

Zaventem, le 29 novembre 2011

Enquête Panel de l'ABTO
RESULTATS ETE 2011 (avril - octobre)
RESULTATS ANNEE ECOULEE (novembre 2010 - octobre 2011)
PREMIERES TENDANCES HIVER 2011/2012
(21 octobre 2011 - 20 mars 2012 – Situation au 31 octobre)

I. LES VACANCES DE L'ETE DERNIER

MARCHE DES VOYAGES ORGANISES = VOYAGES TOUR OPERATEURS **APERCU GENERAL DES VACANCES DE L'ETE 1990 JUSQU'A L'ETE 2011**

La crise financière et économique internationale ainsi que l'incertitude sur la situation belge influencent encore toujours le mode de réservation du consommateur belge qui maintient sa position d'attente. La croissance que le secteur a connue pendant la saison hiver 2010-2011 (+3,4%) ne s'est pas prolongée jusqu'à l'été. Les conséquences du printemps arabe ont été ressenties dans le secteur du voyage et l'insécurité suite au conflit libyen ont fait hésiter certains clients. La mauvaise météo de l'été a ensuite été un catalyseur pour les vacances en avion qui ont tout de même enregistré une augmentation de 0,6% l'été dernier.

Le marché du voyage organisé a finalement enregistré une petite diminution de 1,6%. Mais nous avons observé des déplacements importants au niveau des destinations.

Le volume de marché des membres de l'ABTO (à l'exception des city trips et des seat only) comptait l'été dernier 2.060.000 vacances.

Les city trips (+0,6%) sont comptés à part et développés séparément dans le chapitre suivant.

VACANCES DE L'ETE DERNIER 2011: - 1,6% (volume: 2.060.400)

- Vacances en avion : +0,6%
 - Short & Medium Haul: +0,9%
 - Long Haul: -3,8%
- Logement seul/vacances en voiture: -4,1%
- Train: +2,5%

DESTINATIONS LES PLUS IMPORTANTES

Le printemps arabe a causé de nombreux déplacements au niveau des destinations. Il est important de constater que les clients n'ont pas décroché, mais qu'il y a lieu de parler d'un déplacement.

Les grands perdants de l'été dernier sont la Tunisie (-21,3%) et l'Égypte (-17,9%).

Les révolutions arabes ont causé un déplacement vers les destinations européennes traditionnelles comme la Grèce (+ 13,8%), l'Espagne (+8,8%) et le Portugal (+10,7%). Le Maroc (-3,4%) et la Turquie (+0,1%) n'ont que peu profité de la chute de la Tunisie et de l'Égypte.

Le leader du marché, la France (-6,9%) enregistre une perte. Cette diminution est surtout due à la mauvaise prestation des Alpes. De plus, la météo peu favorable, accompagnée de pluies torrentielles et d'inondations dans plusieurs régions, n'a pas joué en faveur des destinations en voiture. L'Italie (-0,8%), l'Allemagne (-2,9%) et l'Autriche (-9,6%) ont également moins bien presté.

La Belgique (+4,7%) affiche par contre un résultat positif. La météo favorable du printemps et une belle arrière-saison ont stimulé toute une série de clients à réserver. C'est surtout en avril, juin, septembre et octobre que nous notons une belle augmentation.

Les destinations lointaines perdent du terrain (-4,9%).

Si l'on regarde les différentes régions, l'Asie (+0,3%) et l'Océanie (+19,9%) ont bien mieux presté que le continent américain (-6,8%) et l'Afrique (-1,9%).

LES VACANCES PAR PRODUIT

A/ LES VACANCES EN AVION: +0,6% (volume de marché : 1.189.964 vacances)

1. Short & Medium Haul : +0,9%

- Nous observons clairement l'effet du printemps arabe sur les vacances en avion. Les pays ayant connu une révolution ont perdu du terrain l'été dernier. La Tunisie perd 21,3% et l'Égypte 17,9%.
- D'autres pays arabes n'ont pas profité de la diminution d'intérêt pour la Tunisie et l'Égypte. Le Maroc perd 5,5% et la Jordanie 32,7%. La tendance était évidemment négative pour la Syrie (-83,8%). Les tour opérateurs ont annulé tous les voyages et proposé des alternatives à leurs clients. La Turquie également doit se satisfaire d'un statu quo.
- Le printemps arabe a provoqué un déplacement vers les destinations européennes. L'Espagne (+12,1%), la Grèce (+13,7%), le Portugal (+12,6%), Chypre (+6,9%) et Malte (13,6%) ont été significativement plus à la mode au cours de l'été dernier.

