

Brussel, 27 april 2005

<p style="text-align: center;"><b>RESULTATEN WINTER 2004/2005</b> <b>TENDENSEN ZOMER 2005</b></p>
---

**I) VAKANTIES IN DE VOORBILJE WINTERPERIODE 2004-2005 (+12,7%)**

**1.1) Algemeen overzicht**

Na de kentering van vorig jaar, met een licht herstel van de markt, noteert de georganiseerde reismarkt voor het eerst in jaren opnieuw uitgesproken positieve cijfers. De touroperators verkochten de voorbije winter 12.7% meer reizen.

De markt bevindt zich nu bijna terug op het niveau van het topjaar 2000-2001 ( voor 11 september & Irakcrisis)

Het marktvolume van de touroperators ( excl. Citytrips en seat only's) bedroeg de afgelopen winter 705120 eenheden. De winterperiode strekt zich uit over 5 maanden en is traditioneel goed voor ongeveer 25 à 30% van het jaarlijks aantal verkochte reizen.

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

**1.2) Overzicht van de belangrijkste bestemmingen**

Qua volume blijft Frankrijk veruit de belangrijkste bestemming voor de winter. Opvallend : marktleider Frankrijk (+10%) houdt goed stand door de uitstekende resultaten van de skivakanties(+20.9%). Disneyland Parijs (-7%) levert een deel van de winst van vorig jaar opnieuw in.

Spanje ( -0.3%) noteert een status quo maar verliest marktaandeel omdat concurrerende bestemmingen het gemiddeld beter deden. Steeds meer zonzekere bestemmingen met uitstekende prijs/kwaliteitsverhouding concurreren met deze bestemming.

Bij de vliegbestemmingen is **Marokko** (+66,2%) de **grote winnaar** van de afgelopen winter. Ook **Egypte** ( +37.8%) en **Tunesië** (+18.7%) scoren opnieuw uitstekend. Het marktaandeel van Egypte bedraagt nu méér dan 10% en deze marktgroei is deels ten nadele van Spanje.

Turkije ( +16.9%) herpakt zich na het lichte verlies vorig jaar. Vooral de regio Antalya is populair.

Bij de **autobestemmingen** zien we dat vooral Duitsland (+27.5%) goed blijft scoren. Deze bestemming staat nu op 4 en doet het bij de touroperatorreizen beter dan België (+5.7%).

De skibestemmingen (21,7%) noteren na 2 magere jaren opnieuw fikse winstcijfers. Deze groei houdt rechtstreeks verband met 2 factoren. De schoolvakanties in België vielen niet volledig samen met deze van de meeste andere landen, waardoor de touroperators met zeer aantrekkelijke prijzen konden uitpakken. Verder valt de eerste week van de paasvakantie (goed voor ongeveer 10% van de skivakanties) nu volledig in de winter. De cijfers van de winter worden hierdoor positief beïnvloed, deels ten nadele van de zomer.

De long haul (-6%) levert in. Vooral de Caraïben (-13,3%) noteren een daling. Het tumultueus orkaanseizoen viel midden in het boekingsseizoen en remde de boekingen voor de regio duidelijk af.

### **1.3) Evolutie per transportmiddel**

Uit de cijfers blijkt dat de autovakanties de afgelopen winter het best presterende marktsegment waren. De sterke groei houdt rechtstreeks verband met de positieve cijfers voor de wintersport.

Autovakanties: +15.1%

Vliegvakanties : +11.8%

- Short & medium haul: +16.8%

- Long haul: -6%

Voor de touringcar blijft de tendens negatief: -10.3%

De vakanties met de trein vertonen een daling van 19.5%.

### **1.4) Vliegvakanties : +11.8%**

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 : +16.8%**

Grote winnaar van het afgelopen winterseizoen is procentueel gezien Marokko (+66.2%). In absolute getallen is Egypte (+37.8%) evenwel de grootste groeier. Deze bestemming zag zijn marktaandeel in belangrijke mate stijgen, vooral ten koste van Spanje (-2.6%). Egypte wint ongeveer 5% qua marktaandeel, Spanje verliest net iets minder.

