

Brussel, 2 mei 2007

<p style="text-align: center;"><b>RESULTATEN WINTER 2006/2007</b> <b>TENDENSEN ZOMER 2007</b></p>
---

**I) VAKANTIES IN DE VOORBILJE WINTERPERIODE 2006-2007 (+9,5%)**

**1.1) Algemeen overzicht**

Uit het algemeen overzicht blijkt dat de touroperators een mooi winterseizoen achter de rug hebben. De totale georganiseerde reismarkt steeg de afgelopen winter met **9,5%**.

In tegenstelling tot vorig jaar is er geen belangrijke verschuiving geweest van de paasvakantie. Beide periodes zijn bijgevolg vergelijkbaar.

Het marktvolume van de touroperators (exclusief citytrips en seat only's) bedroeg de afgelopen winter 687.072 eenheden. De winterperiode is traditioneel goed voor +/-25% van het jaarlijks aantal verkochte reizen.

Het marktaandeel van de touroperators bedraagt +/- 29%.

**1.2) Overzicht van de belangrijkste bestemmingen**

Als we de bestemmingen van naderbij analyseren stellen we vast dat bijna alle bestemmingen een groei optekenen. Enkel Turkije (-9,7%) noteert een verlies.

De autovakanties hebben een uitstekend seizoen achter de rug. Zowel wintersport als dichtbijvakanties waren afgelopen winter bijzonder populair.

Het aantal skivakanties steeg de voorbije winter met maar liefst 18,5% en dit segment presteert daarmee ver boven het marktgemiddelde.

Bekijken we de bestemmingen van dichtbij dan komt Zwitserland (+35,7%) als grote winnaar uit de bus, maar ook de Franse Alpen (+17,3%), Oostenrijk (+15%) en de Dolomieten (+20,4%) noteren een mooie groei.

Bij de dichtbijvakanties blijft Duitsland (+15,8%) verbazen. Het marktaandeel van deze bestemming kent jaar na jaar een mooie groei. Ook België (+15,1%) deed het de afgelopen winter bijzonder goed. Disneyland Parijs moest zich tevreden stellen met een status quo.

Bij de vliegvakanties (+3,9%) zien we dat vooral de niet-Europese bestemmingen het opnieuw goed doen. Egypte (+12,5%), Tunesië (+8,5%) en Marokko (+5,8%) noteren een mooie groei. Marktleider Spanje stijgt met 2,7%.

De verre bestemmingen tenslotte, noteren een groei van 4%.

### **1.3) Vliegvakanties : + 3,9 %**

De vliegvakanties (pakketreizen) groeiden afgelopen winter met 3,9%. Het marktvolume bedraagt nu 319.496 vakanties.

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 : +5,1%**

Spanje (+1,4%) blijft in de winter de onbetwiste marktleider. De concurrentie van niet-Europese bestemmingen blijft verder toenemen. Steeds meer zonzekere bestemmingen met een uitstekende prijs/kwaliteitsverhouding profileren zich als alternatief voor Spanje.

Deze winter deden vooral Egypte (+12,4%) en Tunesië (+8,5%) het uitstekend. Ook Marokko, noteert opnieuw een mooie groei van 5,2%.

Grote verliezer van de afgelopen winter is opnieuw Turkije. (-10,5%)

Bij de Europese bestemmingen noteren we verder dat Malta (+6,4%) en Portugal (+5,5%) positief scoren. De groei voor Portugal situeert zich vooral bij Madeira. (+22,2%). Cyprus (-4,3%) levert lichtjes in.

- **Vliegvakanties Long Haul (-0,4% : all packages +4%)**

Bij de verre bestemmingen stellen we vast dat de pakketreizen (vlucht en verblijf) een verlies optekenen van 0,4%. Opvallend evenwel in dit segment is de opmars van de hotelverblijven (+388%). Aangezien deze bestemmingen enkel per vliegtuig te bereiken zijn beschouwen we ook de verblijfsformules als vliegtuigpakketten.

Beide segmenten samen zijn goed voor een groei van 4%.

**Afrika (-4,9%) en het Arabische schiereiland (-31,9%)** vorig jaar nog de grote winnaars leveren een deel van hun winst opnieuw in. Kenia (-8,5%) blijft marktleider, op de voet gevolgd door Senegal (-1,4%).

