

<p style="text-align: center;">RESULTATEN WINTER 2009/2010 TENDENSEN ZOMER 2010</p>

D) VAKANTIES IN DE VOORBLIJVE WINTERPERIODE 2009-2010 (-5,7%)
(Periode: 21 oktober 2009 - 20 maart 2010)

1.1) Algemeen overzicht

Uit het algemeen overzicht kan vastgesteld worden dat de wintervakantiemarkt tot 2001 een continue groei kende. Vanaf 2001 werd de sector geconfronteerd met verschillende crisissen (11 september, stijgende brandstofkosten, de financiële crisis etc).

Het winterseizoen 2009-2010 werd afgesloten met een verlies van 5,7%. Daar waar de terugval vorig jaar deels toe te schrijven was aan de correctie voor de krokusvakantie (deze viel opnieuw samen met die van de ons omliggende landen) kunnen we vandaag niet anders dan vaststellen dat vooral de economische en financiële crisis de sector parten heeft gespeeld.

Het consumentenvertrouwen, graadmeter voor groei in onze sector, blijft vrij zwak. De consument voelt zich nog steeds onzeker over zijn job, (zie oa Opel, Carrefour), zijn inkomen en toekomst (lage rente, volatiele beurzen, etc) De financiële crisis veroorzaakte bovendien een toevlucht naar “veilige” beleggingen, die heel wat minder rendabel zijn dan de beleggingen van weleer. De extra's waren medebepalend voor het vakantiebudget. Bij de gepensioneerden is dit bvb duidelijk merkbaar.

De consument boekt momenteel beduidend korter voor vertrek en ook de prijs sensitiviteit nam toe. Producten met goede prijs/kwaliteit verhouding blijven relatief goed boeken.

Het marktvolume (exclusief citytrips en seat only's) bedroeg de afgelopen winter ruim 637.000 vakanties.

De citytrips deden het met een groei van 4,3% beduidend beter. Deze worden in het volgende hoofdstuk apart behandeld.

Het marktaandeel van de touroperators in alle commerciële reizen bedraagt nu 29,8%. (bron: WES Vakantieonderzoek 2008). Dit marktaandeel kende ook de afgelopen 10 jaar een continue groei.

1.2) Overzicht van de belangrijkste bestemmingen

Over het algemeen kunnen we stellen dat producten en bestemmingen die vorig jaar goed scoorden nu inleveren en omgekeerd. Dit jaar verloren vooral de autovakanties (-10,2%) terrein. De vliegvakanties (-2,1%) hielden relatief beter stand.

Bij de autovakanties blijft Frankrijk (-5,8%) onbetwiste marktleider (= 27,5% van de markt)

De **dichtbijbestemmingen**, vorig jaar nog goed voor een mooie groei, leveren nu in. In Frankrijk daalt niet enkel Disneyland Parijs (-6,5%) maar ook de Vogezen (-16,7%), Champagne-Ardenne (-11,1%) en Normandië (-15,7%). Voor Duitsland (-10,6%) , België (-8,9%), Nederland (-34,9%) en Luxemburg (-15,2%) zien we eenzelfde trend.

De **skivakanties** hielden relatief beter stand. Vooral de Franse Alpen (+0,2%) hebben een mooi seizoen achter de rug. Oostenrijk (-5,4%).

Bij de vliegvakanties komen **Turkije** (+17,2%) en **Tunesië** (+4%) als grote winnaars uit de bus.

Spanje (-5,3%), Egypte (-6,7%) en Marokko (-1,5%) noteren net als vorig jaar een verlies.

Bij de vliegvakanties zien we dat vooral goedkopere all in landen (Turkije, Tunesië, Marokko) marktaandeel winnen.

De verre bestemmingen noteren een verlies (-4,2%). De verliezen situeren zich vooral op het Amerikaans continent (-15,4%) en het Arabisch schiereiland (-49,1%). Afrika (+29,2%) Azië (+5%) en Oceanië (+7,5%) noteren een mooie plus.

1.3) De vakanties volgens product

Vliegvakanties : -2,1 %

- Short & Medium Haul: -1,7%
- Long Haul: - 3,5%

Enkel Logies : -10,2%

Trein: -2,9%

Autocar: +4,2%

A/ De vliegvakanties

De vliegvakanties noteren een verlies van 2,1%, doch versterken hun marktaandeel ten aanzien van de accommodation only. Het marktvolume bedraagt nu 309.703 vakanties.