Verliezers zijn er bijna niet. Bij de winnaars zien we Malta (+19.5%), Tunesië (+18.7%), Cyprus (+17.9%) en Turkije (+17%). Ook Portugal (+6.6%) noteert opnieuw positieve cijfers. Opvallend voor deze bestemming zijn de uitstekende resultaten voor de citytrips (+80%). Het volume van dit segment overschrijdt dat van de vakanties!

Bij de vliegvakanties is er een duidelijke verschuiving naar het Oosten van het Middellandse zeegebied. Vooral marktleider Spanje krijgt zware concurrentie van landen als Egypte, Tunesië en Marokko.

- **Vliegvakanties Long Haul (-6%)**

De verre bestemmingen noteren een verlies van 6 %.

Azië (-1.3%) hield relatief goed stand. De meeste bestemmingen in de regio noteren positieve cijfers. Marktleider Thailand (+12.9%) gaat vooruit net als China (+22.2%), Vietnam (+49.2%) en Indonesië (+11%). De winnaars van vorig jaar India (-17%), Malediven (-49.5%) en Sri Lanka (-80.6%) verliezen dit jaar. Dit verlies houdt uiteraard verband met de Tsunami-ramp die de regio trof.

Het Amerikaans Continent (-5.6%) levert in. Vooral de Caraïben (-13.3%) verliezen. Zowel de Dominicaanse Republiek (-16.2%) als Cuba (-14.5%) zien hun marktaandeel dalen. Jamaica (+164.1%), de Verenigde Staten (+41.9%) en Mexico (+6.3%) zetten opnieuw uitstekende resultaten neer.

In Afrika (-12.8%) wordt Senegal (+6.9%) opnieuw marktleider. Kenia (-25.3%) levert zwaar in en ook Zuid Afrika (-6.3%) noteert nu minder positieve cijfers. Het **Arabisch schiereiland** (+40,2%) noteert positieve cijfers.

Oceanië (-4,1%) met Nieuw Zeeland en Australië verliest.

### **1.5) Autovakanties (+15.1%)**

De autovakanties noteren een mooie groei van 15.1%. De meeste landen gaan vooruit. Enkel het Verenigd Koninkrijk (-16.9%) en Disneyland Parijs (-6.1%) noteren een verlies. Deze bestemmingen kunnen de mooie groei van vorig jaar niet consolideren en leveren een deel van hun winst opnieuw in

**Bij de dichtbijvakanties** zien we dat vooral Duitsland (+27.5%) goed blijft scoren. Ook Nederland (+17.8%), België (+5.7%) en Luxemburg (+2.3%) noteren een groei.

De **skivakanties** noteren na twee moeilijke jaren opnieuw een sterke groei. Oostenrijk (+25.1%) scoort het best, gevolgd door Zwitserland (+22.9%), Frankrijk (20.9%) en Andorra (+13.8%). Italië (-2.2%) verliest duidelijk marktaandeel, althans wat de skivakanties betreft. De overige bestemmingen in Italië noteren wel een groei. Italië stijgt met 12,3% Ook Spanje doet het trouwens opvallend goed bij de autovakantie (+132,4%).

## **II) CITYTRIPS IN DE VOORBLIJE WINTERPERIODE NOVEMBER 2003-MAART 2004 (+18%)**

De citytrips hebben opnieuw een uitstekend seizoen achter de rug en noteren een groei van 18%. De trend van de afgelopen jaren bevestigt zich en het aantal citytrips dat via de touroperators wordt geboekt bereikt opnieuw een absoluut record. Het marktvolume bedraagt nu 135.177 eenheden.

Wanneer we de bestemmingen van naderbij analyseren valt op dat marktleider Parijs (+25.8%) in absolute cijfers de grote winnaar is van het afgelopen winterseizoen. Londen (-2.5%) levert lichtjes in.

Het succes van de citytrips houdt rechtstreeks verband met de democratisering van de vluchttarieven en het feit dat de Belg steeds korter, maar vaker met vakantie gaat. De citytrip is voor steeds meer Belgen toegankelijk als tussendoor vakantie.