**In Azië (+7,1%)** blijft Thailand (+7%), met een marktaandeel van ruim 55%, de onbetwiste marktleider. Vietnam (+42,7%) noteert een mooie groei en wordt de tweede bestemming in de regio. Ook China (+50,8%), de Malediven (+39,6%) en India (+9,9%) presteren goed. In deze regio is de grote verliezer Sri Lanka (-32%). Verschillende aanslagen zorgen voor een zware terugval van het aantal klanten.

**Het Amerikaans Continent (+7,4%)** kon rekenen op een hernieuwde belangstelling. De Dominicaanse Republiek (-4,4%) blijft de onbetwiste marktleider, maar levert lichtjes in. Grote winnaar in deze regio is Mexico (+43,7%). Mexico kent een sterk herstel. Vorig jaar werd de bestemming nog erg getroffen door orkaangeweld.

**Oceanië (+44,7%)** met Nieuw Zeeland en Australië net als vorig jaar een mooie groei.

#### **1.4) Autovakanties (+13,8%)**

De autovakanties noteren een mooie groei van 13,8%. Het marktvolume bedraagt nu 350.000 eenheden.

Met uitzondering van Disneyland Parijs (-4,5%) noteren alle bestemmingen een mooie groei.

De **dichtbijvakanties** hebben een schitterend seizoen achter de rug. Procentueel is Luxemburg de grootste stijger, met een groei van 39,6%. Ook Nederland (+18,4%), Duitsland (+15,5%) en de Franse dichtbijbestemmingen, de Champagne-Ardennen, (+23,9%), de Vogezen-Elsas (+15,4%) en Normandië (+40,6) scoren goed.

België noteert een groei van 14,1%. Vooral de kust en Groen Vlaanderen winnen aan belang. De Ardennen moeten lichtjes terrein prijsgeven.

Disneyland Parijs (-4,5%) verliest lichtjes. Het verlies bij de autovakanties wordt evenwel volledig gecompenseerd door een groei bij de treinvakanties. Globaal genomen noteert de bestemming een status Quo.

De **skivakanties (+ 18,5%)** waren afgelopen winter het sterkst presterende segment.

Procentueel gezien is Zwitserland (+35,9%) de grote winnaar van het afgelopen seizoen. Ook Andorra (+20,5%), Italië (+15,8%), de Franse Alpen (+ 15,4%) en Oostenrijk (+13%) deden het uitstekend.

#### **II) CITYTRIPS IN DE VOORBIJE WINTERPERIODE NOVEMBER 2006 - MAART 2007 (+8,5%)**

De citytrips noteren een mooie groei van 8,5%.

Het marktvolume bedroeg de afgelopen winter 132.046 eenheden.

Wanneer we de bestemmingen van naderbij analyseren valt op dat marktleiders Parijs (+35,2%) en Londen (+18,6%) hun marktaandeel opnieuw verstevigen. Beide bestemmingen noteerden de vorige winter een zwaar verlies. Deze trend wordt duidelijk omgebogen. Parijs maakt het verlies van vorige winter volledig goed, Londen niet.

Barcelona, de derde belangrijkste bestemming inzake citytrips doet het opnieuw goed (+4,3%). Deze bestemming noteert nu reeds voor het vijfde opeenvolgende jaar een groei. Ook Venetië (+3,8%) stijgt.

Grote verliezer van de afgelopen winter is Istanbul (-60,5%). Ook Wenen (-16,2%), Madrid (-7,4%) en Lissabon (8,3%) verliezen. Lissabon en Madrid waren vorig jaar evenwel de sterkhouders bij de citytrips.

### III) VAKANTIES IN DE KOMENDE ZOMER 2007 (+3,9%)

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 werden reeds 1.335.540 vakanties geboekt.

De boekingen voor de pakketreizen vertonen momenteel een groei van 3,9%.

- Autovakanties: +2%
- Vliegvakanties: +5,1%
  - Short & Medium Haul: +5,9%
  - Long Haul: -5,5% (all packages : -1,4%)

Enkele opmerkelijke vaststellingen:

Wanneer we de belangrijkste bestemmingen van naderbij analyseren kunnen we vaststellen dat de meeste bestemmingen opnieuw een groei noteren.

