

Zaventem, le 9 décembre 2009

<p style="text-align: center;">Enquête Panel Research de l'ABTO RESULTATS ETE 2009 (avril - octobre) RESULTATS ANNEE ECOULEE (novembre 2008 - octobre 2009) PREMIERES TENDANCES HIVER 2009/2010 (21 octobre 2009 - 20 mars 2010 – Situation au 31 octobre)</p>

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 2009**

L'aperçu général révèle que l'année 2009 ne fut pas une année facile pour le secteur du tourisme. Depuis 1990, le secteur du voyage n'a connu que 3 années à perte et, comme en 1991 (crise du golfe) et en 2001 (11 septembre), le secteur ne pouvait pas, cette année encore, échapper totalement à la crise mondiale. L'incertitude économique et la baisse de la confiance du consommateur ont influencé le comportement de nombreux voyageurs. La grippe A/H1N1 et le beau temps en Belgique cet été n'ont rien arrangé. L'été dernier, le marché du voyage organisé a enregistré une perte de 6%.

Cette perte n'occulte pas le fait que le marché belge a assez bien résisté à la crise. Le retard en réservations de début janvier (-15,4%) a été rattrapé en grande partie au cours de la saison. Ensuite, les tour opérateurs ont été assez prudents au niveau des capacités évitant ainsi les catastrophes économiques au niveau de leur société.

En ce qui concerne les voyages « loisir », l'impact de la crise est resté relativement limité. Le marché belge a presté sensiblement mieux que la plupart des marchés européens, ce qui confirme notre conviction que les vacances sont devenues un besoin de base pour beaucoup de Belges et qu'ils n'aiment pas y toucher.

Il est maintenant clair que le consommateur a modifié son mode de réservation. Les réservations se font plus proches du départ et la conscience du prix augmente. En bref, il est de plus en plus difficile d'anticiper et de faire des prévisions. Nous nous attendons à ce que les réservations se fassent à nouveau plus tôt, dès que la confiance du consommateur aura remonté. Tous les tour opérateurs disposent d'un large éventail d'incentives pour inciter le consommateur à réserver plus tôt.

Un élément positif: la part de marché des tour opérateurs dans tous les voyages commerciaux continue à grimper. Cette part de marché se situe maintenant à 29,8% (source : étude bisannuelle du WES).

VACANCES DE L'ETE DERNIER 2009: - 6% (volume: 2.281.243)

Lorsque nous examinons de plus près les résultats des destinations touristiques les plus importantes, nous constatons que la plupart des destinations perdent du terrain. Il n'y a que la France qui enregistre un résultat positif (+5,4%).

- La France renforce sa position de leader du marché. Le fossé avec l'Espagne (-8,3%) et la Turquie (-7,2%) se creuse à nouveau. Ces destinations représentent ensemble plus de la moitié de tous les voyages organisés par des tour opérateurs.
- La Grèce (- 5,9%) résiste bien, tout comme la Tunisie (-4,5%) et le Maroc (-2,6%) qui font mieux que le marché en général. Nous notons la même tendance pour l'Italie (-2,6%), l'Allemagne (-4,2%) et l'Autriche (-0,7%).
- La Belgique (-20,2%) et l'Egypte (-18%) sont eux les grands perdants. Ces deux destinations avaient connu une augmentation spectaculaire l'année dernière et ils reviennent plus ou moins à leur situation de 2007. D'autres destinations restent également en dessous du marché : le Portugal (-12,1%), l'Espagne (-8,3%) et la Turquie (-7,2%).
- Les destinations lointaines perdent globalement 10,9%. Au niveau régional, l'Afrique (+50,1%) et l'Asie (+19,6%) scorent sensiblement mieux que le continent américain (-25%).

LES VACANCES PAR PRODUIT

A/ LES VACANCES EN AVION: -9,3% (volume de marché : 2.281.243 vacances)

