour les aider à gérer de manière plus efficace et à optimiser leur programme de voyages. Parmi eux : Essilor, Hilti, Michelin et Schneider Electric. En outre, à l'instar de Henkel, plusieurs clients ont augmenté le niveau de consolidation de leurs dépenses voyages avec CWT. Le Home Office britannique est également venu s'ajouter au tableau des organismes gouvernementaux clients de CWT.

Par ailleurs, CWT a enregistré un niveau élevé de rétention de ses clients (97 %) en 2008. La satisfaction d'ensemble des gestionnaires de voyages gérant des programmes globaux est montée à 90 %, contre 88 % pour l'année précédente.

Poursuivant sa stratégie d'acquisitions ciblées, CWT a acquis six sociétés en Amérique du Nord et en Europe : Traveltime Services et Piedmont Travel aux États-Unis, et CWT Madison Travel au Canada, Viajes Mapfre et Viajes Lepanto en Espagne, et Executive Travel Group en Irlande. L'entreprise a également pris le contrôle entier de ses joint-ventures en Argentine et en Inde.

Douglas Anderson, président et *chief executive officer* de CWT, a salué la performance de la société dans ce qui fut en 2008 – et demeure aujourd'hui – un environnement économique difficile : « *On peut dire à juste titre que le monde économique et l'industrie du voyage ont été constamment placés en alerte durant l'année 2008. Peu d'entre nous ont déjà vécu une telle combinaison de facteurs économiques et financiers, qui nous*

<sup>1</sup> Volume d'affaires actuel à taux de change courants ; inclut l'air, l'hôtel et le transport terrestre.

<sup>2</sup> Le volume d'affaires 2007 a été réévalué à 26 milliards de dollars US pour intégrer du trafic hôtel et location de voitures supplémentaire en Amérique du Nord.

<sup>3</sup> Croissance exprimée à taux de change constants pour tous les pays listés.

*touche sur une base aussi mondiale. Néanmoins, Carlson Wagonlit Travel a réussi à progresser en se concentrant sur le service au client, en renforçant son offre de produits et de solutions, et en équilibrant sa croissance organique et ses acquisitions stratégiques. Même si 2009 s'annonce comme une année avec de nouveaux défis, CWT entend continuer de démontrer toute la valeur d'un programme de voyages bien géré. Ceci est particulièrement important pour nos clients dans les périodes difficiles. »*

### **Des évolutions dans l'offre de CWT**

En 2008, CWT a renforcé son offre de produits et services pour répondre à la fois à l'évolution des besoins des clients et aux conditions particulières du marché. Des progrès ont été réalisés dans tous les domaines.

### **Services aux voyageurs et gestion des transactions**

- **Une équipe en charge des services aux voyageurs et de la gestion des transactions**, qui réunit différents experts dans le traitement des opérations, l'informatique, le développement produit et la finance, a été mise en place pour améliorer encore la satisfaction des clients et augmenter l'efficacité, la qualité et la cohérence du traitement des réservations au niveau mondial.
- **CWT Listens** a été lancé en Amérique du Nord et dans trois pays européens (France, Allemagne et Royaume-Uni) pour mesurer la satisfaction des voyageurs sur le point de vente. Les résultats permettent à CWT d'optimiser les réservations *online* et *offline*, ainsi que leur traitement, pour améliorer l'expérience du voyageur. Plus de 85 % des 26 000 voyageurs ayant répondu à ce jour à l'enquête ont déclaré leur satisfaction vis-à-vis de CWT sur le point de vente. *CWT Listens* sera déployé au niveau global en 2009.
- **Le volume des réservations hôtelières** a augmenté de 9 % d'une année sur l'autre. Les clients de CWT, qui cherchent de plus en plus à optimiser cet important poste de dépenses, ont pleinement conscience de ce que la société est à même de leur proposer – à savoir plus de facilité grâce à une réservation en un « point unique », une meilleure sécurité grâce à la possibilité de localiser les voyageurs, et des économies plus importantes par rapport aux autres canaux de réservation.

### **Optimisation de programme**

- Le **CWT Program Management Center**, un portail central offrant aux gestionnaires de voyages et aux professionnels des achats l'information et les indicateurs dont ils ont besoin pour optimiser leur programme de voyages, a remporté un prix de l'innovation dans le cadre du *Business Travel Show* de Londres, en février 2008.

