

wes | research & strategy
eye-opening • together • results

eye-opening • together • results

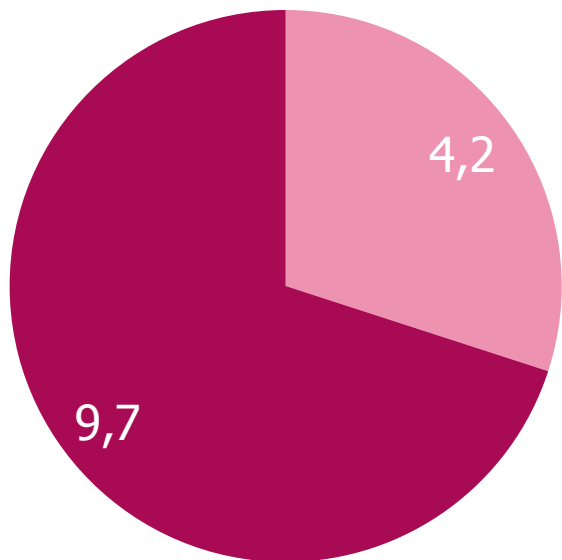
De Belgische reismarkt



www.wes.be

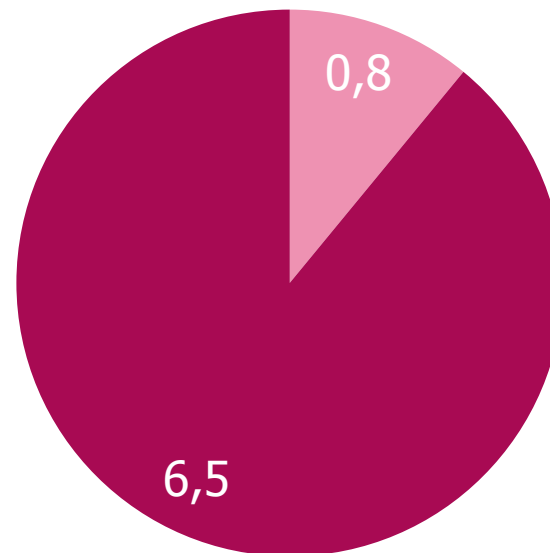
De Belgische reismarkt in 2012