Rome (+18.4%) en Barcelona (+23.3%) en Praag (+27%) blijven goed scoren. Opvallendste stijger is evenwel Lissabon (+80,7%) Deze bestemming wordt nu de 5de citytrip bestemming. Het volume van de citytrips overstijgt dat van de overige vakanties in het land.

Amsterdam moet zich tevreden stellen met een Status Quo (+0,3%) en ook Wenen (+6,8%) scoort onder het marktgemiddelde.

Bij de verliezers vinden we vooral Londen (-2,5%). Ook de noordelijk gelegen steden Kopenhagen (-14,4%) en Stockholm (-18,8%) leveren in.

## **III) VAKANTIES IN DE KOMENDE ZOMER 2004 (+4,8%)**

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 1.202.546 vakanties en 59.916 citytrips geboekt.

De boekingen voor de pakketreizen vertonen momenteel een groei van 4,8%. De markt heeft zich duidelijk hersteld en we verwachten dat dit resultaat noch lichtjes zal verbeteren.

Enkele opmerkelijke vaststellingen:

De vliegvakanties (+10,7%) doen het net als vorig jaar merklijk beter dan de autovakanties (-5%). Wat de autovakanties betreft stellen we vast dat de tendens tot later boeken zich uitbreidt. Ook vorig jaar kenden de boekingen een trage start.

Wat het segment van de vliegvakanties valt op dat de Short & Medium (+13,9%) een groter succes kent dan de Long Haul (-21,6%)

- **De autovakanties: -5%**

De autovakanties noteren momenteel een verlies van 5%. Deze negatieve cijfers moeten enigszins genuanceerd worden. Zoals eerder vermeld werd, werden de cijfers van de winter positief beïnvloed door het feit dat de eerste week van paasvakantie dit jaar volledig in het winterseizoen viel. Deze verschuiving beïnvloedt de cijfers van de zomer in negatieve zin. Verder stellen we vast dat het autoprodukt steeds later geboekt wordt. We verwachten dat de cijfers nog lichtjes verbeteren in de komende maanden.

Bij de dichtbijbestemmingen zien we dat vooral het Verenigd Koninkrijk (+12,1%) goed scoort. De overige dichtbijbestemmingen leveren in : Duitsland (-8,3%) Luxemburg (-12,6%) Nederland (-19,6%) en ook België (-24,7%) verliezen momenteel terrein. Ook Disneyland Parijs (-14,5%) levert in. De tendens voor later boeken manifesteert zich evenwel steeds duidelijker in dit segment.

Ook de bergregio's doen het deze zomer minder goed. Oostenrijk (-2,4%), Franse Alpen (-21,6%), Zwitserland (-19,3%) en Italië (Dolomieten,-7,8%) verliezen terrein. De negatieve cijfers houden rechtstreeks verband met het verschuiven van de paasvakantie.

De autovakanties naar het zuiden presteren duidelijk beter. Procentueel gezien is Croatie (+32,6%) de grootste groeier. Ook Italië (+14,3%) Portugal (+6,6%), Spanje (+3,6%) en Frankrijk, met de Cote d'Azur (+6,9%), de Provence (+1,8%) scoren positieve cijfers.

- **de vliegvakanties: + 10,7%**

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

a) De short & medium haul: +13,9%

Op basis van de huidige cijfers ziet het ernaar uit dat Turkije (+32,7%) de belangrijkste vliegbestemming wordt. Spanje (-6,5%) verliest het marktleiderschap bij de vliegvakanties.

Griekenland (+14,9%) mag na de Olympische spelen op een hernieuwde belangstelling rekenen. De mediacampagne geeft de bestemming duidelijk een duwtje in de rug.

Bij de winnaars vinden we net als de voorgaande jaren verschillende niet-Europese bestemmingen: Marokko (+32,4%), Tunesië (+25,2%) Kroatië (+28%) en Egypte (17,5%) noteren een mooie winst. Enkel Bulgarije (-7,7%) levert in.