2. Long Haul: -3,8 %

- Le continent américain note une perte de 5,8%. Les Caraïbes (-0,3%) avec entre autres la République Dominicaine (-1,1%) ont mieux résisté que les Etats-Unis (-8,1%) et l'Amérique latine (-15,9%).
- L'Asie (+0,3%) enregistre une légère augmentation. C'est surtout les beaux résultats du Sri Lanka (+560,8%) et des Maldives (+164,3%) qui sautent aux yeux, résultats dus à une augmentation des capacités de vol et à une liaison charter directe au départ de Bruxelles. Le leader du marché, la Thaïlande, perd 21%. La Chine (-41,7%) perd également du terrain l'année après l'exposition universelle de Shanghai.
- L'Océanie Pacifique Sud affichent une belle augmentation de 19,9%.
- En Afrique (-1,9%) c'est surtout les beaux résultats des Iles du Cap Vert (+9%) et de l'Afrique du Sud (+9,2%) qui retiennent notre attention. Le Kenya (-12,5%) et le Sénégal (-19,6%) reperdent du terrain après les chiffres spectaculaires de l'année dernière (respectivement 423% et 47,6%).

B/ VACANCES EN VOITURE & LOGEMENT SEUL: -4,1%

La formule "logement seul" affiche une diminution de 4,1%. Le volume de marché s'élève maintenant à 850.166 vacances.

- Les vacances en voiture ont relativement moins bien presté que les vacances en avion.
- C'est surtout les régions de montagne qui ont influencé négativement le résultat. Les vacances de Pâques (qui tombent toujours pendant les vacances d'été) tombaient très tard cette année, ce qui a provoqué une forte diminution des sports d'hiver pendant cette période. Inversement, ces produits avaient connu une belle augmentation pendant la saison hiver (voir les résultats de la conférence de presse du 16 mai dernier). La Suisse (-33,9%), les Alpes françaises (-33,6%) et en moindre mesure l'Autriche (-9,3%) ont moins bien presté.
- La France (-6,8%) reste le leader incontestable des vacances en voiture, mais perd une part de marché pour la deuxième année consécutive. Si nous faisons abstraction des résultats des Alpes, la destination n'affiche qu'une diminution de 1%. Nous devons en conclure que le mauvais temps estival en Europe de l'Ouest a affecté toute une série de destinations en voiture. Même l'Allemagne (-2,8%) et les Pays-Bas (-3,8%) perdent du terrain.
- Avec la météo maussade de l'été en Europe de l'Ouest, les clients last-minute ont recherché plus de soleil. Ce sont surtout les vacances en avion qui en ont profité, mais aussi les vacances en voiture vers l'Espagne (+2%) et Italië (-1%) qui ont mieux presté que le marché global.
- En terme de pourcentage, la Croatie (+19,1%) est le grand vainqueur de la saison été.

II. VACANCES DE L'ANNEE ECOULEE (11/2010-10/2011)

Sur base annuelle, nous notons que le marché du voyage organisé atteint presque un statu quo:

- Vacances en avion: +1%
 - Short & Medium Haul: +1,1%
 - Long Haul: +0,9%
- Logement seul/vacances en voiture: -2,4%
- Train: +6,1%

LES VACANCES EN GENERAL (-0,5%)

Le volume de marché équivaut maintenant à 2.719.941 vacances (exception faite des city trips et des seat only). **Si l'on y ajoute les city trips, le volume de marché total comporte 3.048.687 clients.**