**13,9 miljoen
commerciële reizen**



■ in België ■ buitenland

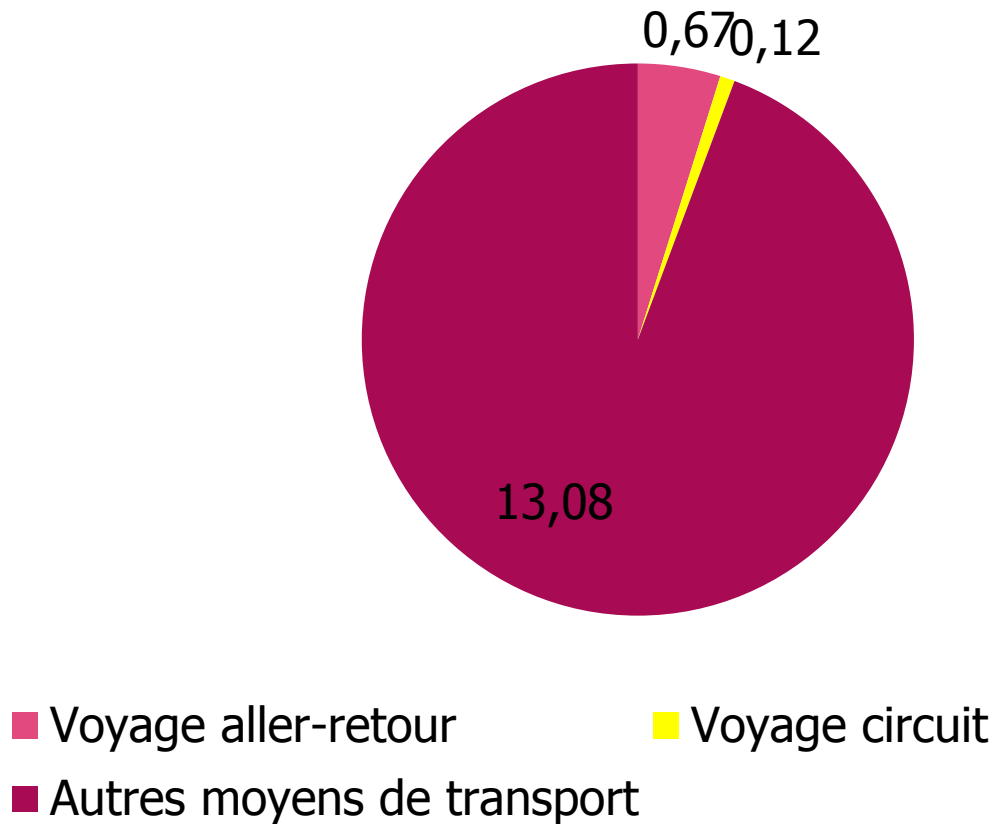
7,3 miljard euro



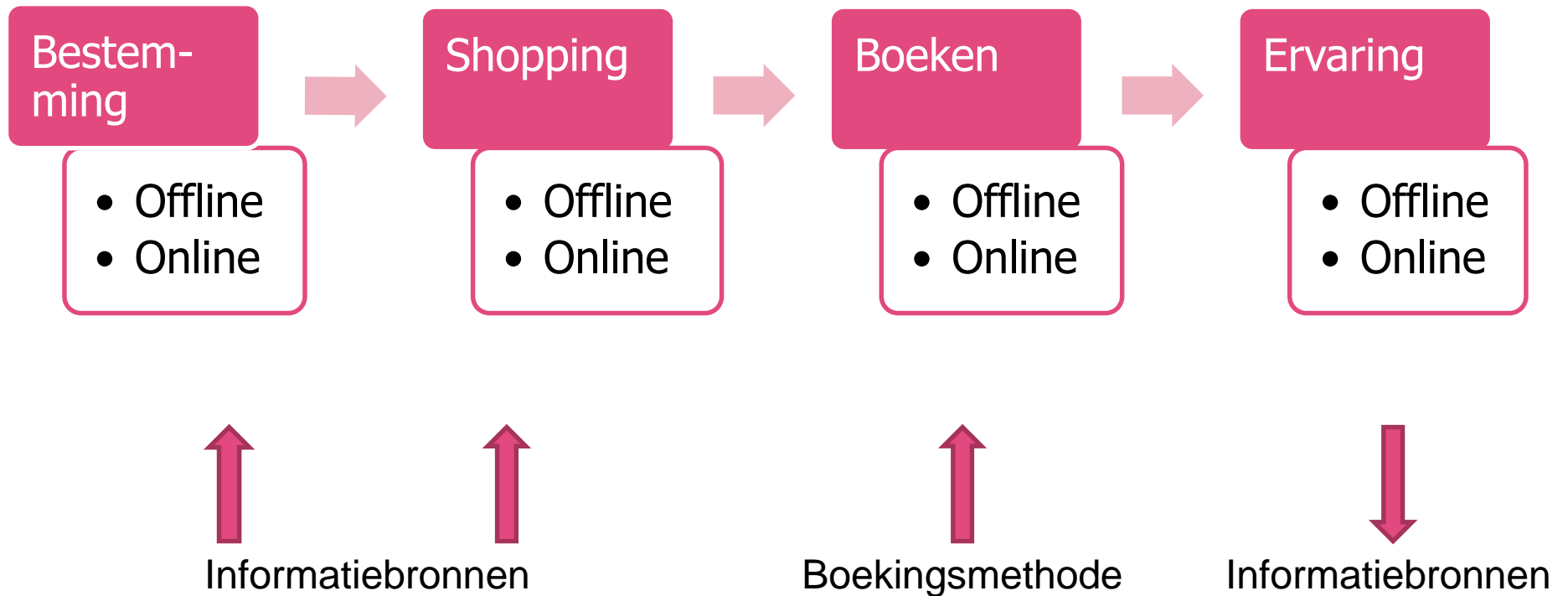
■ in België ■ buitenland

L'autocar est le moyen de transport dans 6% de tous les voyages commerciaux des Belges