Bij de Europese bestemmingen merken we op dat Portugal (+7%) en Malta (+6,3%) goed stand houden, Spanje (-6,5%) en in mindere mate Cyprus (0,7%) en Italië (-2,8%) noteren een verlies.

b) Long haul: -21,6%

Na een recordjaar in 2004 stevent de Long Haul af op een zwaar verlies. De markt gaat momenteel 21,6% achteruit.

Oceanië (+27,3%), met Australië & Nieuw Zeeland en Arabisch schiereiland (+33,3%) noteren net als de voorbije winter positieve cijfers. Voor de rest gaan alle regio's achteruit.

**In Afrika** (-28%) zien we dat vooral Kenia (-43,2%) klappen krijgt. De verhoogde chartercapaciteit van 2004 werd teruggeschroefd. Senegal (-9,4%) is momenteel marktleider.

**Ook het Amerikaans Continent** (-22,6%) verliest. **De Caraïben** (-24,9%), met de Dominicaanse republiek (-28,5%), noteren net als de afgelopen winter een sterke terugval.

**Azië** (-14,2%) tenslotte houdt relatief goed stand. Vooral de door de Tsunami getroffen streken noteren een boekingsachterstand. De chartercapaciteit werd voorlopig teruggeschroefd. Sri Lanka (-87,4%), de Malediven (-86,2%) India (-49,6%) en Thailand (-12,7%) leveren in. China (+69,7%) herstelt duidelijk na de SARS-epidemie. Ook Vietnam (+104,3%) en Maleisië (+16,6%) noteren een groei.

## **B/ Algemeen Besluit**

Als algemeen besluit kunnen we vaststellen dat de sector het verlies van 2001 en 2002 opnieuw goedge maakt heeft. Vorig jaar moesten de touroperators zich nog tevreden stellen met een bescheiden groei. Deze winter daarentegen noteert de markt voor het eerst weer sterke groeicijfers, zowel voor de vakanties(+12,7%) als voor de citytrips (+18%). Voor de zomer 2005 lijkt een groei van 5% een realistisch objectief.

Het marktaandeel van de touroperators kende de afgelopen decennia een onafgebroken groei. Recente studies (WES zomer 2004) geven aan dat deze tendens aanhoudt. De touroperatorreizen groeiden de afgelopen jaren sterker dan het gemiddelde van de markt. Het marktaandeel van de touroperators bedraagt vandaag meer dan 29%.

Steeds meer mensen boeken dus hun reis via de touroperator. De consument raakt zich stilaan meer bewust van de toegevoegde waarde die de sector biedt. De recente Tsunami-ramp heeft aangetoond dat de klanten die georganiseerd reizen duidelijk beter beschermd zijn dan diegenen die zelf hun reis organiseren. En de sector moet verder op dit elan. Consumentvriendelijke garanties en het ontwikkelen van nieuwe USP's kunnen het consumentenvertrouwen verder doen toenemen.

Want er zijn kapers op de kust. Denken we maar aan de opkomst van de low-cost carriers, die zich meer en meer begeven op een terrein dat voor kort voorbehouden was voor onze sector. De klant kan via de websites van de carriers zijn reis vaak volledig samenstellen, hij kan zeker met de opkomst van internet op eenvoudige wijze boeken bij de hotelier etc.. Maar nooit met dezelfde garanties als deze welke de touroperator hem biedt.

In dat opzicht is het toch ook belangrijk dat de reissector zijn troeven duidelijker op de kaart plaatst.

Het aanbod van de georganiseerde reissector is zeer ruim en biedt voor elk wat wils. Bovendien staat het garant voor kwaliteit en zekerheid. Het aanbod dat wordt aangeboden door de touroperators wordt voortdurend gescreend en bijgeschaafd en onderworpen aan normen inzake veiligheid en gezondheid. De leden van ABTO bieden bescherming tegen financiële insolventie. Er is de Geschillencommissie Reizen die jurisdictie in België garandeert. Het is belangrijk om vast te stellen dat deze vormen van bescherming niet altijd wordt geboden indien de klanten rechtstreeks aankopen bij de dienstverstreker.

