

Brussel, 26 april 2006

<p style="text-align: center;">RESULTATEN WINTER 2005/2006 TENDENSEN ZOMER 2006</p>

I) VAKANTIES IN DE VOORBLIJF WINTERPERIODE 2005-2006 (-12,3%)

1.1) Algemeen overzicht

Uit het algemeen overzicht blijkt dat de touroperators de afgelopen winter minder reizen hebben verkocht. De georganiseerde reismarkt noteert een verlies van **12.3%** een resultaat dat evenwel genuanceerd moet worden.

De minder gunstige economische omgevingsvariabelen, en de hoge brandstoffactuur hebben de groei van de wintervakanties ongetwijfeld wat afgeremd. Een aantal gezinnen heeft hierdoor afgehaakt.

De belangrijkste verklaring voor de terugval van de afgelopen winter vinden we evenwel terug in de verschuiving van de paasvakantie. De impact van deze verschuiving wordt begroot op +/-10%. In tegenstelling tot vorig jaar viel de paasvakantie dit jaar volledig in het zomerseizoen. Vorig jaar was dit niet het geval en werden de cijfers voor de winter positief beïnvloed, dit jaar zien we een omgekeerde beweging. De winterperiode strekt zich uit over een periode van 21 weken en vooral de verschuiving van één van de belangrijkste vakantieweken heeft een belangrijke impact op het globaal resultaat. Door de resultaten van de afgelopen 2 jaar te analyseren neutraliseren we de effecten van de verschuiving en zien we een status quo.

In dit licht kunnen we alvast opmerken dat het ABTO-WES panelonderzoek vanaf volgend seizoen aangepast wordt. Vanaf volgend jaar zullen de periodes beter afgebakend kunnen worden en zal ook extra informatie opgenomen worden in de studie.

Het marktvolume van de touroperators (excl. Citytrips en seat only's) bedroeg de afgelopen winter **619.338 eenheden**. De winterperiode is traditioneel goed voor +/-25% van het jaarlijks aantal verkochte reizen.

Het marktaandeel van de touroperators bedraagt nu naar schatting 29%.

1.2) Overzicht van de belangrijkste bestemmingen

Wanneer we de belangrijkste bestemmingen van naderbij analyseren stellen we vast dat een aantal bestemmingen een verlies optekenen. Zoals hoger vermeld houdt dit in hoge mate verband met de verschuiving van de paasvakantie.

Grote winnaar van de afgelopen winter is **Marokko (+6%)**. Deze bestemming blijft goed scoren. De investeringen in moderne infrastructuur en in de kwaliteit van de toeristische dienstverlening renderen en Marokko plukt daar duidelijk de vruchten van.

Ook de Long haul (+0,6%) presteert beter dan de rest van de markt. Bij de verre bestemmingen zijn het vooral Afrika (+34%) en het Arabisch schiereiland (+153,2%) die goed scoren. Het Amerikaans continent daarentegen verliest 11,1%.

Bij de marktleiders noteren we dat **Spanje (-8%)** het relatief beter doet dan **Frankrijk (-14,6%)**.

Vooraf de Franse alpen (-17,9%) wegen op het globaal resultaat van Frankrijk. Dit heeft uiteraard te maken met de verschuiving van de paasvakantie. De hoger gelegen skigebieden van de Alpen trekken vooral tijdens de paasvakantie veel gasten aan. De dichtbijbestemmingen in Frankrijk, met onder andere Champagne-Ardennen, (+12,4%) en Vogezen-Elsas (-2,5%) scoren duidelijk beter dan de overige regio's. Ook Disneyland Parijs (-8,5%) houdt goed stand.

Grote verliezer is dit jaar **Egypte (-26,4%)**. Het winterseizoen ging aanvankelijk zeer moeizaam van start. Het tij is inmiddels gekeerd en voor de zomer zijn de vooruitzichten een stuk beter.

Duitsland verliest 5,1%, maar wint opnieuw marktaandeel. Deze bestemming heeft de afgelopen jaren duidelijk aan belang gewonnen. België (-16,1%) daarentegen levert in. Opvallend: de kust (+2,1%) wint aan belang, dit ten nadele van de overige bestemmingen.

Bij de overige vliegbestemmingen zien we dat ook Turkije (-20,1%) inlevert. Tunesië(-7%) houdt beter stand.