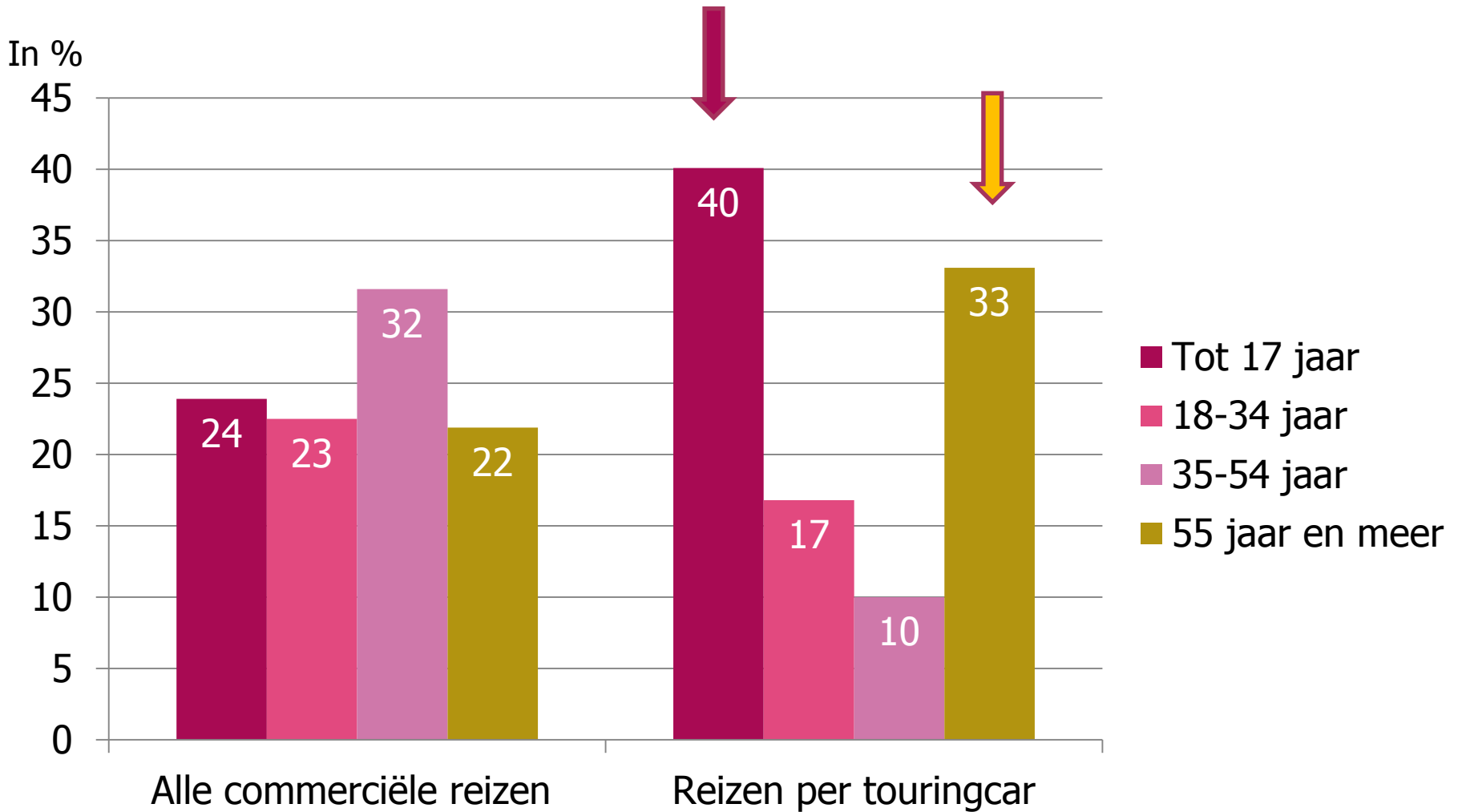
790.000 voyages commerciaux en autocar



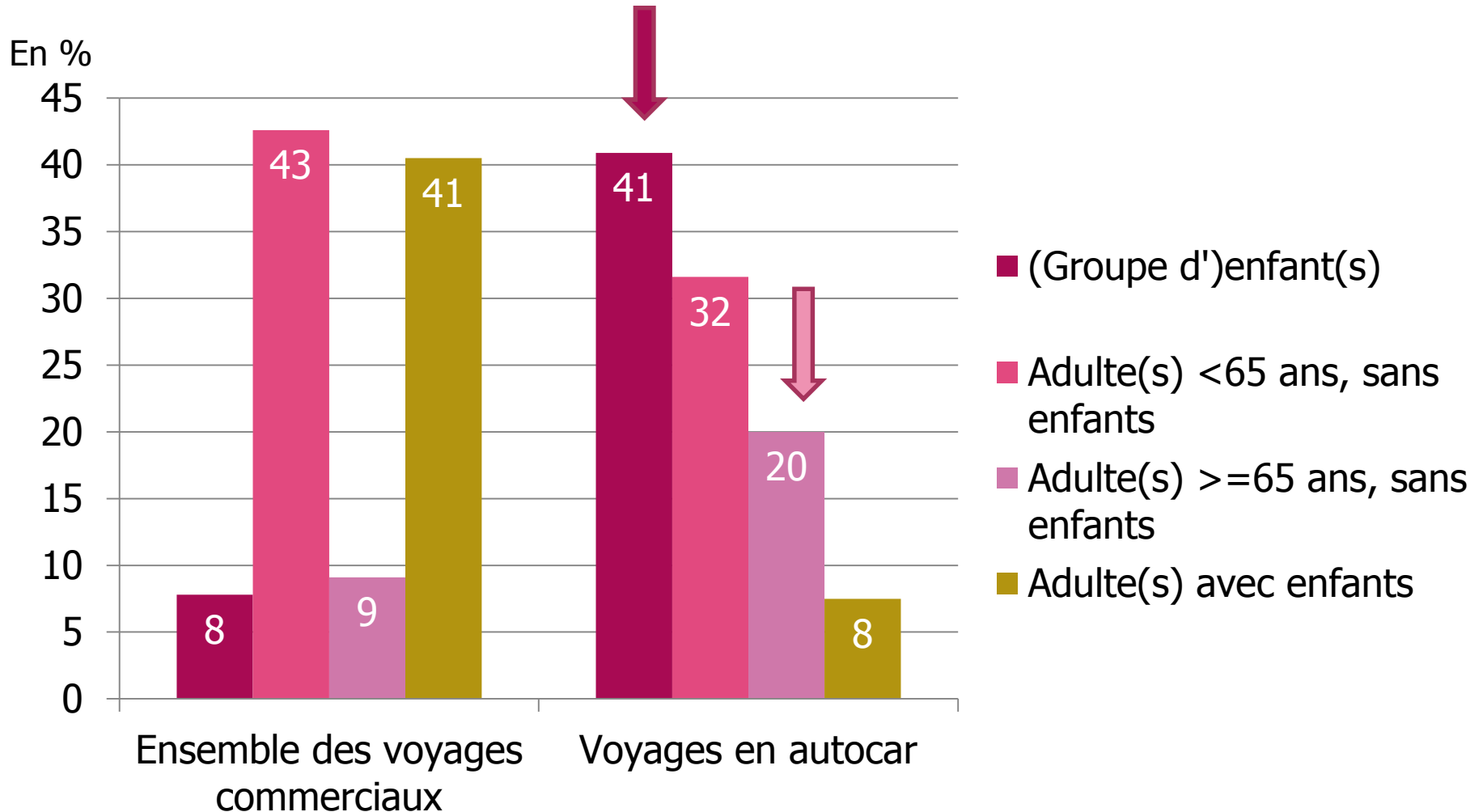
Het beslissingsproces van de vakantieganger