De nieuwe spelers bieden niet alleen minder garanties, ze vervalsen ook de concurrentie omdat ze niet aan dezelfde strenge voorwaarden moeten voldoen als de sector. Ook op het niveau van de fiscaliteit wordt de concurrentie vervalst (vb verlaagd BTW-tarief voor de aanbieders wordt niet altijd doorgetrokken naar tussenpersonen)

Bruxelles, le 27 avril 2005

<b>RESULTATS HIVER 2004/2005</b> <b>TENDANCES ETE 2005</b>
---

## **I) VACANCES AU COURS DE L'HIVER 2004-2005 (+12,7%)**

### **1.1) Généralités**

Après le revirement de l'année passée et un léger rétablissement du marché, le marché du voyage organisé affiche à nouveau, et pour la première fois depuis des années, des chiffres incontestablement positifs. Les tours-opérateurs ont vendu 12,7 % de voyages en plus l'hiver dernier.

Le marché a aujourd'hui presque retrouvé le niveau de 2000-2001 (avant le 11 septembre et la crise en Irak).

Le volume du marché des tour-opérateurs (excepté city-trips et vols secs) s'élève à 705.120 unités l'hiver dernier. L'hiver s'étend sur 5 mois et représente traditionnellement environ 25 à 30% du nombre de voyages vendus annuellement.

La part de marché des tour-opérateurs s'élève maintenant à +/- 29%.

### **1.2) Aperçu des destinations les plus importantes**

En matière de volume, la France reste la destination la plus importante de l'hiver. A remarquer : la France, leader du marché (+ 10%), renforce sa position de leader surtout grâce aux excellents résultats des vacances de ski (+20,9%). Disneyland Paris (-7%) perd à nouveau une partie de son gain de l'an passé.

L'Espagne (-0,3%) a de nouveau perdu des parts de marché l'hiver dernier. D'autres destinations "soleil assuré" avec un excellent rapport qualité/prix font concurrence à cette destination.

Le grand vainqueur de l'hiver dernier est le Maroc (+66,2%). L'Egypte (+37,8%) et la Tunisie (+18,7%) ont également retrouvé d'excellents résultats. La part de marché de l'Egypte atteint à présent plus de 10%, en partie au détriment de l'Espagne.

La Turquie (+16,9%) se remet de la légère perte de l'hiver dernier. La région d'Antalya particulièrement est populaire.

Au sein des **vacances en voiture**, nous voyons que l'Allemagne (+27,5%) continue à bien se porter. Parmi les voyages organisés, cette destination se porte mieux que la Belgique (+5,7%).

Après deux années de vaches maigres, les destinations ski affichent à nouveau des chiffres très positifs (+21,7%). Cette croissance est directement liée à deux facteurs. Les vacances scolaires belges ne correspondent pas complètement à celles de la plupart des autres pays ; les tours-opérateurs peuvent donc négocier des prix plus attractifs. De plus, la première semaine des vacances de Pâques (qui génère environ 10% des vacances de ski) tombe à présent totalement dans la saison d'hiver. Ces chiffres d'hiver en ont été positivement influencés, en partie au détriment de l'été !

Enfin le Long Haul (-6%) perd, les Caraïbes surtout (-13,3%). La tumultueuse saison des ouragans est tombée au beau milieu de la saison des réservations et a nettement freiné les ventes vers cette région.

### **1.3) Evolution par moyen de transport**

D'après les chiffres, nous constatons que les vacances en voiture ont été le segment le plus rentable cet hiver. Cette très forte hausse est directement liée aux chiffres positifs des sports d'hiver.

Vacances en voiture : +15,1 %

Vacances en avion : +11,8 %

- Courte et moyenne distance : +16,8 %

- Longue distance : -6 %

La tendance demeure négative pour les voyages en autocar: -10,3 %

Les vacances en train diminuent de 19,5%.

### **1.4) Vacances en avion : +11,8%**

Au niveau des vacances en avion, il est clair qu'il faut faire une distinction entre le Short and Medium Haul et le Long Haul.