- **De vliegvakanties Short & Medium Haul : -1,7%**

Bij de vliegvakanties leveren vooral de marktleiders Spanje (-4%) en Egypte (-7%) in. Het all in aanbod is vrij beperkt in Spanje. In tijdens van crisis is dit een nadeel. Egypte heeft dan weel het nadeel van een langere vluchtduur ten opzichte van concurrerende bestemmingen. In dit verband mag het succes van de Kaapverdische eilanden niet over het hoofd worden gezien. In de winter zijn deze, vanwege hun aangenaam klimaat ongetwijfeld een concurrent voor beide bestemmingen en betekenen zij een alternatief voor een deel van de klanten die andere jaren naar Egypte gaan.

De overige vliegbestemmingen doen beduidend beter. Niet enkel Turkije (+17,2%) en Tunesië (+4%) noteren een mooie groei. Ook Malta (+15,7%), Jordanië (+5,9%) en Cyprus (+6,5%) zetten een mooi resultaat neer .

Marokko (-0,8%) noteert een licht verlies maar scoort net als vorig jaar beduidend beter dan de markt in het algemeen.

- **Vliegvakanties Long Haul (-3,5%)**

De verre bestemmingen noteren een verlies (-3,5%).

Op het Amerikaans Continent (-15,3%) krijgt vooral Mexico (-40,1%) zware klappen. De bestemming die vorig jaar nog sterkhouders was bij de wintervliegvakanties, ondervindt nog steeds de gevolgen van de Mexicaanse griep. Ook de Caraïben leveren als regio marktaandeel in. De Dominicaanse Republiek (-11,8%), Cuba (-17,5%) en Jamaica (-14,5%) waren de afgelopen winter beduidend minder populair. De algemene daling in de regio houdt mede verband met het terugschroeven van capaciteit op bepaalde bestemmingen. De Caraïben waren vorig jaar nog de sterkhouders bij de vliegvakanties.

De Verenigde Staten (+1,8%) doen het dan weer beter dan de rest van de markt.

Afrika (+30,3%) noteert een mooie groei, vooral dankzij de mooie resultaten van Kenia (+213%) en de Kaapverdische eilanden (+34,6%). Wat Kenia betreft kunnen we stellen dat de situatie opnieuw genormaliseerd is na de onlusten van 2 jaar terug. Voor Senegal (-25,6%), Zuid Afrika (-17,3%) en Mauritius (-12,3%) is de trend negatief.

Azië (+8,2%) noteert een mooi resultaat. Thailand (+12,9%) heeft een uitstekende winter achter de rug. De kloof met marktleider Dominicaanse republiek werd opnieuw wat kleiner.

Het **Arabische schiereiland (-63,3%)** noteert een zwaar verlies. De financiële crisis lijkt de regio extra zwaar te treffen.

Oceanië (+13,5%) met Nieuw Zeeland en Australië noteren opnieuw een mooie groei.

B/ Enkel Logies (-10,1%)

De autovakanties en accommodation only, vorig jaar het sterkst presterende segment deden het de afgelopen winter beduidend minder goed. Het marktvolume bedraagt nu 290.298 eenheden.

Frankrijk (-8,3%) blijft marktleider, maar zowel Disneyland Parijs (-6,3%) als de overige bestemmingen (-9,6%) noteren een verlies.

De **dichtbijvakanties** naar België (-9,4%), Nederland (-35%), Luxemburg (-15,1%) en Duitsland (-11%) noteren een verlies. Frankrijk volgt die trend.

Wanneer we **de wintersportbestemmingen** (vertrekken tem 20 maart) analyseren valt in de eerste plaats de mooie score van Andorra (+54,5%) op. De Franse Alpen (-4,1%) , Oostenrijk (-2,8%), Zwitserland (-8%) en de Italiaanse skigebieden (-10%) deden het beduidend minder goed.

Wat de Franse Alpen betreft dient opgemerkt te worden dat pakketreizen (met autocar of trein) duidelijk marktaandeel winnen ten opzichte van logies alleen.

C/ Wintersport (boekingen per 31/3, vertrekken tem paasvakantie, 18 april): -3,4%

Wanneer we de wintersportboekingen apart bekijken, dus tot en met het einde van de paasvakantie dan zien we dat de markt een licht verlies (-3,4%) optekent ten aanzien van vorig jaar. Het volume bedraagt ongeveer 174.000 eenheden.

Met een marktaandeel van bijna 68,4% blijft Frankrijk (-3,7%) de betwiste marktleider, voor Oostenrijk (-1,7%), Zwitserland (-5%) , Italië (-12,5%) en Andorra(+49,3%).

Procentueel komt Andorra (+ 49,3%) als grote winnaar uit de bus.