De skibestemmingen (-15,9%) verliezen opnieuw terrein. Zoals we reeds hebben opgemerkt houdt dit verband met de verschuiving van de paasvakantie .

1.3) Evolutie per transportmiddel

Uit de cijfers blijkt dat zowel vlieg als de autovakanties de afgelopen winter een daling noteren.

Autovakanties: -14%

Vliegvakanties : -11%

- Short & medium haul: -13,4%

- Long haul: -0,5%

De autocarvakanties vertonen voor het eerst in jaren opnieuw een groei en stijgen met 6,2%.

De vakanties met de trein vertonen een daling van 4,8%.

1.4) Vliegvakanties : -11%

Op het niveau van de vliegvakanties is er een duidelijk verschil merkbaar tussen de Short & Medium Haul enerzijds en de Long Haul anderzijds.

- **De vliegvakanties Short & Medium Haul : -13,4%**

Grote winnaar van het afgelopen winterseizoen is opnieuw Marokko (+3%). Marokko bekleedt nu de vierde plaats bij de vliegvakanties.

Grote verliezer is Egypte (-26,9%). Na een moeilijke start van de winter kon de achterstand niet meer worden goedgehaakt.

Marktleider Spanje (-5,8%) verstevigt opnieuw zijn leiderspositie. Ook Tunesië (-7,3%) scoort beter dan het marktgemiddelde.

- **Vliegvakanties Long Haul (-0,5%)**

De verre bestemmingen noteren een verlies van 0,5 %.

Afrika (+34%) en het Arabische schiereiland (+153,2%) komen als grote winnaars uit de bus.

In Afrika wordt Kenia (+29,5%) opnieuw marktleider, voor Senegal (+3,7%). Vooral voor de Kaapverdische eilanden, met de opening van een RIU-hotel scoren dit jaar goed. Ook het **Arabisch schiereiland** (+153,2%) noteert voor het tweede opeenvolgende jaar een spectaculaire groei. Deze bestemmingen, veelal in het hogere prijssegment lijken beter te presteren dan de rest van de markt

In Azië (+3,6%) blijft Thailand (+9,4%) de onbetwiste marktleider. De groei houdt verband met de rechtstreekse vakantievlucht Phuket-Colombo vanuit Brussel.. Ook Sri Lanka (+205,1%) en de Malediven (+82,9%) profiteren van dit effect en noteren na de Tsunami van een hernieuwde belangstelling.

India (-40,6%), Indonesië (-35%) en China (- 15,2%) daarentegen noteren een verlies.

Het Amerikaans Continent (-11,1%) levert voor het tweede opeenvolgende jaar in. Grote verliezers zijn de bestemmingen in het Caraïbisch gebied. Het tumultueus orkaanseizoen ligt vers in het geheugen. De Dominicaanse Republiek (-5,5%), marktleider verre bestemmingen Cuba (-21,2%) en Mexico (-15,9%) leveren in. Ook de Verenigde Staten (-25,1%) noteren dit jaar een verlies.

Oceanië (+6,8%) met Nieuw Zeeland en Australië noteert een mooie groei.

1.5) Autovakanties (-14%)

De autovakanties noteren een verlies van 14%. Een groot deel van de winst van vorig jaar wordt hierdoor teniet gedaan.

Bij de dichtbijvakanties zien we dat vooral Duitsland (-4,9%) relatief goed scoort. Ook de Franse dichtbijbestemmingen, met de Champagne-Ardennen, (+12,4%) en Vogezen-Elsas (-2,5%) en in mindere mate Disneyland Parijs (-8,5%) en Nederland (-9,1%) doen het duidelijk beter dan de rest van de markt

Voor België (-16,1%) Luxemburg (-22%) en het Verenigd Koninkrijk (-47,2%) was er het voorbije seizoen beduidend minder interesse.

Ook de **skivakanties (-15,9%)** noteren een verlies.

Vooral Italië, Andorra (-25%) en de Franse Alpen (-17,9%) trekken minder skifanaten aan. Oostenrijk (-12,1%) en het Zwitserland (-9,5%) doen het beduidend beter.

