

Bruxelles, le 7 mai 2008

<p style="text-align: center;">RESULTATS HIVER 2007/2008 TENDANCES ETE 2008</p>

I) VACANCES DE L'HIVER DERNIER 2007-2008 (+4,7%)
(Période: 21 octobre 2007 - 20 mars 2008)

1.1) Généralités

Il ressort de l'aperçu général que la saison hiver 2007-2008 se termine avec une belle croissance de **4,7%**. Le marché du voyage organisé est à nouveau en augmentation et ceci malgré la situation économique difficile ne jouant pas en la faveur du secteur : les prix exorbitants du carburant et une confiance vacillante du consommateur.

Le volume du marché des tour opérateurs (à l'exception des city-trips et des vols secs) s'élève maintenant à 709.000 unités.

La part de marché des tours opérateurs connaît depuis les dernières années une croissance ininterrompue s'élevant maintenant à +/- 30%.

1.2) Aperçu des destinations les plus importantes

Lorsque nous analysons plus spécifiquement les destinations les plus importantes, nous constatons que les destinations en avion (+10,5%) enregistrent significativement un meilleur résultat que les autres segments. Ceci est en premier lieu dû aux excellents résultats de la Turquie (+35,4%) et de l'Egypte (+34,4%) qui sortent grands vainqueurs de cette saison hiver.

Les destinations lointaines enregistrent une belle croissance de 9,5%. Le grand vainqueur est la Thaïlande (+45,7%). Mais les Etats-Unis (+22,4%) et d'autres destinations dollar sont aussi en augmentation.

Le Maroc (-9,8%) quant à lui perd du terrain, c'est la première fois depuis des années. La Tunisie n'enregistre qu'une légère croissance (+1,7%) mais reste en dessous de la moyenne du marché.

Les vacances en voiture / logement seul (-0,5%) maintiennent globalement un statu quo. Le très bon résultat du leader du marché, la France, saute aux yeux. Les destinations de sports d'hiver en France enregistrent des résultats superbes, entre autre parce que les vacances de carnaval ne tombaient pas en même temps que les vacances scolaires françaises.

Les autres destinations enregistrent une perte au 20 mars, date de la fin de la saison hiver.

1.3) Les vacances selon le produit

Vacances en avion : + 10,4 %

- Coute & moyenne distance: +10,5%
- Longue distance: +9,5

Logement seul : -0,5%

Train: -8,6%

Autocar: +3%

A/ Les vacances en avion

Les vacances en avion (forfaits) enregistrent une belle croissance de 10,4%. Le volume du marché totalise maintenant 354.756 unités, un record absolu.

- **Les vacances en avion courte & moyenne distance : +10,5%**

Les grands vainqueurs en pourcentage sont:

La Turquie : +35,4%

L’Egypte: +34,7%

Le Portugal: +6,3%

La Tunisie + 1,7%

L’Espagne (-1,4%) reste le leader du marché, mais continue à ressentir la concurrence des destinations hors Europe.

Ce sont principalement l’Egypte et la Turquie qui sortent vainqueurs de cette catégorie.

L’hiver passé, environ 85.000 belges ont visité le pays des pharaons. La part du marché de l’Egypte a augmenté spectaculairement ces dernières années. L’on constate même qu’elle a doublé son résultat depuis le changement de siècle.

Le retour de la Turquie est significatif. La Riviera Turque a connu un franc succès cet hiver. Remarquons que la Turquie n’est plus simplement une destination d’été mais qu’elle peut également séduire les voyageurs belges en hiver. Le rapport qualité/prix, les formules all-in et le grand nombres d’hôtels présentant des facilités pour toute l’année jouent un rôle important.

Le grand perdant de l’hiver passé est le Maroc (-9,2%). C’est la première fois depuis des années que cette destination enregistre une perte.

Pour les destinations européennes, nous constatons que le Portugal (+6,3%) enregistre à nouveau une belle augmentation. Chypre (-1,1%) et Malte (-3,3%) diminuent. Le succès de la Turquie et de l’Egypte porte indubitablement de l’ombre à ces destinations.

- **Vacances en avion longues distances : +9,5%**

Les destinations lointaines affichent une augmentation de 9,5%.

L’Afrique (-9,2%) perd du terrain. C’est surtout le Kenya (-33,6%) qui en est la cause. De très nombreux voyages ont du être annulés suite à l’avis de voyage négatif des Affaires Etrangères. Le Sénégal (-19,5%) perd aussi du terrain. Les autres destinations, et entre autres l’île Maurice (+165%) et l’Afrique du Sud (+36%), enregistrent une belle augmentation. La **péninsule arabique (+56,3%)** quant à elle affiche à nouveau un beau résultat.

En Asie (+31,8%) c’est la Thaïlande (+ 45,7%), qui reste le leader incontesté du marché. Le grand perdant de cette région est le Sri Lanka (-50,4%).