- **Vacances en avion courte et moyenne distance : +16,8%**

Si l'on considère les pourcentages, le numéro 1 de l'hiver passé est le Maroc (+66,2%). En chiffres absolus, c'est l'Egypte (+37,8%) qui connaît la plus forte hausse. Cette destination a vu ses parts de marché augmenter considérablement, surtout au détriment de l'Espagne (-2,6%). L'Egypte a gagné environ 5% en part de marché, l'Espagne en a perdu autant !

Il n'y a cependant quasi pas de perdants ! Parmi les gagnants, on trouve Malte (+19,5%), la Tunisie (+18,7%), Chypre (+17,9%) et la Turquie (+17%). Le Portugal (+6,6%) affiche également de nouveau des chiffres positifs. A remarquer pour cette destination, les excellents résultats des city-trips (+80%). Le volume de ce segment dépasse celui des vacances !

Pour les vacances en avion, il y a clairement un glissement vers l'Est. L'Espagne surtout doit supporter la forte concurrence de pays tels que l'Égypte, la Tunisie et le Maroc.

- **Vacances en avion longue distance : -6%**

Les destinations lointaines enregistrent une perte de 6%.

L'**Asie (-1,3%)** se maintient relativement bien. La plupart des destinations dans cette région affichent des chiffres positifs. La Thaïlande (+12,9%), leader du marché, continue sur sa lancée, tout comme la Chine (+222%), le Vietnam (+49,2%) et l'Indonésie (+11%). Les gagnants de l'an passé, l'Inde (-17%), les Maldives (-49,5%) et le Sri Lanka (-80,6%) perdent cette année. Cette perte est incontestablement liée à la catastrophe du Tsunami que ces régions ont connue.

**Le continent américain (-5,6%)** se maintient. Les Caraïbes (-13,3%) surtout connaissent une perte. Tant la république Dominicaine (-16,2%) que Cuba (-14,5%) perdent des parts de marché. La Jamaïque (+164,1%), les Etats-Unis (+41,9%) et le Mexique (+6,3%) continuent à réaliser d'excellents résultats.

En **Afrique (-12,8%)**, le Sénégal (+6,9%) est à nouveau le leader du marché. Le Kenya (-25,3%) se remet difficilement et l'Afrique du Sud (-6,3%) présente également de moins bons chiffres.

### **1.5) Vacances en voiture (+15,1%)**

Les vacances en voiture notent une belle croissance de +15,1%.

Parmi les **vacances proches**, nous voyons que l'Allemagne (+27,5%) continue de bien se porter. La Hollande (+17,8%), la Belgique (+5,7%) et le Luxembourg (+2,3%) connaissent également une croissance.

Le Royaume-Uni (-16,9%) et Disneyland Paris (-6,1%) ne peuvent consolider leur belle croissance de l'an passé et perdent à nouveau une partie de leur gain.

Après deux années difficiles, les **vacances de ski** notent à nouveau une belle croissance. Exception faite de l'Italie (-2,2%), toutes les destinations de ski notent une forte hausse : l'Autriche (+27,1%), la Suisse (+23%), la France (+22,5%) et Andorre (+13,8%)

## **II) LES CITYTRIPS AU COURS DE LA DERNIERE PERIODE D'HIVER NOVEMBRE 2004-MARS 2005 (+18%)**

Les city-trips ont connu une excellente saison cet hiver et affichent une croissance de 18%. La tendance de ces dernières années se consolide et le nombre de city-trips réservés via les tour-opérateurs atteint de nouveau un record absolu ! Le volume du marché s'élève maintenant à 135.177 unités.

Quand on analyse les destinations de plus près, on remarque que le leader du marché, Paris (+25,8%), est en chiffre absolu le grand gagnant de cette dernière saison d'hiver. Londres (-2,5%) diminue quelque peu.

Le succès des city-trips est directement lié à la démocratisation des tarifs aériens et le fait que le belge opte de plus en plus pour des vacances plus courtes mais plus fréquentes. Les city-trips sont accessibles à de plus en plus de belges en tant que vacances intermédiaires

Rome (+18,4%) et Barcelone (+23,3%) continuent de bien se porter. A remarquer la jolie hausse de Lisbonne (+80,7%). Cette destination devient maintenant la 5<sup>ème</sup> destination city-trip. Le volume des city-trips dépasse celui des vacances dans tout le pays. Prague (+27%) continue également d'augmenter. Cette destination endosse dès lors la 6<sup>ème</sup> place parmi les city-trips.