Spanje (-11,7%), Griekenland (-2,8%) en Marokko (-6,5%) moeten een (klein) deel van de winst van vorig jaar opnieuw prijsgeven. Deze bestemmingen hebben vorig jaar sterk geprofiteerd van de verminderde belangstelling voor Turkije. (Vogelgriep)

Frankrijk noteert een lichte terugval van 0,8%. De terugval situeert zich vooral in een verminderde belangstelling voor de Alpen. De overige regio's doen het wel goed. Vooral de goede resultaten van Disneyland Parijs, dat dit jaar zijn 15e verjaardag viert springen in het oog. De aantrekkelijke voordelen en acties die gepaard gaan met deze verjaardag missen hun uitwerking niet. Disneyland noteert momenteel een groei van maar liefst 19,5%.

Grote winnaar voor de zomer 2007 is **Turkije**, met een groei van maar liefst 37,6%. Turkije maakt het verlies van vorig jaar volledig goed en wordt opnieuw marktleider bij de vliegvakanties. Qua marktaandeel is Turkije net iets groter dan Frankrijk.

Tunesië (+9,4%) en Egypte (+11,9%) vertonen, net als Italië (+8,9%), Duitsland (+4,3%) en Oostenrijk (+6,7%) een mooie groei.

Voor de Long Haul is de trend negatief.

#### Autovakanties : +2%

**Bij de autovakanties** noteren de dichtbijbestemmingen globaal genomen een mooie stijging, met als uitschieters Luxemburg (+27,1%), de Franse dichtbijbestemmingen en Nederland (+13,7%). Ook België (+5%) en Duitsland (+4,3%) noteren een mooie groei.

De Bergregio's kennen globaal genomen een terugval. Deze is vooral toe te rekenen aan de minder goede resultaten van de Alpen. Zwitserland (+13,6%) en Oostenrijk (+6,5%) volgen deze trend niet.

Bij autovakanties naar het zuiden tenslotte, doen vooral Kroatië (+52,1%) en Italië (+9,3%) het opmerkelijk goed. Frankrijk noteert een lichte groei. Grote verliezer in dit segment is Spanje (-12,8%). Deze bestemming heeft vorig jaar ook het meest geprofiteerd van de terugval van Turkije.

### **Vliegvakanties: +5,1%**

**Bij de vliegvakanties** is de absolute groeier **Turkije**, met een stijging van 37,4%. Deze bestemming wordt opnieuw marktleider bij de vliegvakanties.

Een andere opmerkelijk stijger is **Bulgarije** (+30,2%). Het wegvallen van de paspoortvereiste heeft duidelijk een positief effect op de boekingen.

Bij de overige winnaars vinden we Egypte (+11,8%), Tunesië (+9,2%), Italië (+7,4%) en Portugal (+5,2%)

De verliezers situeren zich bij de winnaars van vorig jaar. Spanje (-10,5%), Marokko (-7,6%) en Griekenland (-3,3%) leveren een deel van hun winst van vorig jaar opnieuw in. Ook Kroatië noteert een verlies (-4,4%). Voor deze bestemming is er evenwel een belangrijke verschuiving van vlieg- naar de autovakanties.

Wat de Long Haul betreft (-5,5%) zien we dat het Amerikaans continent (+12%) deze zomer uitstekend presteert. Vooral de Caraïben, met de Dominicaanse Republiek (+16,7%), Mexico (+33,8%) en Jamaica (+24,7%) winnen aan populariteit. De Verenigde Staten en Cuba doen het momenteel minder goed

Azië (-24,9%) en Afrika (-20%) zijn duidelijk minder populair.

In Afrika noteren marktleiders Kenia en Senegal een licht verlies van +/- 4%. Het verlies situeert zich vooral bij de overige bestemmingen (o.a. kaapverdise eilanden). Deze kenden vorig seizoen een spectaculaire groei.

De terugval van Azië heeft rechtstreeks te maken met het wegvallen van de rechtstreekse charter op Thailand (-34,5%) Procentueel is Sri Lanka (-64%) de grote verliezer. Vietnam (+51,9%), de Malediven (+50,5%) en China (+25,3%) scoren dan weer bijzonder goed.

### **IV DE CITYTRIPS ZOMER 2007 (+20,8%)**

De citytrips vertonen momenteel een mooie vooruitgang. Eind maart werden reeds 94.871 citytrips geboekt, goed voor een groei van 20,8%.

Als we de transportmiddelen van naderbij analyseren valt op dat het marktaandeel van hotel only formules afneemt ten voordele van pakketreizen. Pakketreizen met het vliegtuig en met de trein stijgen met ongeveer 60%. Hotel-only formules dalen met 15,5%. De pakketten vertegenwoordigen 60%, waarvan 47,5% voor het vliegtuig en 13,3% voor de trein.