II) CITYTRIPS IN DE VOORBILJE WINTERPERIODE NOVEMBER 2009 - MAART 2010 (+4,3%)

De citytrips waren in 2008 het eerste segment dat getroffen werd door de crisis. Nu zien we dat ze als eerste ook uit de crisis klimmen. Zowel voor de voorbije winter (+4,3%) als voor komende zomer (+ 12,2% - zie verder) noteren de citytrips een mooie plus.

Het marktvolume bedroeg de afgelopen winter 121.872 eenheden.

In absolute cijfers blijven Parijs en Londen de koplopers, waarbij vermeld moet worden dat Parijs daalt (-12,9%) terwijl Londen stijgt (+26,4%). Het voordelige pond speelt duidelijk in de kaart van Londen.

Rome (+48,2%) profiteert van een aantrekkelijk geprijsd vluchtaanbod en voor Amsterdam (+27,7%) is ongetwijfeld sprake van een 'Hermitage-effect'. Het nieuwe museum opende vorig jaar de deuren. Ook op budgettair vlak is Amsterdam erg aantrekkelijk vanwege de korte afstand.

Ook Berlijn (+13,5%), Venetië (+9%) en Istanbul (+4%) noteren een positief resultaat. Vooral de krokusvakantie, met Valentijn was een topper voor Venetië. Istanbul profiteert van de nieuwe vluchtverbinding (ex Charleroi)

Grote verliezers zijn Lissabon (-25,7%), Wenen (-22,4%), Madrid (-20,9%) en in mindere mate ook Barcelona (-9,9%), Budapest (-8,1%) en Praag (-1,7%).

III) VAKANTIES IN DE KOMENDE ZOMER 2010: boekingen tem 31 maart: -8,4%

Traditiegetrouw blikken we ook even vooruit naar de komende zomer. Niettegenstaande het in de huidige economische context erg moeilijk is om zich aan voorspellingen te wagen komen we toch tot een aantal vaststellingen:

- De touroperators hebben bij het begin van het seizoen veel inspanningen gedaan om de consument te overtuigen van de vele voordelen die gekoppeld zijn aan vroege boekingen.
- Bij het uitkomen van de brochures gingen de zomerboekingen sterk van start, doch in februari en maart werd opnieuw een boekingsachterstand opgelopen.
- De economische onzekerheid en vrees voor jobverlies blijft een impact hebben op het boekingsgedrag van een deel van de bevolking.
- Er bestaat een grote interesse, maar we stellen vast dat klanten die niet gebonden zijn aan specifieke vakantieperiodes een afwachtende houding aannemen. Een grote groep boekt erg vroeg om te profiteren van de vroegboekvoordelen een andere groep wacht duidelijk af.
- Mogelijk speculeren de klanten op voordelige last-minutes. In dit kader dient toch benadrukt te worden dat klanten wel eens ontgoocheld zouden kunnen zijn omdat de Belgische markt het in tegenstelling tot vorig jaar relatief minder goed doet dan de ons omringende markten. De meeste andere markten noteren dit jaar opnieuw een plus. Voor bepaalde bestemmingen (vb Turkije) bestaat er zelfs een druk op de bedden. Daardoor zullen er waarschijnlijk minder of minder voordelige last-minutes beschikbaar zijn.
- Het is momenteel onduidelijk wat de effecten van de aswolk zullen zijn. We merken dat deze nieuwe crisis een extra vertraging heeft opgeleverd voor de boekingen. Veel reizigers kijken de kat nog even uit de boom. Het is belangrijk te noteren dat vliegen veilig is en blijft en boeken van een georganiseerde reis extra bescherming biedt. Tijdens de afgelopen crisis is gebleken dat klanten die via de georganiseerde reismarkt hebben geboekt een veel betere bescherming genoten dan diegenen die zelf hun reis in elkaar hebben gestoken. De crisis betekent in die zin ook een opportuniteit voor de sector.
- De laatste dagen ontvingen de reisorganisatoren ook heel wat vragen over de komende verkiezingen. Klanten die een reis geboekt hebben en dus op de verkiezingsdag in het buitenland zijn kunnen een attest verkrijgen zodat ze niet hoeven te stemmen.

Boekingen per 31 maart 2010:

Op 31 maart waren er reeds 1.247.023 vakanties geboekt. Dit vertegenwoordigt ongeveer 55% van de vertrekken gerealiseerd tijdens de zomer 2009.

De boekingen voor de pakketreizen vertonen momenteel een verlies (-8,4%).

- De vakanties waarbij uitsluitend logies worden geboekt liggen momenteel achter (-7,7%) ten opzichte van vorig jaar.
- De vliegvakanties dalen (-8,4%) : Short & Medium Haul (-8,3%) en de Long Haul (-10,8%).

