

CWT, 2015 anno d'oro per il new business

Cresce nel 2015 il new business di **Carlson Wagonlit Travel**. Nonostante la sfida del contesto economico e la riduzione delle spese di viaggio da parte dei clienti del settore petrolifero ed energetico, l'acquisizione di nuovo business per [CWT](#) raggiunge un volume di 1,7 miliardi di dollari, con un numero di transazioni gestite a livello globale stabile a 61,4 milioni e un volume complessivo di traffico attestato a 24,2 miliardi di dollari. In **Italia** CWT nel 2015 raggiunge 74,2 milioni di dollari di new business, con una crescita del 30,3% rispetto al 2014. Complessivamente il numero di transazioni gestite in Italia si attesta a quota 2,6 milioni, con un incremento del 4,1%. Significativo poi il tasso di soddisfazione dei viaggiatori di CWT Italia, che arriva all'89,5%, e quello dei travel manager, pari a 3,3 su una scala da 1 a 4.

In crescita anche l'adozione globale dell'online (+15%), grazie alla possibilità di prenotare anche i treni attraverso il tool integrato CWT Book2Go, il lancio di CWT AnalytIQs, lo strumento per monitorare e gestire i dati di viaggio, e lo sviluppo di CWT To Go, l'app per la prenotazione hotel tramite mobile, che ora conta 560mila utenti per una crescita del 62%. "Credo sia proprio l'unione tra la continua ricerca di innovazione, la qualità dei nostri processi e un servizio effettuato dall'uomo per l'uomo uno degli elementi che ci ha fatto scegliere anche nel 2015 da tante aziende italiane e multinazionali", commenta **Antonio Calegari**, amministratore delegato di CWT Italia. E ha permesso a CWT di chiudere il 2015 con risultati in crescita.