1. Courts & Moyens courriers: -8,1% (volume de marché: 1.244.442 vacances)

- La plupart des destinations notent une perte. C'est parmi les destinations « niche » que l'on retrouve les vainqueurs de l'été. Nous remarquons les très beaux résultats de la Jordanie (+112,5%) et de la Syrie (+30,4%).
- Le leader du marché, la Turquie, (-7,3%) a perdu du terrain mais renforce néanmoins sa position dans les vacances en avion. La Turquie représente bien un quart de toutes les vacances en avion. Le fossé avec l'Espagne (-11,7%) se creuse à nouveau.
- La Grèce (-5,9%) se maintient relativement bien. Au cours des années précédentes, de nombreux investissements ont été réalisés dans l'offre hôtelière avec l'aide du gouvernement grec. La Tunisie (-3,6%) et le Maroc (-2,1%) résistent également bien. Dans ce contexte, il est intéressant de noter l'effet d'une large offre de all-inclusive. En ces temps de crise, le Belge veut contrôler son budget. Les destinations offrant de l'all inclusive résistent donc sensiblement mieux à la crise.
- Le grand perdant est l'Egypte (-18%). Cette destination était le grand vainqueur l'année dernière et il perd sa progression. L'Egypte a surtout souffert d'un problème d'illusion optique de prix élevés. Les brochures avaient été calculées sur base d'un carburant encore très élevé (sept/oct 2008). Le client n'était pas souvent conscient que les prix publiés dans les brochures avaient entre temps été adaptés suite aux diminutions de carburant. C'est surtout les destinations avec des durées de vol plus élevées (l'Egypte et en moindre mesure la Turquie) qui ont souffert de ce problème.

2. Longs courriers: -10,4% (volume de marché 81.427 vacances)

- Nous observons à nouveau cette année de grands glissements dans les destinations lointaines.
- Le continent américain enregistre une lourde perte (-25%). C'est surtout les Etats-Unis (-33,8%) et le Mexique (-42,1%) qui ont le plus souffert. Les informations négatives concernant la grippe A/H1N1 ont y ont sans conteste joué un rôle important. Cet été, la République Dominicaine (-19,8%) était sensiblement moins populaire que Cuba (+10,1%) et la Jamaïque (+15,6%). C'est surtout ces deux destinations qui ont profité de la chute du Mexique.
- L'Afrique (+53%) montre une belle croissance, qui n'est cependant due qu'au succès grandissant des îles du Cap-Vert. Les autres destinations enregistrent globalement un résultat négatif.
- Nous notons la même tendance en Asie (+19,8%). Cette croissance n'est pratiquement qu'exclusivement due aux beaux résultats de la Thaïlande (+61,5%). Les autres destinations scorent sensiblement moins bien. Cet été, la Thaïlande s'est placée à la seconde place des destinations long courrier

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

La formule « logement seul » enregistre une légère baisse de 1,4%. Le volume de marché est maintenant de 919.925 vacances.

- Les perdants de cette année sont les gagnants de l'année dernière. Les Pays-Bas (-30,3%) et la Belgique (-20,9%) perdent leur gain de l'année dernière. Quelques actions spéciales des tour opérateurs avaient fait connaître un sérieux boom à ces destinations. L'Allemagne (-4,1%) perd également du terrain pour la première fois depuis des années.
- La France (+4,7%) reste le leader incontesté des vacances en voiture. Lorsque nous analysons de plus près les différentes régions, nous remarquons que c'est surtout Disneyland Paris (+24,6%) qui enregistre un beau résultat. Il faut cependant attirer l'attention sur le fait que le succès de Disneyland Paris est lié aux forfaits familles à prix très intéressant ayant connu un grand succès en Belgique. Pour les autres régions, la Bretagne (+14,4%), la Loire (+7,4%) et la Normandie (+7,4%) ont été les plus populaires. La Provence (+13,7%) enregistre également une belle augmentation.
- L'Italie (+2,9%) et l'Espagne (+ 4,6%) renforcent leurs parts de marché. Les vacances en voiture vers ces destinations scorent nettement mieux que celles en avion. Ce déplacement est certainement dû à la crise.
- A la montagne, la Suisse (+6,6%) note à nouveau un très bon résultat. L'Autriche (-0,7%) montre une légère perte.

II. VACANCES DE L'ANNEE ECOULEE (11/2008-10/2009)

Nous remarquons également l'effet de la crise mondiale sur base annuelle. Les chiffres record de 2008 n'ont pas pu être égalés en 2009. Sur base annuelle, la baisse se chiffre à 5,9%.

LES VACANCES EN GENERAL (-5,9%)

Sur toute l'année, le marché observe une baisse de 5,9%, équivalant à 2.959.699 vacances (à l'exclusion des Citytrips et des seat only).