Amsterdam (+0,3%) doit se contenter d'un statu quo. Vienne (+6,8%), bien qu'en légère progression, présente un score inférieur à la moyenne du marché.

Parmi les perdants, nous trouvons surtout Londres (-2,5%) et les cités nordiques : Copenhague (-14,4%) et Stockholm (-18,8%).

## **III) VACANCES AU COURS DE L'ETE 2005 (+4,8%)**

Sur base des réservations effectuées de novembre à mars, nous pouvons déjà livrer quelques tendances importantes pour la saison estivale à venir. Traditionnellement, plus de 50 % des réservations sont effectuées pendant cette période. Le 31 mars, 1.202.546 vacances et 59.916 city-trips étaient déjà réservés.

Les réservations pour les voyages à forfait montrent en ce moment une croissance de 4,6%. Le marché s'est clairement rétabli et nous pensons que ces résultats vont encore évoluer quelque peu.

Quelques constats importants :

Les vacances en avion (+10,7%) ont cet été de bien meilleurs résultats que les vacances en voiture (-5%). Dans le segment des vacances en voiture, nous constatons que la tendance à réserver tardivement se consolide. L'an passé déjà les réservations affichaient un lent départ.

Concernant le segment des vacances en avion, le Short and Medium Haul (+13,9%) se comportent bien mieux que le Long Haul (-21,6%).

□ **Les vacances en voiture** : -5%

Les vacances en voiture affichent pour l'instant une perte de 5%. Ces chiffres négatifs doivent être quelque peu nuancés. Comme nous l'avons déjà signalé précédemment, les chiffres pour l'hiver furent positivement influencés par le fait que la première semaine des vacances de Pâques tombait cette année complètement dans la saison d'hiver. Ce déplacement a dès lors influencé négativement les chiffres de l'été. De plus, nous constatons que le produit « voiture » est réservé toujours plus tardivement. Nous prévoyons une amélioration dans les prochains mois.

Parmi les destinations proches, nous voyons que le Royaume-Uni (+12,1%) connaît de bons résultats. La plupart des destinations proches faiblissent : l'Allemagne (-8,3%), le Luxembourg (-12,6%), la Hollande (-19,6%) ainsi que la Belgique (-24,7%) perdent actuellement du terrain. La tendance à réserver tardivement se manifeste aussi de plus en plus clairement dans ce segment.

Les régions montagneuses montrent également de moins bons chiffres. L'Autriche (-2,4%), les Alpes françaises (-21,6%), la Suisse (-19,3%) et l'Italie (Dolomites : -7,8%) perdent du terrain. Ces chiffres négatifs sont directement liés au déplacement des vacances de Pâques.

Les vacances en voiture vers le Sud présentent nettement mieux. En pourcentage, la Croatie (+32,6%) connaît la plus grande croissance. L'Italie (+14,3%), le Portugal (+6,6%), l'Espagne (+3,6%) et la France, avec la Côte d'Azur (+6,9%), la Provence (+1,8%) ont également de bons scores.

• **Les vacances en avion** : +10,7%.

Il ressort des chiffres que le Short and Medium Haul se portent bien mieux que le Long Haul.

Les courtes et moyennes distances : +13,9 %

Sur base des chiffres actuels, on voit que la Turquie (+32,7%) devient la destination par avion la plus importante. L'Espagne (-6,5%) perd sa place de leader du marché au sein des vacances en avion.

La Grèce (+14,9%) peut compter sur un important rétablissement après les Jeux Olympiques. La campagne médiatique a clairement donné un coup de fouet à cette destination.

Parmi les gagnants nous trouvons, tout comme les années précédentes, des destinations hors Europe : le Maroc (+32,4%), la Tunisie (+25,2%), la Croatie (+28%) et l'Égypte (+17,5%) notent une belle hausse. Seule la Bulgarie peine (-7,7%).