De terugval kan verklaard worden door twee factoren. Kerst en nieuwjaar vielen dit jaar op zaterdag, deze dag viel samen met de vakantiewissel en velle klanten werden hierdoor afgeschrikt. Verder heeft ook de verschuiving van de paasvakantie naar de zomer een belangrijke impact op deze cijfers. Dit kan afgeleid worden uit de zomerboekingen voor de bergregio's. Voor de zomer vertonen de hoger gelegen regio's een belangrijke groei: de Alpen (+36%), Zwitserland (+42,2%), Dolomieten (+25,6%). Oostenrijk moet zich daarentegen tevreden stellen met een status quo. Val D'aoste verliest ook tijdens de zomer (-20,3%)

II) CITYTRIPS IN DE VOORBIJE WINTERPERIODE NOVEMBER 2005 - MAART 2006 (-12,5%)

Na drie jaren van groei noteren de citytrips een dip. Ook hier zien we de negatieve impact van de verschuiving van de paasvakantie.

Het marktvolume bedroeg de afgelopen winter 121.707 eenheden.

Wanneer we de bestemmingen van naderbij analyseren valt op dat marktleider Parijs (-21,2%) de groei van vorig jaar grotendeels inlevert. De rellen hebben de boekingen gedurende enkele weken negatief beïnvloed. Ook Londen (-36,1%) noteert een belangrijk verlies. Niet enkel de aanslagen van juli 2005 maar ook het prijsniveau speelt de stad parten.

Het gezamenlijke marktaandeel van Parijs en Londen is de afgelopen jaren in belangrijke mate afgenomen. Samen vertegenwoordigen de bestemmingen nog 37% van de totale markt. Enkele jaren terug vertegenwoordigden beide bestemmingen nog meer dan 50% van de markt.

Opvallend voor de afgelopen winter is opnieuw het succes van een aantal zuiderse citytripbestemmingen. Barcelona (+4,4%) zet zijn opmars door en is nu de derde belangrijkste bestemming inzake citytrips.

Ook het Portugese Lissabon (+29,1%) springt opnieuw in het oog. Verder noteren Madrid (+4,1%), Sevilla, (+20,1%) en Athene (+40,9%) een mooie groei.

De Italiaanse bestemmingen Rome (-23,6%) en Venetië (-3,9%) kunnen momenteel niet opwegen tegen de concurrentie van de Spaanse citytripbestemmingen. Het prijsniveau van de Italiaanse steden is relatief hoger.

Bij de verliezers noteren we verder Istanbul (-25,4%), Praag (-15,7%). Ook Wenen (-7,2%) en Amsterdam (-4,3%) waren de afgelopen winter wat minder in trek.

Berlijn (+56,7%) profiteert van de bijkomende vluchtcapaciteit tegen aantrekkelijke tarieven.

III) VAKANTIES IN DE KOMENDE ZOMER 2006 (+5,9%)

Op basis van de boekingen van november tot maart, kunnen we reeds een aantal belangrijke tendensen vrijgeven voor het komende zomerseizoen. Traditioneel wordt in deze periode meer dan 50% van de boekingen gerealiseerd. Op 31 maart waren reeds 1.283.869 vakanties geboekt.

De boekingen voor de pakketreizen vertonen momenteel een groei van 5,9%.

Enkele opmerkelijke vaststellingen:

De autovakanties (+15%) doen het merkkelijk beter dan de vliegvakanties (+1,5%).

Wat het segment van de vliegvakanties valt op dat de Short & Medium (+0,7%) beduidend minder goed scoort als de Long Haul (+12,9%)

- **De autovakanties: +15%**

De autovakanties noteren momenteel een mooie groei van 15%. De cijfers worden weliswaar positief beïnvloed door het feit dat de paasvakantie dit jaar volledig in het zomerseizoen valt, doch dit verklaart zeker niet de volledige stijging.

Bij de dichtbijbestemmingen zien we dat enkel het Verenigd Koninkrijk (-27,1%) een verlies noteert. De overige dichtbijbestemmingen noteren een groei. Duitsland (+18,4%) Luxemburg (+16,6%) Nederland (+6,5%) en ook België (+0,4%) gaan deze zomer vooruit. Ook Disneyland Parijs (+2,8%) scoort positieve cijfers.

Bergregio's, en vooral dan de hoger gelegen gebieden zoals Franse Alpen (+36,8%) en Zwitserland (42,2%) noteren een belangrijke groei die mede verband houdt met de verschuiving van de paasvakantie.