Bijna alle bestemmingen noteren een mooie groei.

Barcelona (+21%) en Parijs (+27,3%) doen een nek aan nek race voor het marktleiderschap.

Bij de grote winnaars vinden we dit jaar Lissabon (+38,2%), Venetië (+29,4%) en Londen (+28,9%). Ook Praag (+22%) doet het uitstekend.

Grote verliezer is momenteel Amsterdam (-27,8%). Deze bestemming kon vorig jaar evenwel rekenen op extra belangstelling vanwege het Rembrandtjaar. Ook Wenen (-1,8%), waar vorig jaar de geboorte van Mozart werd gevierd levert lichtjes in.

## **B/ Algemeen Besluit**

De vooruitzichten voor de georganiseerde reismarkt blijven positief. Na een geslaagd winterseizoen noteert de reismarkt ook voor de zomer positieve cijfers. De boekingen voor de zomer van 2007 noteren momenteel een groei van bijna 3,9% voor de vakanties en 20,8% voor de citytrips.

Grote winnaar van 2007 wordt ongetwijfeld **Turkije**. De boekingen voor het zomerse Turkije vertonen momenteel een groei van maar liefst 37,6%. De bestemming, die vorig jaar nog zwaar gebukt ging onder de grote media-aandacht voor de vogelgriep heeft de terugval volledig goedge maakt.

De revival van Turkije gaat deels ten koste van de winnaars van vorig jaar. 2007 wordt opnieuw een normaal jaar.

Voor 2007 verwacht ABTO opnieuw een toename van de georganiseerde reismarkt. Recent onderzoek van het WES (resultaten zomer 2006) toont aan dat het marktaandeel van de georganiseerde markt verder blijft stijgen en dat is uiteraard een heel positief gegeven.

De verdere groei van de sector een meer bepaald de penetratie van het georganiseerd reizen blijft voor ABTO de topprioriteit.

Welke zijn nu de belangrijkste redenen van deze groei.

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 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.

Het stijgend vertrouwen van de consument in de reisindustrie wordt keihard bewezen door het zeer lage aantal klachten. Via de ABTO-leden worden meer dan 3,7 miljoen vakanties georganiseerd. Als je dan weet dat de Geschillencommissie in 2006 slechts 868 klachten

ontving (een daling met 6% tov 2005) dan menen we te mogen stellen dat de gemiddelde klantentevredenheid toch wel zeer hoog ligt.

Het laatste element betreffen de unieke USP's van de reissector.

De touroperators bieden inderdaad een aantal garanties die de leveranciers van andere reisdiensten niet bieden. Denken we maar aan jurisdictie in België, met de mogelijkheid tot arbitrage of verzoening bij de geschillencommissie; de verzekering insolvabiliteit, die klanten beschermt bij faillissement van de touroperator, de consumentvriendelijke algemene voorwaarden van de geschillencommissie en de reiscontractenwet. De recente staking op Brussels Airport heeft opnieuw aangetoond dat klanten van touroperators toch heel wat meer garanties ontvangen.

De verdere uitbouw van het ABTO-kwaliteitslabel en van de unieke garanties voor de consument blijft belangrijk. Vorig jaar lanceerden we het **ABTO -E- travel guarantee logo**. Heel wat leden hebben dit logo inmiddels ontvangen, een logo dat ervoor zorgt dat ook op het internet de consumentvriendelijke garanties van de sector worden waargemaakt.

2007 wordt tenslotte een jaar van vernieuwing.

Eind vorig jaar werd van start gegaan met de modernisering van het panelonderzoek. De belangrijkste kinderziekten lijken nu van de baan en binnenkort zullen onze leden over heel wat meer marktinformatie kunnen beschikken. Dit zal toelaten om nog beter in te spelen op de veranderende behoeften van de markt.

Een tweede belangrijke verandering betreft de vernieuwing van de structuren van ABTO. Voortaan spelen commissies (reguliere vluchten, charter, auto, cruises, e-commerce) en werkgroepen (calamiteitenplan, WES, BTW) een belangrijke rol. Het is nu al duidelijk dat deze wijziging een nieuwe dynamiek zal creëren.

#### Tot slot:

- De 31 reisorganisaties die aangesloten zijn bij onze beroepsvereniging vertegenwoordigden in 2006 een omzet van ruim 1,88 miljard EURO en ruim 3,7 miljoen klanten.
- Volgende persconferentie: BTE expo, vrijdag 14 december