Parmi les destinations européennes, nous remarquons que le Portugal (+7%) et Malte (+6,3%) se maintiennent. L'Espagne (-6,5%), et dans une moindre mesure Chypre (+0,7%) et l'Italie (-2,8%), enregistrent une légère diminution.

Longue distance : -21,6 %

Après une saison record en 2004, le Long Haul accuse une lourde perte. Le marché recule pour l'instant de 21,6%.

Exception faite de l'Australie-Nouvelle Zélande (+27,3%) et de l'Arabie (+33,3%) ; toutes les régions reculent.

**En Afrique** (-28%), nous voyons que le Kenya (-43,2%) prend un méchant coup. La capacité de sièges charters qui avait augmenté en 2004 a été réduite pour 2005. Le Sénégal (-9,4%) est pour l'instant le leader du marché.

**Le continent américain** (-22,6%) connaît également une diminution. Les Caraïbes (-24,9%), et principalement la République Dominicaine (-28,5%) notent un fort revirement, tout comme l'hiver passé.

**L'Asie** (-14,2%) enfin se maintient relativement. C'est surtout dans les régions touchées par le Tsunami que les réservations stagnent. Les capacités charters ont été entretemps réduites. Le Sri Lanka (-87,4%), les Maldives (-86,2%), l'Inde (-49,6%) et la Thaïlande (-12,7%) peinent. La Chine (+69,7%) se remet après l'épidémie SRAS. Le Vietnam (+104,3%) et la Malaisie (+16,6%) prospèrent également.

### **Conclusion Générale**

En conclusion, nous pouvons constater que le secteur peut enfin laisser derrière lui les difficultés de ces dernières années. L'année dernière, les tour-opérateurs avaient dû se contenter d'une croissance modeste. Cet hiver, le marché a de nouveau connu une forte croissance (+12,7%) tant pour les vacances que pour les city trips. Pour l'été, une croissance de 5% nous semble être un objectif réaliste.

La part de marché des tour-opérateurs a connu ces dix dernières années une croissance constante. Les récentes études Wes (été 2004) montrent que cette tendance se maintient. Les dernières années, les voyages par tour-opérateurs ont prestés plus que la moyenne du marché. La part de marché des tour-opérateurs atteint à présent plus de 29%.

Toujours plus de personnes réservent leur voyage via un tour-opérateur. Le consommateur est toujours plus conscient de la valeur ajoutée que le secteur offre. La récente catastrophe Tsunami a démontré que les clients qui voyagent par tour-opérateurs sont de toute évidence mieux protégés que ceux voyageant par eux-mêmes. Le secteur doit persévérer sur cette lancée. C'est en offrant toujours plus de garanties aux consommateurs et en développant notre valeur ajoutée que nous pourrions augmenter la confiance des consommateurs.

Nous rencontrons toujours plus de concurrence. Il suffit de penser aux à l'arrivée des compagnies Low Cost qui évoluent de plus en plus sur un terrain initialement réservé à notre secteur. De nos jours, le client peut entièrement composer un voyage sur les sites Web des compagnies aériennes et il peut tout aussi facilement réserver sa chambre d'hôtel etc. Mais jamais, il n'y trouvera les garanties offertes par le tour opérateur.

Dans cette optique, il est essentiel que le secteur du voyage mette tous les atouts sur table.

L'offre du secteur des voyages organisés est très large et propose à chacun ce qu'il souhaite ! En outre, il se porte garant de la qualité et de la sécurité. L'offre des tour-opérateurs est continuellement analysée, peaufinée et rendue conforme aux normes en matière de sécurité et de santé. Les membres de l'ABTO offrent une protection contre l'insolvabilité financière ainsi que les services de la Commission Litiges Voyages. Il est important de constater que ces différentes formes de protection ne sont pas toujours offertes lorsque l'achat est conclu directement auprès d'un prestataire de services.

Les nouveaux acteurs n'offrent donc pas seulement moins de garanties mais ils faussent également la concurrence en ne répondant pas aux sévères conditions auxquelles le secteur se conforme.