- Lorsque nous analysons de plus près les destinations principales, nous notons que c'est la Tunisie (-19,1%) et l'Égypte (-17,4%) qui sont les grands perdants de l'année.
- La Grèce (+13,9%) et l'Espagne (+10%) ont été significativement plus populaires que les années précédentes.
- Le leader du marché, la France (-3,5%) perd également. Nous remarquons les beaux résultats de Disneyland Paris (+6,5%). Les autres régions (-6,8%) ont moins bien presté. Ceci est à imputer aux moins bonnes conditions météo de l'été dernier.
- L'Allemagne (-4%), l'Italie (-1,4%) et l'Autriche (-2,5%) perdent du terrain.
- Pour les autres destinations en avion, nous remarquons que sur base annuelle, le Maroc (+5,1%) et la Turquie (+0,7%) prestent mieux que le marché en général.
- Le long haul (-0,1%) clôture l'année sur un statu quo et pour la deuxième année consécutive, score un peu mieux que le short & medium haul (-0,6%).

A/ LES VACANCES EN AVION: +1,1%

- L'année dernière, les vacances en avion (+1,1%) ont relativement mieux presté que les vacances en voiture & logement seul (-2,4%). Le volume de marché compte 1.495.516 unités.

Short & medium Haul (+1,1%) (volume de marché: 1.377.906)

- Le printemps arabe a fait baisser la popularité de la Tunisie (-19%) et de l'Égypte (-17%). Mais il faut signaler que la diminution du marché belge y a été moins importante que celui des autres pays.
- Le centre de gravité des vacances en avion s'est à nouveau déplacé vers les destinations européennes traditionnelles.
- L'Espagne (+12,6%) et la Grèce (+13,7%) ont repris le gros du volume, mais le Portugal (+10%), Malte (+13,2) et Chypre (+6,7%) en ont également profité.

- L'Espagne (+12,6%) reprend la place de la Turquie (+0,3%) comme leader du marché pour les vacances en avion.

Long Haul (+ 0,9%) (volume de marché 117.610)

- Les destinations lointaines notent une légère augmentation de 0,9% sur base annuelle.
- Le continent américain (-3,7%) perd à nouveau un peu de terrain. Les pertes se situent principalement aux Etats-Unis (-9,3%) et en Amérique du Sud (-9,3%). Les Caraïbes (+0,5%) prestent sensiblement mieux.
- En Afrique (+4,5%) nous remarquons une belle augmentation surtout pour le Sénégal (+43,8%) et l'île Maurice (+7,7%). Le leader du marché, le Kenya qui l'année passée avait enregistré une augmentation de 306%, consolide sa croissance (-4,5%).
- L'Asie (+11,3%) regagne en popularité. Et c'est surtout le Sri Lanka (+699%), et les Maldives (+151%) qui sont à la base de ces beaux résultats. La Thaïlande (-17,4%) n'est pas arrivée à atteindre son chiffre record de l'année dernière.

B/ VACANCES EN VOITURE & LOGEMENT SEUL: -2,4% (volume de marché: 1.165.659 vacances)

- La France (-3,7%) avec une part de marché de 45% reste le leader incontesté des vacances en voiture. Si nous analysons de plus près les régions les plus importantes, nous observons que le leader du marché Disneyland Paris (+7,3%) affiche à nouveau un beau résultat. Les autres destinations prestent nettement moins bien.
- Pour les destinations proches nous remarquons que la Belgique (+3,4%) offre un beau résultat. Le GD de Luxembourg (+10,7%) preste également bien. Pour ce qui est de la Belgique, nous voyons que la météo plus favorable de l'avant et de l'après saison a influencé positivement ces chiffres. La tendance est moins positive pour l'Allemagne (-3,8%) et les Pays-Bas (-1,8%).
- Pour ce qui est des régions des montagnes, c'est surtout la Suisse (-17,6%) qui a souffert le plus. Cette chute est en partie due aux vacances de Pâques tardives, mais d'autre part le cours élevé du franc suisse ne joue pas en faveur de la destination. Les Alpes aussi (-12,2%) perdent du terrain l'année dernière. La situation a été moins négative pour l'Autriche (-2,7%), car, elle est très populaire chez les Belges en été également.
- La mauvaise météo en Europe de l'ouest a fait aspirer les Belges à plus de soleil. L'Espagne (+2%) et l'Italie (-1%) obtiennent de meilleurs résultats que la moyenne du marché.
- En terme de pourcentage, la Tchéquie (+14,1%) et la Croatie (+19,1%) terminent brillamment la saison.