Publiek van de touringcar in functie van leeftijd: veel jongeren en ouderen

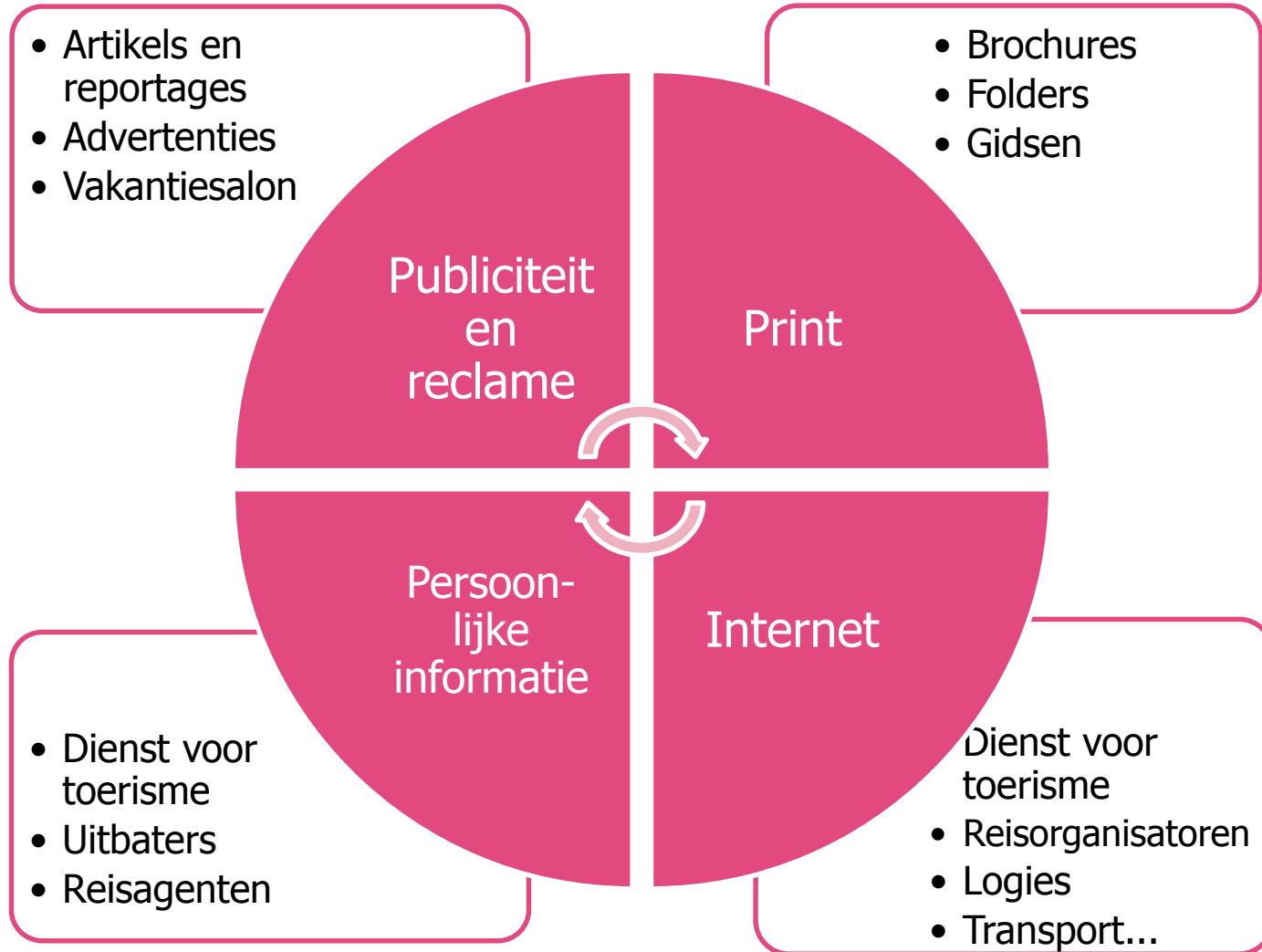


Le public de l'autocar en fonction de la famille en voyage: beaucoup de groupes d'enfants et des adultes plus âgés sans enfants