- Si nous examinons de plus près les principales destinations, il en ressort que seule la France (+1,6%) affiche un résultat positif. Ce beau résultat est dû au bon score de Disneyland Paris (+8,7%) et des Alpes (+ 1,8%). Ces deux destinations représentent près de la moitié des vacances en France. La Provence (+12,6%), la Bretagne (+13,1%) et la Normandie (+4,1%) ont également passé une très bonne année.
- En général, nous constatons que les grands gagnants de l'année dernière (l'Egypte et la Turquie pour les vacances en avion, les Pays-Bas et la Belgique pour les vacances en voiture) se retrouvent cette année parmi les perdants.
- L' Egypte (-14,4%) est le grand perdant pour les voyages en avion. L'Espagne (- 8,7%), la Turquie (- 8,5%) et la Grèce (- 6%) perdent des parts de marché. La Tunisie (- 4,8%) et le Maroc (-3,7%) ont relativement mieux résisté.
- Ce sont les Pays-Bas (-12,8%) et la Belgique (-7,7%) qui sont les grands perdants pour les vacances en voiture. L'Allemagne (-4,4%) et l'Autriche (-2,8%) ont sensiblement mieux presté. L'Italie (-2,9%) a également mieux résisté.
- Les vacances long courrier affichent sur base annuelle une perte de 9,6%.

LES VACANCES PAR PRODUIT.

- Vacances en avion:	-9,5 % -9,5 % pour les courts & moyens courriers -9,6 % pour les longs courriers
- "Logement seul":	-2 %

A/ LES VACANCES EN AVION: -9,5%

- **Courts & Moyens courriers (-9,5%) (volume de marché: 1.498.990 vacances)**
 - Presque toutes les destinations enregistrent une perte. La Turquie (-8,5%) prend maintenant aussi la première place des vacances en avion, devant l'Espagne (-11,3%). La Grèce (-6%) et la Tunisie (-4,9%) résistent relativement bien.
 - En ce qui concerne l'Espagne (ainsi que le Portugal par extension), il faut attirer l'attention sur le fait que, contrairement à beaucoup d'autres destinations du bassin méditerranéen, ils ne proposent qu'une offre limitée de all-inclusive.
 - Le grand perdant est l'Egypte (-14,4%). Cette destination était le grand vainqueur de l'année dernière avec une croissance de 26,8%, mais l'effet négatif de l'illusion optique de prix élevés lui été encore plus néfaste en ces temps de crise.
- **Longs courriers (-9,6%) (volume du marché 144.262 vacances)**
 - Les destinations lointaines enregistrent une perte de 9,6%
 - Le continent américain perd 17,4%. Cette région représente plus de 65% de tous les voyages lointains. Ici aussi nous observons que les vainqueurs de l'année dernière perdent du terrain. Les Etats-Unis (-31,4%) et le Mexique (-20,9%) sont les grands perdants. Ces destinations ont souffert des effets néfastes de la fausse dénomination de grippe mexicaine, surtout utilisée en Flandre et aux Pays-Bas. Notons que l'ABTO a plusieurs fois adressé des communications aux medias en leur demandant de ne plus utiliser que la dénomination officielle de grippe A/H1N1.
 - La République Dominicaine (-14,8%) perd aussi du terrain. Le grand vainqueur de la région est la Jamaïque (+8,5%). Cuba (-1,6%) aussi a bien résisté. Ces deux destinations semblent avoir profité de la chute du Mexique. Notons également l'effet Castro et l'ouverture de nouveaux hôtels.
 - L'Asie (+5,7%), et surtout la Thaïlande (+24,7%), montre une belle progression. Les autres destinations de la région ont sensiblement moins bien presté.
 - L'Afrique (+10,5%) enregistre une belle augmentation. Dans la région, nous notons particulièrement les beaux résultats des îles du Cap Vert et de la Gambie. Les autres destinations perdent du terrain.

B/ VACANCES EN VOITURE & LOGEMENT SEUL: -2% (volume de marché: 1.244.734 vacances)

- Le logement seul ne perd que peu de terrain. En général, cette formule a également rencontré plus de succès que les vacances en avion. La crise économique n'y est certainement pas étrangère.
- Nous retrouvons à nouveau les grands perdants parmi les vainqueurs de l'année dernière: les Pays-Bas (-18,8%) et la Belgique (-8,2%) reperdent presque tout le terrain gagné. L'Allemagne (-4,4%) encaisse une perte pour la première fois depuis des années. Comme expliqué plus tôt, ces destinations ont été boostées en 2008 par des actions spéciales des tour opérateurs et elles se retrouvent actuellement à nouveau plus ou moins au niveau de 2007.