III. LES CITY TRIPS DURANT L'ETE DERNIER

APERCU GENERAL DE L'ETE 1990 A L'ETE 2011

Le marché des voyages citadins note une augmentation pour la deuxième année consécutive et scorent ainsi mieux que la moyenne du marché.

CITY TRIPS ETE 2011 : + 0,6%

Logement seul: - 0,3%

Avion: + 8,7%

Train: - 10,9%

Le marché des city trips enregistre une augmentation de 0,6%. Le volume de marché comporte 206.990 unités pour l'été passé.

C'est surtout les city trips en avion qui terminent la saison en beauté. La diminution du train est surtout due à une diminution d'intérêt pour Londres et Paris.

- Les leaders du marché, Londres (-13,9%) et Paris (-8,4%) sont les perdants les plus importants de l'été. Paris reprend le leadership du marché à Londres.
- Barcelone (+21,9%) est le grand vainqueur, mais également les autres villes espagnoles comme Madrid (+16,9%) et Séville (+17,6%) ont fort augmenté. Cette année, l'Espagne gagne sur tous les fronts : elle a fait une excellente saison, aussi bien pour les vacances que pour les city trips.
- La popularité des city trips en avion explique aussi les beaux résultats de Prague (+11,5%) et de Venise (+11%).
- Berlin (+5%) et Rome (+3,3%) doivent se satisfaire d'une augmentation plus légère, mais comparé aux résultats spectaculaires qu'ils ont affichés l'an dernier (+19,8% et +35,1%) ils n'affichent pas un mauvais résultat maintenant.
- Istanbul (-23,%) reperd une partie de l'augmentation qu'elle avait enregistrée comme capitale culturelle en 2010 .
- Pour la deuxième année consécutive, la tendance est négative pour Lisbonne (-6,4%).
- Plus près de chez nous, Amsterdam (+ 4,3%) affiche un beau résultat.

IV. LES CITYTRIPS DURANT L'ANNEE DERNIERE 2010/2011 (-0,4%)

APERCU GENERAL

Sur base annuelle, le marché des voyages citadins enregistrent une légère perte. Le volume de marché compte maintenant 328.746 unités.

CITYTRIPS DURANT L'ANNEE ECOULEE

- Pour la première fois depuis 5 ans, Londres (-8,7%) termine l'année sur une perte. Comme Paris également (-8,5%) clôture avec une perte, Londres garde son titre de leader du marché qu'il avait repris à Paris l'année précédente.
- Barcelone (+23,2%) reprend la troisième position. Et après sa forte augmentation de l'année dernière, Rome doit se contenter d'une augmentation plus timide de 2,8%.
- Prague (+4,6%), Venise (+4,7%) et Berlin (+3,4%) terminent l'année avec un résultat positif. Amsterdam doit se contenter d'un statu quo.
- Istanbul perd 11,6% (effet post capitale culturelle) et Lisbonne (-5,6%) continue à descendre.

V. TENDANCES HIVER 2011/2012 (-5,9%)

Lorsque nous regardons la prochaine saison hiver, nous constatons que les réservations marquent pour le moment une baisse de 5,3%. Nous nous retrouvons au niveau de l'hiver 2009-2010. 384.825 vacances étaient déjà réservées fin octobre, ce qui représente environ 60% du volume total de l'année dernière.

A/ RESERVATIONS HIVER 2011/2012: : -5,3%

(réservations 21 octobre – 20 mars) : situation au 31/10/2011

- Vacances en avion : -7,1%
 - Short and medium haul: -8,6%
 - Long haul: +0,6%
- Vacances en voiture/logement seul: -6,6 %
- Ski (réservations 1/12-30/4) : -3,3%

Pour les destinations en avion (-7,1%) nous voyons que c'est surtout l'Egypte (-20,7%), le Maroc (-17,5%) et la Tunisie (-14,9%) qui enregistrent une forte diminution des réservations. Ceci est, bien entendu, lié aux conséquences du printemps arabe et à l'approche des élections en Egypte. En octobre de l'année dernière, les réservations pour l'Egypte (+9,7%) et la Tunisie (+7%) avaient très bien commencé. Aujourd'hui, l'on parle encore toujours d'une incertitude chez les consommateurs et les tour opérateurs en tiennent bien sûr compte dans les planning des capacités.