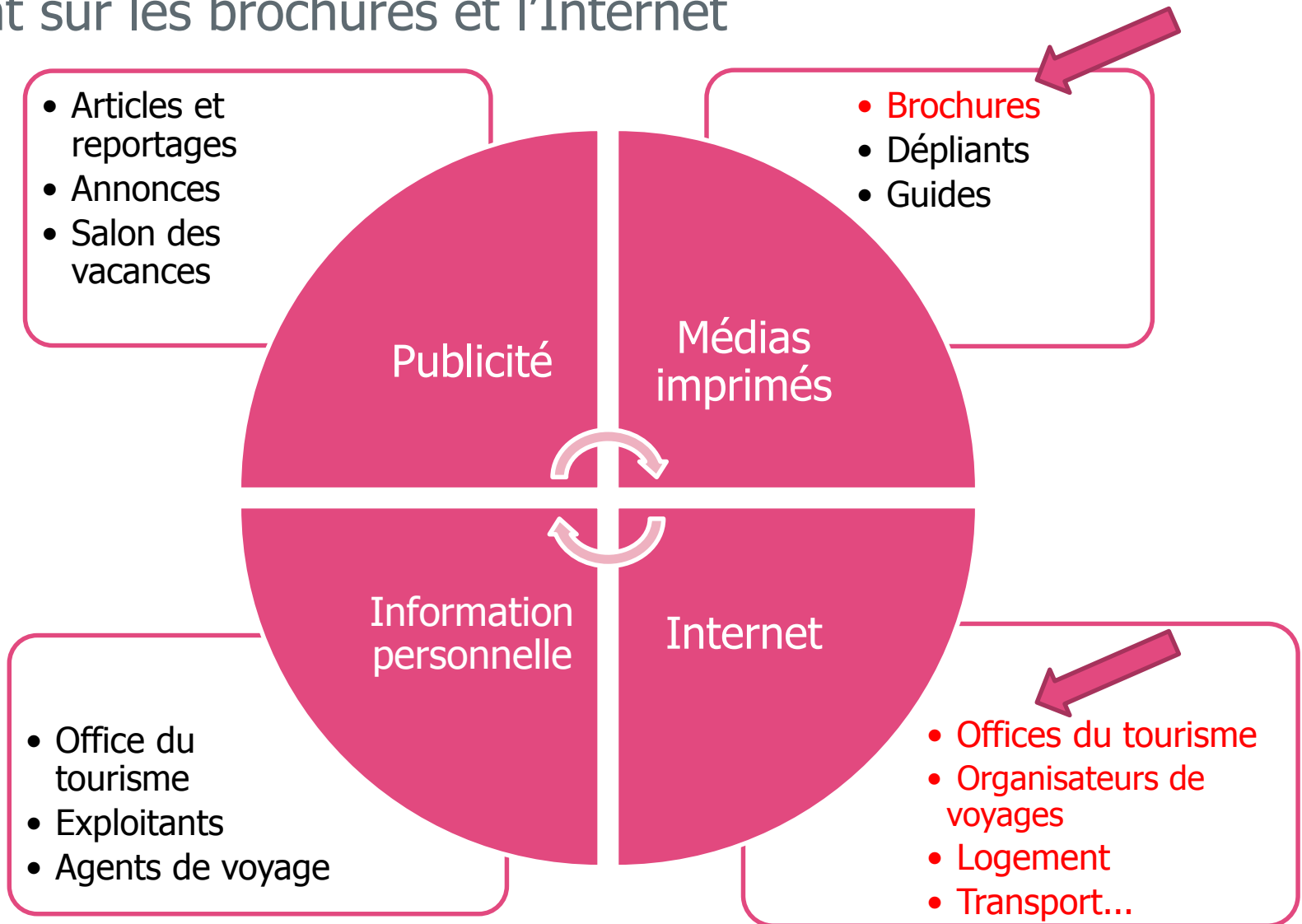


Informatiebronnen
Sources d'information

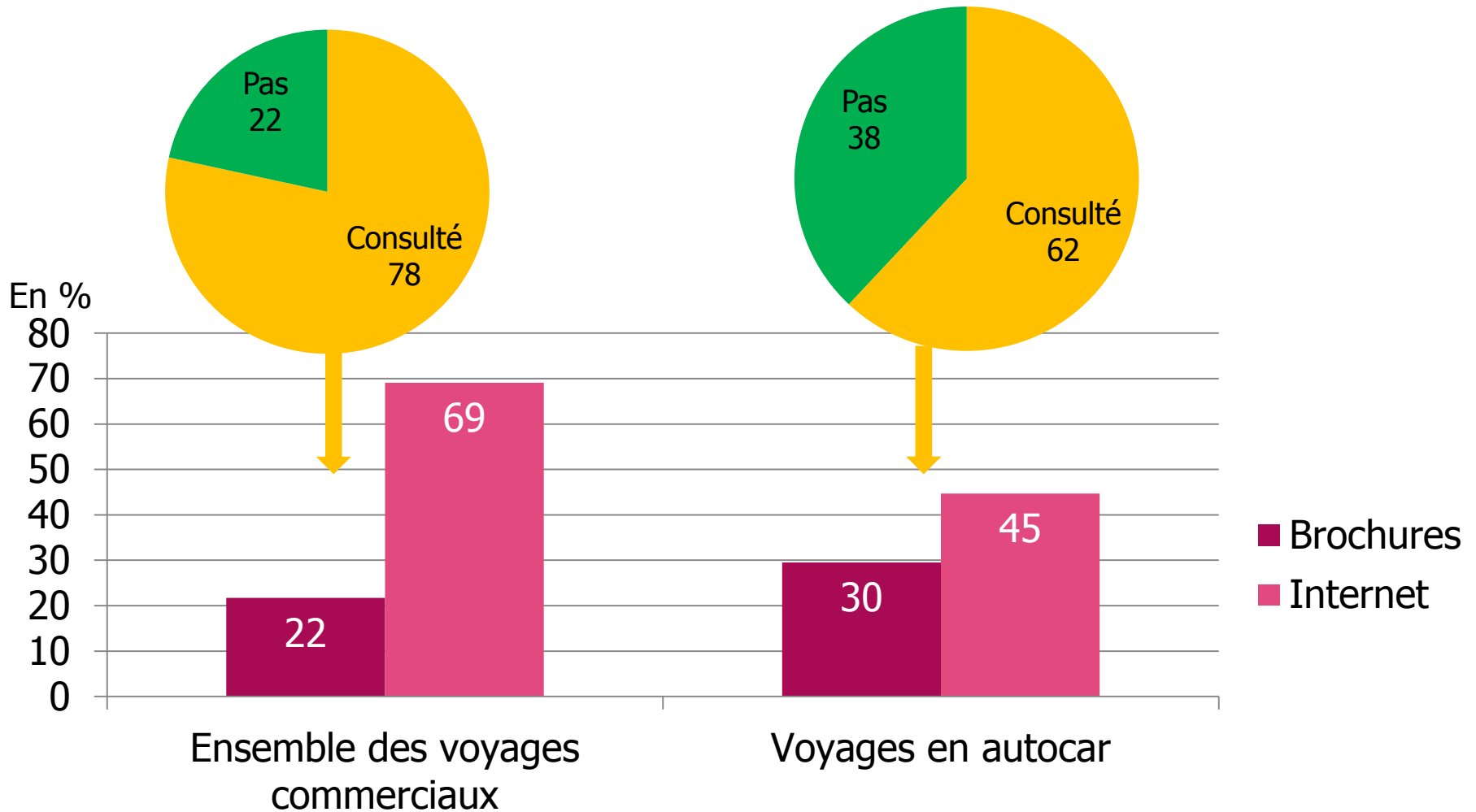