- Le leader du marché, la France (-0,2%), enregistre un status quo. Nous épinglons les beaux résultats de l'Italie (2,2%) et de l'Espagne (+4,1%). La crise semblerait déplacer un certain nombre de Belges des vacances en avion vers les vacances en voiture. En Espagne, c'est principalement la Costa Brava et la Costa Dorada qui ont eu le plus de succès. En Italie, ce sont surtout les lacs qui ont été les plus populaires. Et en France, les vedettes sont la Provence, la Bretagne et Disneyland Paris.
- En montagne, c'est la Suisse qui montre le plus beau résultat. Cette destination est en pleine expansion et elle se positionne beaucoup mieux que les dernières années au point de vue niveau de prix (par ex. vignettes gratuites et un franc suisse avantageux). La destination semble être moins affecté par la crise avec pour conséquence des prix plus élevés. L'Autriche (-3%) perd un peu.

III. LES CITY TRIPS DURANT L'ETE DERNIER

APERCU GENERAL DE L'ETE 1990 A L'ETE 2009

Les city trips enregistrent une baisse pour la seconde année consécutive. Cette diminution est directement liée à la crise mondiale.

La crise dans le secteur aérien a directement provoqué la suppression de vols directs ou la diminution des fréquences de vol. Ceci a, de ce fait, eu un impact immédiat sur les destinations concernées. Lorsqu'un transporteur qui proposait deux vols journaliers (matin et soir) en supprime un des deux, ceci peut mener à la perte d'un jour entier de vacances. C'est pour les city trips surtout qu'il est intéressant de pouvoir coupler un vol aller le matin et un vol retour le soir. La réduction des capacités de vols est donc néfaste pour les vacances courtes. À côté de cela, il y a également l'effet des low-cost.

Enfin, les city trips sont souvent des vacances secondaires. S'il faut faire des économies, elles se feront souvent au niveau de ces vacances secondaires

CITY TRIPS ETE 2009 : -11,2%

- Le marché des voyages citadins note une diminution de 11,2%. Le volume du marché comportait l'été dernier 193.932 unités.
- Les parts de marché montrent un glissement très net et le prix reste un facteur déterminant.
- Les vacances en train gagnent visiblement une part de marché. Il est certain que les hautes fréquences journalières y joue un grand rôle. D'autre part, le contraste est grand entre les vacances en train et en avion. Pour les voyages en train, les enfants voyagent gratuitement jusque 4 ans et bénéficient de belles réductions de 4 à 11 ans. En avion, un enfant paye à partir de 2 ans.
- Le grand vainqueur est Londres (+18,4%). La livre avantageuse joue visiblement en faveur de la destination. Amsterdam (+3,5%) aussi note une augmentation. Fin juin s'est ouvert le musée de l'Hermitage à Amsterdam, une nouvelle attraction touristique. Amsterdam offre également une grande capacité hôtelière à des prix attractifs.
- Paris perd 13,2%. Nous remarquons que tout comme par le passé, une augmentation vers Londres se fait souvent au détriment de Paris (et inversement).
- C'est parmi les destinations en avion que nous retrouvons les perdants. Les grands perdants sont Madrid (-38,3%), Prague (-31,8%), Barcelone (-21,3%), Lisbonne (-21%) et Venise (-12,9%).
- Istanbul (-8,5 %) et Berlin (-3%) perdent, tout en gagnant une part de marché.

IV. LES CITYTRIPS DURANT L'ANNEE DERNIERE 2008/2009 (-13,2%)

APERCU GENERAL

Sur base annuelle, les voyages citadins enregistrent une perte de 13,2%. Le volume de marché compte maintenant 310.766 unités.

CITYTRIPS DURANT L'ANNEE ECOULEE

- Presque toutes les destinations enregistrent une perte.
- Pour la troisième année consécutive, Londres (+20,4%) enregistre une belle augmentation et reprend du terrain sur le leader du marché Paris (-10,6%).
- Berlin (-13,2%), Istanbul (-8,2%) et Amsterdam (-6,4%) présentent mieux que la moyenne du marché.
- Les grands perdants se retrouvent dans les destinations en avion. Madrid (-37,7%), Barcelone (-29,4%), Prague (-26,6%), Venise (-22,4%) et Lisbonne (-18,8%) souffrent le plus. Ces destinations ont connu une forte expansion en capacités de vols (low cost entre autres) ces dernières années.