L'Espagne (+6,3%) ressort comme vainqueur des vacances en avion. C'est surtout les Iles Canaries qui enregistrent les meilleurs scores. La Turquie affiche pour le moment une augmentation de 0,7%.

Les destinations lointaines (+0,8%) présentent actuellement bien mieux que les Short & Medium Haul.

Sur le continent africain (+3,2%) nous remarquons le regain de popularité des Iles du Cap Vert. L'île Maurice et l'Afrique du Sud notent également une augmentation. Le Kenya (-21,5%) et le Sénégal (-17,9%) perdent des parts de marché.

Le continent américain (+1,4%) note une petite augmentation. Dans les Caraïbes (+1,1%), les meneurs sont surtout Cuba (+15,4%) et la Jamaïque (+4,7%). Le leader du marché, la République Dominicaine, perd pour le moment 3,8%. Pour la deuxième année consécutive, la tendance est positive pour le Mexique (+10,2%). Les Etats-Unis (+1,6%) se réservent bien pour le moment.

L'Asie perd 4,9%. Le leader du marché, la Thaïlande (+37,3%) affiche une belle augmentation grâce au vol direct Bruxelles-Bangkok-Phuket. Actuellement, les perdants de la région sont le Sri Lanka et les Maldives.

Pour les destinations proches, nous voyons une belle augmentation surtout pour les Pays-Bas (+14,2%), la Belgique (+9,5%) et les destinations françaises proches. L'Allemagne (-0,7%) doit se satisfaire d'un statu quo.

Pour les sports d'hiver, la Suisse (-26,9%) est actuellement le grand perdant. Depuis le début de l'année, le franc suisse augmente ainsi le prix des vacances. Les Alpes françaises (-6,9%) et l'Autriche (-11%) perdent à nouveau du terrain. Ceci est dû au déplacement des vacances de Pâques. L'année dernière, les vacances de Pâques sont tombées très tard, ce qui avait provoqué un déplacement vers l'hiver. Les Alpes françaises (+26,5%) et l'Autriche (+10,8%) avaient alors enregistré une belle augmentation.

Si nous analysons les sports d'hiver sur toute la saison (réservations du 1^{er} décembre jusqu'à la fin des vacances de Pâques), nous observons qu'il y a malgré tout un retard global de 3,3%.

B/ RESERVATIONS CITY TRIPS HIVER 2011/2012: -9,6% (réservations 21 octobre – 20 mars) : situation au 31/10/2011

Les réservations pour les voyages citadins montrent pour le moment une diminution de 9,6%. Le 31 octobre, 65.020 city trips avaient déjà été réservés.

- Avion: +0%
- Train: -20,1%
- Voiture et logement seul: -9,2 %

Berlin (+26,2%) et Lisbonne (+24,7%) regagnent à nouveau en popularité. Barcelone (+2,6%), destination en pleine croissance en 2011, continue sur sa lancée.

Les perdants sont Londres (-27,1%) et Prague (-28,3%).

Paris (-2,6%) et Rome (-5,5%) présentent relativement mieux que le marché en général.

Conclusion:

Les réservations pour l'hiver reflètent le malaise actuel. La confiance du consommateur est toujours basse et cela se reflète dans les réservations de la saison prochaine. Au niveau économique, il y a la crise de l'euro, le malaise belge face aux négociations gouvernementales et l'incertitude liée aux mesures d'économie difficiles qui attendent notre pays. Au niveau des destinations, la situation ne s'est pas encore stabilisée complètement dans le monde arabe. L'Egypte, la Tunisie, le Maroc et les pays voisins de la Syrie ressentent encore toujours les conséquences des révolutions arabes.

Mais nous devons d'autre part constater que le consommateur ne décroche pas. Il réserve tout de même, mais plus proche du départ à cause de ces incertitudes. A la fin octobre, donc avant le début de la saison hiver, 58% du volume total de l'hiver avait déjà été réservé. L'hiver dernier s'était finalement clôturé sur une augmentation de 3,4%.

Ce qui est certain, c'est que le marché des tour opérateurs va vers une période pleine de défis.