Types van informatiebronnen



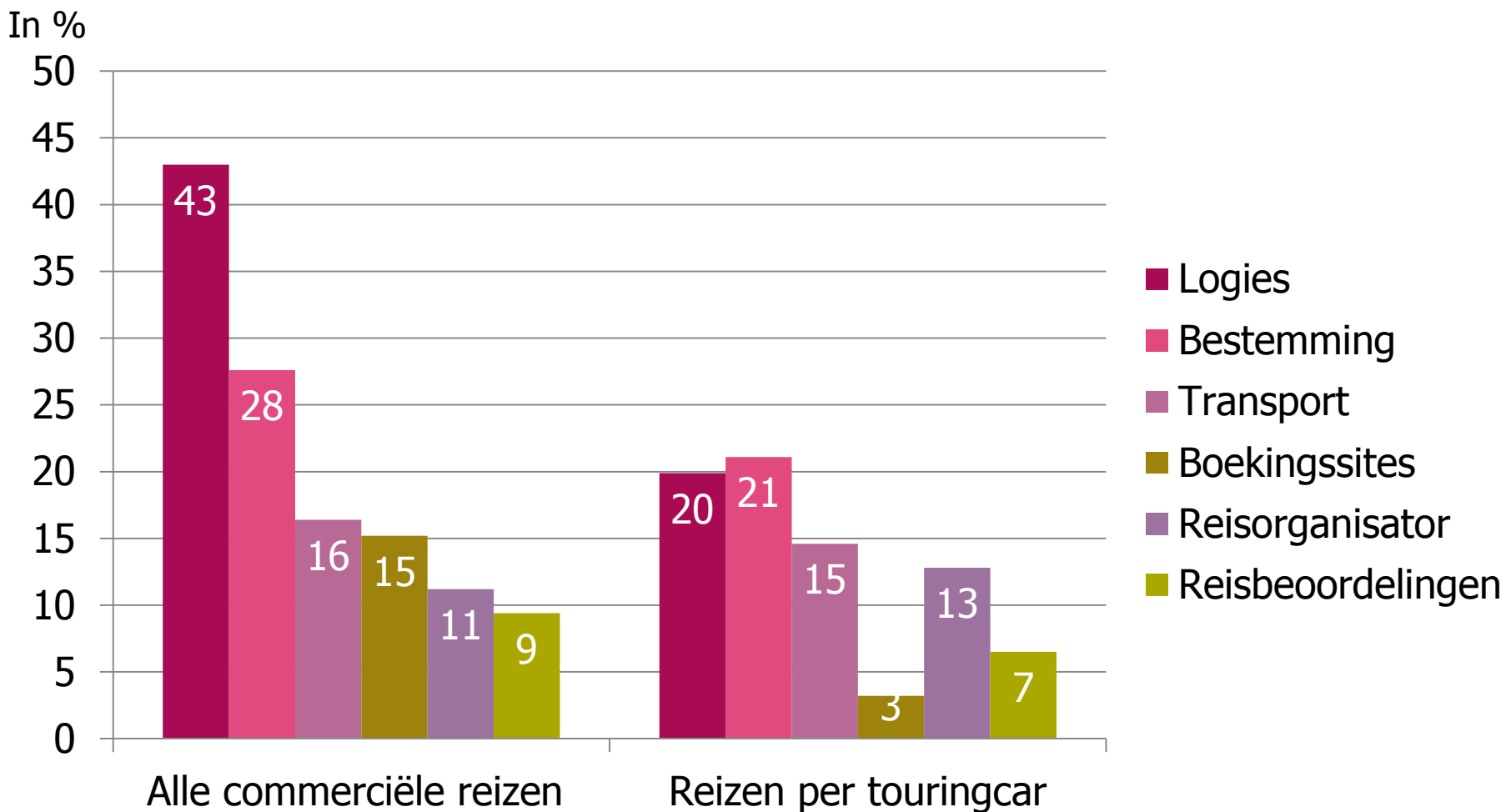
Dans cette analyse: accent sur les brochures et l'Internet



Brochures et/ou Internet consulté(s) avant le départ en voyage?



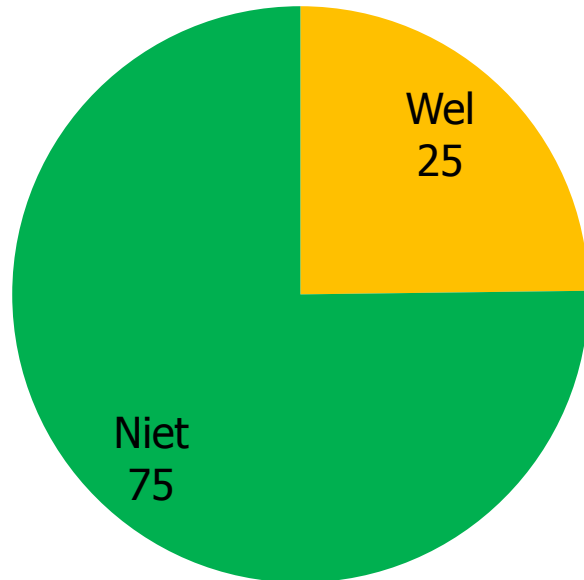
Welke websites geconsulteerd voor de afreis?