De autovakanties naar het zuiden presteren duidelijk beter dan vorig jaar. Procentueel gezien is Italië (+24,3%) de grootste groeier. Ook Spanje (+15,3%) en Frankrijk (+18,3%) , met vooral de Provence (+32%), de West Atlantische kust (+15,7%) en de Cote d'Azur (+13,2%) scoren positieve cijfers. Mogelijk houdt deze hernieuwde belangstelling verband met de sterke daling voor de vliegtuigvakanties richting Turkije.

- **de vliegvakanties: + 1,5%**

Zoals blijkt uit de cijfers scoort de Long Haul duidelijk beter dan de Short & Medium Haul.

a) De short & medium haul: + 0,7%

Op basis van de huidige cijfers ziet het ernaar uit dat **Turkije** (- 36,2%), vorig jaar nog marktleider bij de vliegvakanties de grote verliezer van 2006 wordt. De vogelgrieppepidemie heeft de boekingen voor Turkije in belangrijke mate beïnvloed. Sinds maart is er opnieuw een herstel waarneembaar.

De terugval van Turkije wordt duidelijk gecompenseerd door boekingen voor andere bestemmingen.

Voor de Europese bestemmingen die het de afgelopen jaren wat moeilijker kregen door de concurrentie van Turkije lijken aan belangstelling winnen. **Spanje** (+20,8%) wordt opnieuw de onbetwiste marktleider vliegvakanties. Vooral **Italië** (+38,3%), waar de opening van Calabrië de cijfers positief beïnvloed, **Portugal** (+23,7%) **Griekenland** (+14%) en **Cyprus** (+11,7%) noteren mooie groeicijfers.

Bij de niet-Europese bestemmingen blijven Marokko (+27,5%), Tunesië (+17,3%) en ook Egypte (+8,9%) goed scoren.

Bij de verliezers noteren we Bulgarije (-21,1%). Bulgarije is het enige land binnen het Middellandse zeegebied waarvoor een paspoortvereiste blijft gelden, en draagt hier de tol van. Ook Kroatië (-3,5%) en Malta (-3,5%) leveren momenteel lichtjes in.

b) Long haul: +12,9%

Net als de voorbije winter situeren de groeibestemmingen zich vooral buiten het Amerikaans continent.

Afrika (+45,8%) en **Arabisch schiereiland** (+119,5%) noteren net als de voorbije winter excellente cijfers. Vooral de nichemarkten scoren goed. De traditionele charterbestemmingen Kenia (+2,8%) en Senegal (-25,5%) scoren minder goed dan bijvoorbeeld Zuid-Afrika (+53%).

Azië (+71%) heeft zich uitstekend hersteld na de Tsunamiramp die de regio vorig jaar trof. Met uitzondering van Vietnam (-10,3%) gaan alle bestemmingen vooruit. Vooral Thailand (+90,9%), Sri-lanka (+884%) en de Malediven (+899%) noteren een spectaculaire groei.

Oceanië (+ 0,2%), met Australië & Nieuw Zeeland behaalt een status quo.

Het **Amerikaans Continent** (-7,2%) noteert een verlies. Vooral de Dominicaanse Republiek (-10,2%) en Mexico (-23,4%) noteren een sterk verlies. De overige bestemmingen, met oa de Cuba (+1,8%), de Verenigde Staten (+3,8%) en Canada (+44%) doen het opmerkelijk beter.

IV DE CITYTRIPS ZOMER 2006 (+27,8%)

De citytrips vertonen momenteel een mooie vooruitgang. Eind maart werden reeds 78.558 citytrips geboekt, goed voor een groei van 27,8%

Bij de grote winnaars vinden we Barcelona (+33,7%) terug. Barcelona dat profiteert van extra belangstelling naar aanleiding het Picasso-jaar is momenteel marktleider citytrips, voor Parijs (+17%) en Rome (+20,7%) en. Wat Rome betreft houdt de groei nauw verband met de extra capaciteit die wordt ingelegd vanuit Brussel.

Ook Wenen (+56,7%), en Amsterdam (+32,6%) waar dit jaar het geboortjaar van respectievelijk Mozart en Rembrandt wordt gevierd scoren uitstekend.