V. TENDANCES HIVER 2009/2010

Fidèles à la tradition, nous jetons maintenant un coup d'oeil à l'hiver qui s'annonce. Malgré l'incertitude économique et la baisse de confiance du consommateur qui compliquent les prévisions, nous notons un certain nombre de points importants.

- Depuis le début de la crise, le consommateur a nettement changé sa manière de réserver.
- Tout comme dans les autres secteurs, nous constatons que le client prend une position d'attente.
- Actuellement, le consommateur réserve plus près de la date de départ.
- Vu ce qui précède, il est très difficile de faire actuellement un pronostic sur le déroulement de l'hiver.
- A noter, les city trips se portent actuellement mieux que les vacances en général et les destinations proches en particulier.

A/ RESERVATIONS HIVER 2009/2010: -7,7%

(réservations du 21 octobre au 20 mars) : situation au 31/10/2009

- Vacances en avion: -6,9%
 - Short and medium haul: -6,1%
 - Long haul: -10,1%
- Vacances en voiture/logement seul: -13,3 %
- Autocar: +73% (voir ski)

Dans les destinations en avion, nous remarquons que c'est surtout la Turquie (+8,5%), le Maroc (+0,9%) et la Tunisie (+1,8%) qui affichent de beaux résultats. Ces beaux scores sont à mettre en parallèle avec une large offre d'all-inclusive à des prix très attractifs. En ces temps de crise, le consommateur belge veut garder son budget sous contrôle. Les destinations européennes souffrent un peu plus. L'Espagne enregistre pour le moment un retard de 9,6% et le Portugal 17%. L'Egypte (-13,3%) enregistre à nouveau une perte.

Pour le moment, les longs courriers enregistrent une perte d'environ 10 %.

Sur le continent africain (+23,9%) le grand vainqueur est le Kenya (+175,5%). La remontée du Kenya est surtout due à la réouverture du vol direct de Bruxelles vers Mombasa et Zanzibar. Cette destination se remet visiblement des troubles de l'année dernière et redevient la deuxième destination après les îles du Cap Vert (+20%) et se place devant l'île Maurice (+15%). Le Sénégal (-21,5%) et l'Afrique du Sud (-21,4%) semblent moins populaires pour le moment.

Sur le continent américain (-16%), le Mexique (-51%) reste le grand perdant. La destination souffre encore toujours des communications négatives sur le nouveau virus. La République Dominicaine (-15,5%) note un retard dans les réservations. Le grand vainqueur est Cuba (+7,4%). Les Etats Unis (-6%) résistent relativement bien.

L'Asie perd pour le moment 12,7%. La Thaïlande, leader du marché, perd une partie de ses gains après deux années exceptionnelles.

Pour les destinations en voiture, nous remarquons que les destinations proches se situent momentanément un peu moins bien. En France (-6,1%), les destinations proches scorent sensiblement moins bien que les vacances neige. L'Allemagne (-12,7%), la Belgique (-9,1%), le Luxembourg (15,9%) et les Pays-Bas (-38%) notent également un retard dans les réservations.

Les **sports d'hiver** affichent une belle augmentation tout comme l'année dernière. Pour le moment, les grands vainqueurs sont Andorre (+50%), la Suisse (+15,7%), l'Italie (+12,8%) et la France (+7,3%). L'Autriche (-4,1%) souffre un peu plus.

B/ RESERVATIONS CITY TRIPS 2009/2010: +12,6%

(réservations du 21 octobre – 20 mars) : situation au 31/10/2009

Les réservations pour les voyages citadins enregistrent pour le moment une belle augmentation 12,6%.

Parmi les leaders du marché, nous retrouvons à nouveau Londres (+76,3%) comme grand vainqueur. Pour la troisième année consécutive, cette destination montre une belle augmentation. Les principaux atouts de la capitale britannique sont une livre avantageuse et des liaisons ferroviaires faciles. Londres devance Paris (-11,8%) et devient sans conteste le leader du marché.

La tendance reste négative pour Barcelone. Cette destination perd 5,6% et perd sa troisième place pour Rome (+44%) qui affiche un très beau résultat. Notons que en ce qui concerne Rome, les tarifs aériens ont substantiellement diminué (jusque 30 % de réduction).

D'autres destinations comme Amsterdam (+29,9%) et Venise (+9,3%) affichent de belles augmentations.

Lisbonne (-24,9%) et Prague (-4,9%) sont nettement moins populaires pour le moment.