Enkele opmerkelijke vaststellingen:

Short & Medium Haul

De meeste bestemmingen noteren momenteel een boekingsachterstand.

Enkel Turkije (+0,9%), Kroatië (+2,1%), Jordanië (+28,1%), Andorra (21,4%), Hongarije (+13%) en de UK (+69%) gaan tegen de trend in.

Bij **de vliegbestemmingen** komt Turkije (+0,9%) als grote winnaar uit de bus. Marokko (-5,2%) en Egypte (-3,6%) houden relatief beter stand dan Spanje (-15,8%), Griekenland (-10,7%) en Tunesië (-16,5%)

De Long Haul verliest (-10,1%)

Vooral de Caraïben (-25,5%) boeten aan belangstelling in. De Dominicaanse Republiek (-29,7%) levert zwaar in en verliest het marktleiderschap aan de Verenigde Staten (+11,1%) Thailand (-0,1%) noteert een status quo en wordt de derde bestemming, voor Mexico dat 24,2% verliest.

De autobestemmingen noteren globaal een achterstand (-7,7%)

In Frankrijk (-6,8%) levert vooral Disneyland Parijs zwaar in. De bestemming die vorig jaar nog goed was voor een groei (+20%) verliest nu (-17,6%). De overige bestemmingen verliezen (-4,6%).

Autovakanties naar Spanje (-12,6%) en Italië (-9,5%) leveren de winst van vorig jaar weer in.

Duitsland (-9,2%), Oostenrijk (-3,5%) en België (-15,8%) noteren net als vorig jaar een verlies.

IV DE CITYTRIPS ZOMER 2010 (+12,2%)

De citytrips noteren nu ook voor de zomer opnieuw een mooie groei (+12,2%). Dit segment werd in de zomer van 2008 als eerste getroffen door de crisis maar kent ook als eerste een mooi herstel.

Als we de transportmiddelen van naderbij analyseren valt op dat de formule waar het enkel logies geboekt wordt een mooie stijging (+ 19,3%) noteert. De vakanties met de trein stijgen (+ 11,5%) alsook de vliegpakketten (+7,6%). De stijging van de trein heeft voornamelijk te maken met het succes van Londen.

Procentueel zijn de grootste stijgers Istanbul (+47,6%), Rome (+36,4%), Londen (+26,8%) en Berlijn (+25,2%).

Grote verliezer is Lissabon (-10,8%). Madrid (-2%), Barcelona (-2%) en Parijs (-1,3%) leveren lichtjes in.

ALGEMEEN BESLUIT

De winter werd afgesloten met een verlies van 5,7% voor de vakanties en een groei van 4,3% voor de citytrips. De citytrips waren het eerste segment dat getroffen werd door de crisis, ze zijn ook het eerste segment dat de crisis achter zich laat. Voor de komende zomer noteren de touroperators zelfs een stijging van 12,2% bij de citytrips. De vakanties vertonen nog een boekingsachterstand, maar de touroperators gaan ervan uit dat een deel van de achterstand ingelopen zal worden. De heropleving van de citytrips is alvast een bemoedigend signaal.

De consument neemt duidelijk een afwachtende houding aan. We vermoeden dat een deel van de consumenten ook speculeert op extra-voordelige last-minutes. Omdat de markten in de ons omringende landen het beter doen zullen er dit jaar wellicht minder koopjes te doen zijn. In tegenstelling tot vorig jaar worden hoteliers minder gemakkelijk bereid gevonden een inspanning te leveren. De consument heeft er dus alle belang bij om vroeg te boeken.

Dat de georganiseerde reissector extra garanties biedt aan de consument werd de afgelopen winter weerom bewezen. De problemen met de Eurostar en de aswolk hebben duidelijk aangetoond dat de klanten van touroperators een veel ruimere bescherming genieten dan deze die zelf hun reis hebben samengesteld. De leden van ABTO staan zowel in goede als kwade tijden ten dienste van de consument. In tegenstelling tot veel andere partijen hebben onze leden hun verplichtingen correct en scrupuleus nageleefd. Meer nog, veel leden gingen in het belang van de consument verder dan wettelijk verplicht. De kosten voor bijstand die in geval van overmacht ten laste van de consument vallen werden niet of slechts marginaal doorgerekend.

De 26 reisorganisaties die aangesloten zijn bij ABTO vertegenwoordigden in 2009 een omzet van ruim 2,1 miljard EURO. Samen verzorgden ze bijna 3,9 miljoen vakanties.

(Niet voor publicatie aub) Voor meer informatie kunt u terecht bij :

Claude Perignon, Voorzitter ABTO, op 0499.551.639

Veerle De Boeck, Secretaris-Generaal ABTO, op 0477.455.001