L'utilisation du *CWT Program Management Center* a augmenté de 20 % en 2008. De nouvelles fonctionnalités aidant les entreprises à optimiser leurs coûts ont été introduites durant l'année, comme par exemple la possibilité d'intégrer les billets d'avion non utilisés dans les rapports. Les priorités de l'année 2009 intègrent notamment la possibilité d'établir des rapports toujours plus personnalisés et une meilleure consolidation des données hôtel afin d'améliorer le respect de la politique voyages avec les fournisseurs privilégiés

- Pour accompagner les efforts de réduction des coûts de ses clients, CWT a souligné l'importance de **la politique voyages et son respect**. Le CWT Travel Management Institute a mené une étude approfondie, *Jouer le jeu : améliorer la*

*politique voyages et son respect*<sup>4</sup>, qui montre comment les meilleures pratiques en matière de politique voyages et de respect des règles peuvent permettre aux entreprises d'économiser 20 % en moyenne sur l'ensemble de leur dépense de voyages.

En 2008, CWT a lancé **CWT Policy Builder** pour aider ses clients à créer une politique voyages efficace, soit en optimisant la politique en place, soit en créant une nouvelle politique. **CWT Policy Messenger** a également été déployé au niveau mondial pour permettre aux clients d'envoyer des messages ciblés aux voyageurs effectuant une réservation en dehors de la politique voyages. Une interface en plusieurs langues sera proposée dans le courant de l'année 2009.

- **CWT Agency+Card Reporting**, introduit en 2008, aide aussi les entreprises à améliorer l'utilisation de l'agence privilégiée et de la carte d'entreprise par les voyageurs. Cet outil compare les données de réservations de CWT avec les dépenses effectuées avec la carte de crédit du client pour l'air, le rail, l'hôtel et la location de voitures. Grâce à des rapports et tableaux de bords personnalisés accessibles via le *CWT Program Management Center*, les clients peuvent identifier les voyageurs qui ne suivent pas la politique voyages, obtenir une meilleure visibilité sur leur dépense de voyages globale et bénéficier d'informations précises lors de leurs négociations avec les fournisseurs.
- CWT a signé un accord de fournisseur privilégié avec **American Express Global Commercial Card** afin de promouvoir et de distribuer trois solutions de paiement d'American Express dans 21 pays. Cela permet aux clients de CWT de consolider leur programme de carte au niveau national ou régional pour mieux maîtriser les coûts liés au voyage d'affaires. De plus, CWT et American Express sont en mesure d'offrir de meilleures données et un reporting consolidé au niveau national, régional et/ou mondial. Les clients de CWT ayant mis en place *CWT Agency+Card Reporting* peuvent obtenir une vision encore plus précise de leurs programmes de carte et de voyages.
- Le **CWT Solutions Group**, département conseil de la société, a eu plus de 175 engagements en 2008, ce qui reflète toute l'importance donnée par les entreprises à l'optimisation des dépenses effectuées pour l'air, le rail, l'hôtel, le transport terrestre et les réunions et événements. Le CWT Solutions Group ne conseille pas seulement les entreprises dont le programme de voyages est entièrement géré par CWT mais également celles qui recherchent une expertise pour les aider à optimiser tel ou tel domaine spécifique de leur programme.

## Sécurité

- Durant l'année écoulée, CWT a activé 18 fois son processus de **communication de crise** et envoyé plus de 87 000 courriels et SMS d'alertes dans le monde entier pour aider ses clients à assumer leurs responsabilités en matière de devoir de prudence et notamment protéger la santé et la sécurité de leurs employés. En 2009, les clients de CWT et leurs voyageurs auront la possibilité de sélectionner les alertes qu'ils reçoivent en fonction de leurs préférences individuelles et de leurs structures de voyages. De plus, les commentaires des clients indiquent que **CWT Policy Messenger** ne sera pas uniquement utilisé par les gestionnaires de voyages pour améliorer le respect de la politique mais également de plus en plus par les gestionnaires de risques pour atteindre les voyageurs ayant réservé pour une destination à haut risque et les conseiller avant leur départ.