Le Continent américain (+7,2%) enregistre une belle croissance pour la deuxième année consécutive. Le cours avantageux du dollar joue un rôle important dans cette région. La République Dominicaine (+3,1%) reste le leader du marché. Et les grands vainqueurs de cette région sont la Jamaïque (+26,8%) et les Etats-Unis (+22,4%). En principe, il n’y a pas de perdants.

L’Océanie (+11,8%) avec la Nouvelle-Zélande et l’Australie, continue à afficher des chiffres en hausse.

B/ Logement seul / sports d’hiver (-0,5%)

Les vacances « logement seul » notent une légère perte. Le volume du marché représente maintenant 324.455 unités.

Pour les destinations proches, nous constatons que la plupart des destinations, sauf la France, perdent du terrain : la Belgique (-12,7%), les Pays-Bas (-10,8%), le GD de Luxembourg (-6,6%) et l’Allemagne (-3,3%).

En France, Disneyland Paris, affiche une croissance de 7,4%, due aux nombreuses festivités de son 15^{ème} anniversaire. La région Champagne-Ardennes (+7,2%) et la région Vosges-Alsace (+4,9%) enregistrent également de bons résultats. La Normandie (-14,9%) quant à elle perd du terrain.

Les sports d’hiver sont en augmentation tout comme l’année dernière.

Lorsque nous étudions les destinations concernées, nous constatons que la France, et surtout les Alpes françaises (+6,9%), affiche un bon score. Les autres destinations se profilent sensiblement moins bien de premier abord.

C’est parce que les vacances de Pâques sont tombées exceptionnellement tôt cette année, que les résultats donnent une image déformée. Lorsqu’on analyse les résultats des sports d’hiver séparément et jusqu’à la fin des vacances de Pâques, nous notons une belle augmentation de 7,7% et un volume de presque 175.000 unités.

Au niveau pourcentage, c’est la France (+11,8%) qui est le grand vainqueur. Andorre (+7,9%) et les Dolomites en Italie (+7,1%) présentent une belle croissance. L’Autriche et la Suisse doivent se satisfaire d’un statu quo. Le Val d’Aoste perd clairement du terrain, mais il est vrai que cette région représente moins d’1% de toutes les destinations de sports d’hiver.

II) CITYTRIPS DE L'HIVER DERNIER : NOVEMBRE 2007 - MARS 2008 (+3,4%)

Les city-trips augmentent faiblement de 3,4%. La part de marché est de 139.759 unités.

En chiffres absolus, Paris et Londres restent en tête, bien que Paris encaisse une perte de 13,4% alors que Londres augmente de 19,7%. La livre avantageuse et une liaison ferroviaire améliorée jouent visiblement en la faveur de Londres.

En pourcentage, Prague (+54,6%) enregistre un excellent résultat. C'est l'augmentation du nombre de sièges à bas prix et les prix avantageux des hôtels qui jouent en sa faveur. Contrairement à la plupart des capitales européennes, Prague n'est pas handicapé par un manque en capacités hôtelières. Istanbul (+48,7%), Vienne (+39,2%) et Madrid (+21,4%) présentent également de beaux résultats. Barcelone (3,6%) et Lisbonne (5,1%) augmentent légèrement.

Parmi les perdants, avec Paris, nous retrouvons Amsterdam (-14,1%) et Rome (-3,4%). Ces deux dernières destinations enregistrent un résultat négatif pour la deuxième année consécutive. En ce qui concerne Rome, nous présumons que c'est son niveau de prix qui joue en sa défaveur.

III) VACANCES POUR L'ETE PROCHAIN 2008 (+4,3%)

En se basant sur les réservations de novembre à mars, nous pouvons déjà dégager un certain nombre de tendances importantes pour la saison été à venir. Traditionnellement, c'est pendant cette période que plus de 60% des vacances sont réservées. Au 31 mars, 1.468.945 vacances avaient déjà été réservées.

Après un départ fulgurant en décembre et janvier, nous devons constater que les réservations ont fortement diminué en février et mars.

Les réservations pour les voyages forfait présentent une augmentation de 4,3%.

- Les vacances en avion augmentent de 4,7%, celles pour les destinations proches et moyennes augmentent d'environ 4,7% et pour les destinations lointaines de 4%.
- Les vacances logement seul augmentent de 4,1%.

Quelques constatations significatives:

Au niveau des **les vacances en avion**, ce sont l'Egypte (+25,6%) et la Turquie (+15,4%) qui mènent la danse. Cette année encore, la Turquie est le leader du marché en ce qui concerne les destinations favorites des Belges en avion.

Les autres destinations montantes sont Chypre (+24,1%), Malte (+15%) et la Bulgarie (+6,7%).

Les grands perdants sont le Maroc (16,6%) et la Tunisie (-8%). L'Espagne (-0,9%) et la Grèce (-0,6%) stagnent.

Pour **les destinations lointaines**, nous observons une augmentation importante pour le Continent Américain (+10,2%), et principalement les Etats-Unis (+47,2%) et le Mexique (+14,2%). Les Caraïbes (-5%) perdent un peu de terrain.