Grote cultuurevenementen spelen duidelijk in de kaart van deze bestemmingen. Verder noteren we opnieuw Lissabon (+36,8%) en Berlijn (+87%) , met extra vluchtcapaciteit tegen aantrekkelijke tarieven bij de grote winnaars.

Grote verliezer is opnieuw Londen (-5%). Het prijsniveau speelt de bestemming parten.

Ook Istanbul (-4,2%) hoort tot de verliezers.

B/ Algemeen Besluit

Na een moeilijke winter noteert de georganiseerde reismarkt voor de zomer opnieuw positieve cijfers. De boekingen voor de zomer van 2006 noteren momenteel een groei van bijna 6% voor de vakanties en 27,8% voor de citytrips.

Grote verliezer van 2006 wordt ongetwijfeld Turkije. De boekingen voor het zomerse Turkije vertonen momenteel nog steeds een terugval van 36,2%. De grote media-aandacht voor de vogelgriep heeft de boekingen duidelijk afgeremd, maar sinds maart stellen we toch vast dat de boekingsachterstand wordt afgebouwd.

Door het verlies van Turkije is er een verschuiving naar andere bestemmingen. Niet enkel vliegbestemmingen maar ook de autovakanties naar de zon noteren een mooie plus. Wij stellen vast dat ook in andere Europese markten sprake is van een dalende vraag voor Turkije en een toenemende vraag voor andere bestemmingen. Hierdoor kunnen beddenspanningen ontstaan. Vroeg boeken blijft dus de boodschap.

Wat toeristisch 2006 betreft verwacht ABTO een lichte toename van de georganiseerde reismarkt. Recente studies tonen aan dat het belang van de touroperators verder blijft toenemen.

De belangrijkste factor blijft de goede prijs/kwaliteitsverhouding:

Laten we beginnen bij de prijs:

Reizen die via touroperators geboekt worden zijn bijna altijd goedkoper dan reizen die men zelf organiseert. De Belg is zich hier in toenemende mate van bewust. De Belgische reisorganisatoren hebben van meet af aan inspanningen geleverd om hun klanten de beste

condities te geven. Vroegboekkortingen, extra nachten, kinderkortingen, het wegvallen van de single supplementen zijn maar enkele van de voordelen die stevast genegotieerd worden voor de onze Belgische klanten. Vooral in België bestaat hierin een traditie en worden dergelijke acties sterk geapprecieerd door de consument.

Een tweede belangrijk element is uiteraard de kwaliteit.

Dat ook de kwaliteit een topprioriteit is wordt vertaald in het aantal klachten bij de Geschillencommissie. Het klachtenpercentage blijft uitzonderlijk laag. De stijging van het aantal touroperatorreizen wordt niet vertaald in meer klachten, integendeel, het aantal dossiers bij de Geschillencommissie is de laatste jaren merkkelijk afgenomen. In 2005 organiseerden de ABTO-leden de vakanties van meer dan 3,5 miljoen klanten. In datzelfde jaar ontving de Geschillencommissie minder dan 1000 klachtenbrieven. 201 van deze klachten resulteerden in de opstart van een arbitrageprocedure. Het klachtenpercentage bedraagt amper 1 à 2/10.000

Consumentvriendelijke garanties zullen in de toekomst steeds belangrijker worden. Via het internet bieden steeds meer aanbieders van reisdiensten hun diensten aan. De garanties verschillen evenwel in belangrijke mate in functie van het gekozen kanaal.

Zo bieden de luchtvaartmaatschappijen en hoteliers die rechtstreeks reisdiensten aanbieden niet dezelfde garanties als de georganiseerde reismarkt.

De belangrijkste garanties van de touroperators betreffen uiteraard de verzekering insolventie, de consumentvriendelijke Algemene voorwaarden en een Belgische jurisdictie. Deze USP's zijn van essentieel belang en onderscheiden de reissector van de overige dienstverstrekkers.

Het boeken bij een ABTO lid biedt de consument extra garanties. Vorig jaar ontwikkelde ABTO voor haar leden een internetgedragscode. De implementatie van de gedragscode is bijna voltooid en al 17 leden kregen de toestemming om het nieuwe logo te voeren. Meer info hierover vindt u binnenkort op onze website www.abto.be.