---

<sup>4</sup> L'ensemble de l'étude est disponible sur [www.carlsonwagonlit.com](http://www.carlsonwagonlit.com).

## Développement durable

- CWT a signé un accord global avec **The CarbonNeutral Company**, un leader mondial des prestations de services pour la gestion des émissions de carbone et la protection du climat, pour permettre aux clients de réduire davantage l'impact de leurs voyages professionnels sur l'environnement. Cet accord permet aussi à CWT de renforcer son offre *CWT Sustainable Solutions*, qui réunit désormais un calculateur de carbone pour évaluer le montant des émissions de CO<sub>2</sub> liées aux différents modes de transport, un système de reporting des émissions à posteriori, et une palette de services développés pour réduire l'ensemble de ces émissions.

## Réunions et événements

- CWT a signé un accord faisant de **StarCite, Inc.** un partenaire technologique privilégié pour son activité « réunions et événements » au niveau mondial. StarCite est le numéro un des plates-formes Internet aidant les entreprises à gérer leurs réunions et événements de manière stratégique – de la planification et des processus d'achat jusqu'à l'inscription, le paiement et le reporting.
- CWT a aussi ajouté à son offre globale des **services de conseil en matière de réunions et événements**. Ces services permettent aux clients de CWT d'identifier les synergies existantes avec leur programme de voyages et/ou de dégager la valeur maximale de leurs événements à travers la définition et le respect d'une politique « réunions et événements », la formalisation des processus, l'intégration des solutions technologiques, la consolidation des achats, la collecte et l'analyse des données, et la mesure de la performance.

## **Perspectives pour l'avenir**

CWT s'engage pleinement pour aider ses clients à réaliser leurs objectifs dans un environnement économique incertain et dans un marché du voyage d'affaires qui ne cesse de fluctuer. Conformément aux résultats de l'enquête client sur les priorités 2009 des gestionnaires de voyages<sup>5</sup>, CWT entend continuer de développer et promouvoir de nouveaux services répondant à leurs besoins dans les domaines qui les préoccupent le plus : l'amélioration de la politique voyages et son respect ; l'optimisation des dépenses hôtel, air et transport terrestre ; le traitement des réservations simples ; et les réunions et événements. La société portera également une attention renouvelée sur la gestion de la demande et l'externalisation de la gestion des voyages d'affaires – deux tendances que l'on note aujourd'hui en augmentation dans les entreprises.

Par ailleurs, CWT souhaite poursuivre sa croissance organique à l'échelle mondiale et dans tous les segments de marché, accroître encore l'efficacité et la cohérence des services aux voyageurs et de la gestion des transactions, continuer d'enrichir ses services en matière d'optimisation de programme, et procéder à de nouvelles acquisitions ciblées.

*« CWT est bien positionné pour surmonter la crise économique mondiale, a déclaré Doug Anderson en commentant ces perspectives. Notre présence géographique est mondiale et nous sommes leaders sur les principaux marchés. De plus, nos clients travaillent dans tous les secteurs d'activités, ce qui nous rend moins vulnérables aux forts ralentissements affectant tel ou tel secteur. Nous continuons en outre à adapter en*

---

<sup>5</sup> Le CWT Travel Management Institute a interrogé 178 gestionnaires de voyages dans le monde entier en octobre 2008.

*permanence nos produits et nos services pour pouvoir répondre à l'évolution des besoins des clients. Néanmoins nous restons très vigilants et veillons soigneusement à adapter nos coûts au niveau de notre activité tout en maintenant au niveau le plus élevé le service et la satisfaction client. En tant que référence du secteur en matière de gestion des voyages d'affaires, nous cherchons constamment à améliorer notre performance et à montrer la voie. »*

#### **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, de sécurité et de développement durable. L'entreprise fournit également service et assistance de qualité à leurs voyageurs. 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 2008, son volume d'affaires a atteint 27,8 milliards de dollars US pour ses filiales à 100 % et ses joint-ventures.

#### **Contact médias :**

##### **Carlson Wagonlit Travel**

Walter Ruggli

General Manager & Director Operations Switzerland

Tel.: +41 (0)58 322 10 00

Email: [wruggli@carlsonwagonlit.ch](mailto:wruggli@carlsonwagonlit.ch)