En Asie, remarquons à nouveau le beau score de la Thaïlande (+34,5%). L'Afrique et la Péninsule Arabique perdent 23,3%. C'est surtout le Kenya (-80%) qui souffre le plus. L'augmentation des réservations pour l'île Maurice (+155%) est par contre spectaculaire.

Pour les **vacances en voiture ou logement seul**, la plupart des destinations enregistrent une augmentation.

Les outsiders sont la Hongrie (+78,9%) et la Suisse (+22,5%). L'Italie (+8,7%) et la France avec la Provence (+18%) et la Côte d'Azur (+15,7%) semblent être également à la mode cet été. L'Espagne (-2,4%) se profile moins bien pour le moment.

Pour **les destinations proches**, la Belgique (+5,5%), l'Allemagne (+4,9%) et les Pays-Bas (+2,6%) montrent à nouveau de beaux résultats. Disneyland Paris (-8,5%) et le GD de Luxembourg (-13,1%) présentent actuellement un retard dans les réservations. Ces deux dernières destinations ont connu une croissance importante l'été passé : Disneyland fêtait son 15^{ème} anniversaire en 2007, et le GD de Luxembourg bénéficiait d'un plus grand intérêt de par son statut de capitale culturelle.

IV LES CITYTRIPS POUR L'ETE 2008 (+0,8%)

Les city-trips affichent une légère hausse pour le moment. Fin mars, 105.047 city-trips avaient déjà été réservés.

Si nous analysons de plus près les moyens de transport, nous sommes frappés par l'augmentation spectaculaire du train avec 23,2%. Les réservations d'hôtel seul baissent de 1,6%, et les packages en avion de 3,8%.

L'augmentation spectaculaire du train comme moyen de transport est indubitablement lié aux bons résultats de Londres (+28,9) et de Paris (+2%).

Barcelone, Rome, Lisbonne et Venise sont en perte.

C'est à nouveau Prague qui est le best-seller pour cet été. Madrid, Vienne, Istanbul et Berlin montrent aussi de bons résultats.

B/ CONCLUSION

Les prévisions restent positives pour le marché des voyages organisés. Après une saison hiver réussie, le marché du voyage enregistre également des chiffres positifs pour l'été. L'hiver s'est clôturé avec une croissance de 4,7% et les réservations pour l'été 2008 affichent pour le moment une augmentation de près de 4,3%.

2007 était déjà une année record. Si la tendance qui se profile actuellement se concrétise, nous pourrions égaler le succès de l'année dernière.

Ces éléments positifs ne veulent pas dire que le secteur peut se reposer sur ses lauriers. Il se pourrait bien que les prix exorbitants du carburant et l'inflation deviennent des sources de souci importantes. La confiance du consommateur a également été mise à rude épreuve ces derniers mois. Cela ne s'est pas traduit par une diminution des réservations, nous n'avons pas de boule de cristal pour prédire l'avenir.

Heureusement, plusieurs facteurs plaident en faveur du secteur. Pour de nombreuses personnes, les vacances annuelles sont perçues comme un besoin vital. On ne s'en passe pas volontiers. Les voyages sont de ce fait un peu moins sensibles à une conjoncture négative.

La pénétration du voyage organisé dans le marché reste une des préoccupations principales de l'ABTO. Comment persuader le client d'opter pour le marché du voyage organisé. Cette question reste primordiale.

Commençons par le prix:

Les organisateurs belges de voyages fournissent des efforts importants pour offrir à leurs clients les meilleures conditions. Les avantages réservations rapides, nuits supplémentaires, réductions enfants, single sans supplément, ne sont que quelques-uns des avantages qui ont été négociés pour nos clients.

L'augmentation claire des réservations rapides est le fruit de ces efforts. Fin janvier, les membres de l'ABTO enregistraient 900.000 réservations, un record absolu ! Ainsi le client a pu profiter de deux avantages importants: une offre très étendue de produits à des prix intéressants (aussi bien pour le vol que pour le séjour).

Un deuxième élément important est bien évidemment la qualité.

La confiance grandissante témoignée par les consommateurs à l'industrie du voyage se traduit par le peu de plaintes enregistrées. Les membres de l'ABTO organisent chaque année plus de 3,7 millions de vacances. Sachant qu'en 2007 la Commission Litiges Voyages a reçu 857 plaintes (ce qui représente une diminution de 1% par rapport à 2006, mais avec une augmentation du marché de 5%), nous pouvons raisonnablement conclure que le taux de satisfaction moyen est très élevé.

Le dernier élément concerne les "USP" uniques du secteur du voyage.

Les tour-opérateurs offrent un certain nombre de garanties que des fournisseurs d'autres secteurs du voyage ne peuvent fournir. Nous pensons à la juridiction belge; la possibilité d'aller en arbitrage ou en conciliation auprès de la Commission Litiges Voyages ; l'assurance contre l'insolvabilité financière ; les conditions générales de vente de la Commission Litiges Voyages et la loi qui régit le contrat de voyage.

Les 31 organisateurs de voyages actuellement membres de l'ABTO représentent pour 2007 un chiffre d'affaires de 2,06 milliards d'euros et près de 3,7 millions de clients.