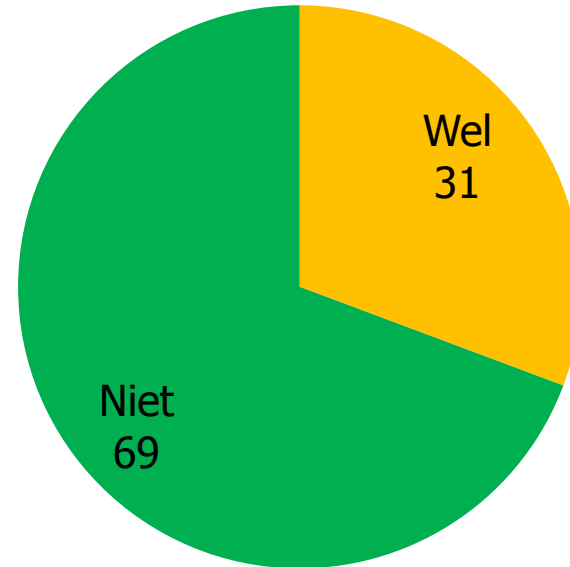
Boeking
Réservation

Geboekt bij een touroperator?

In %

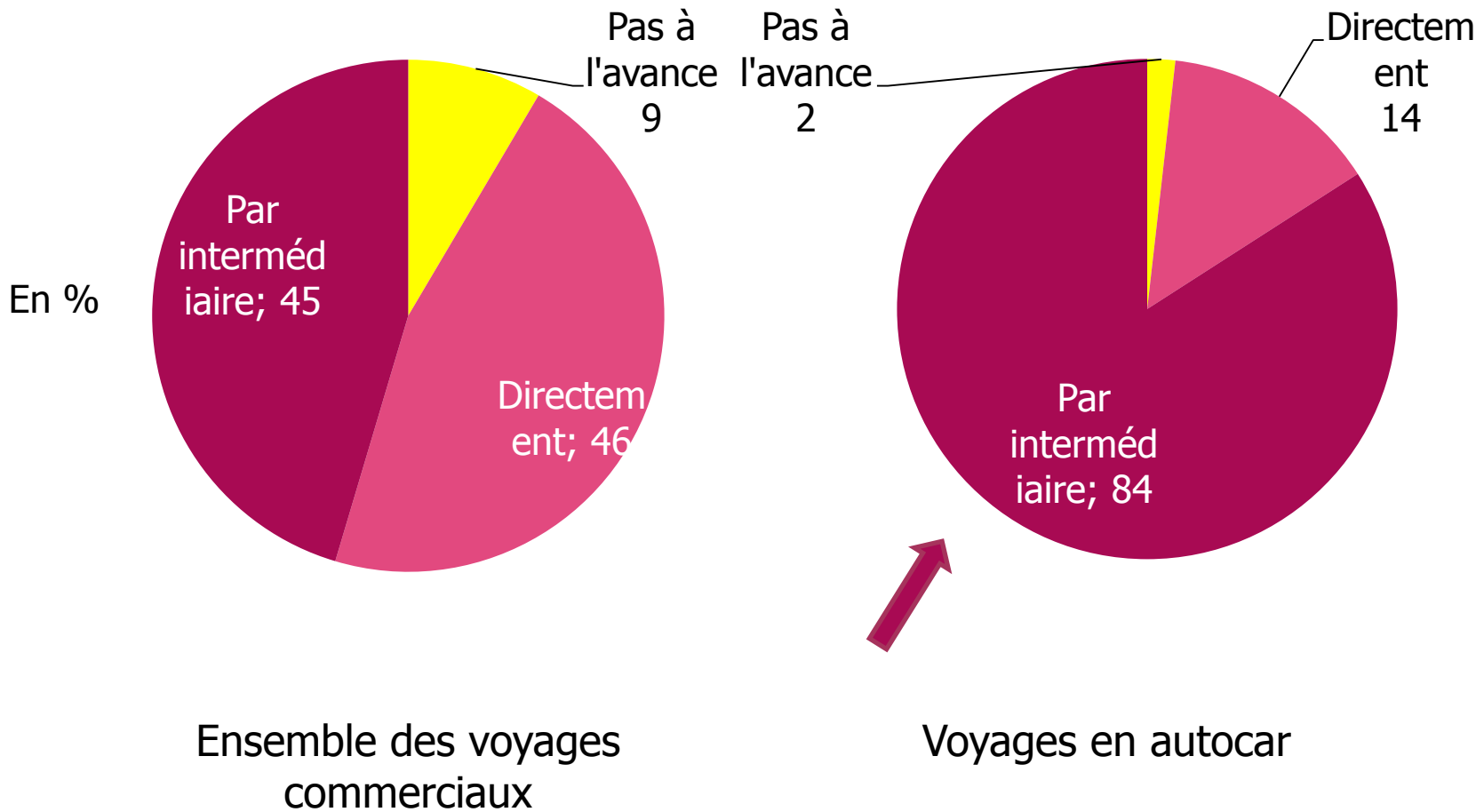


Alle commerciële reizen

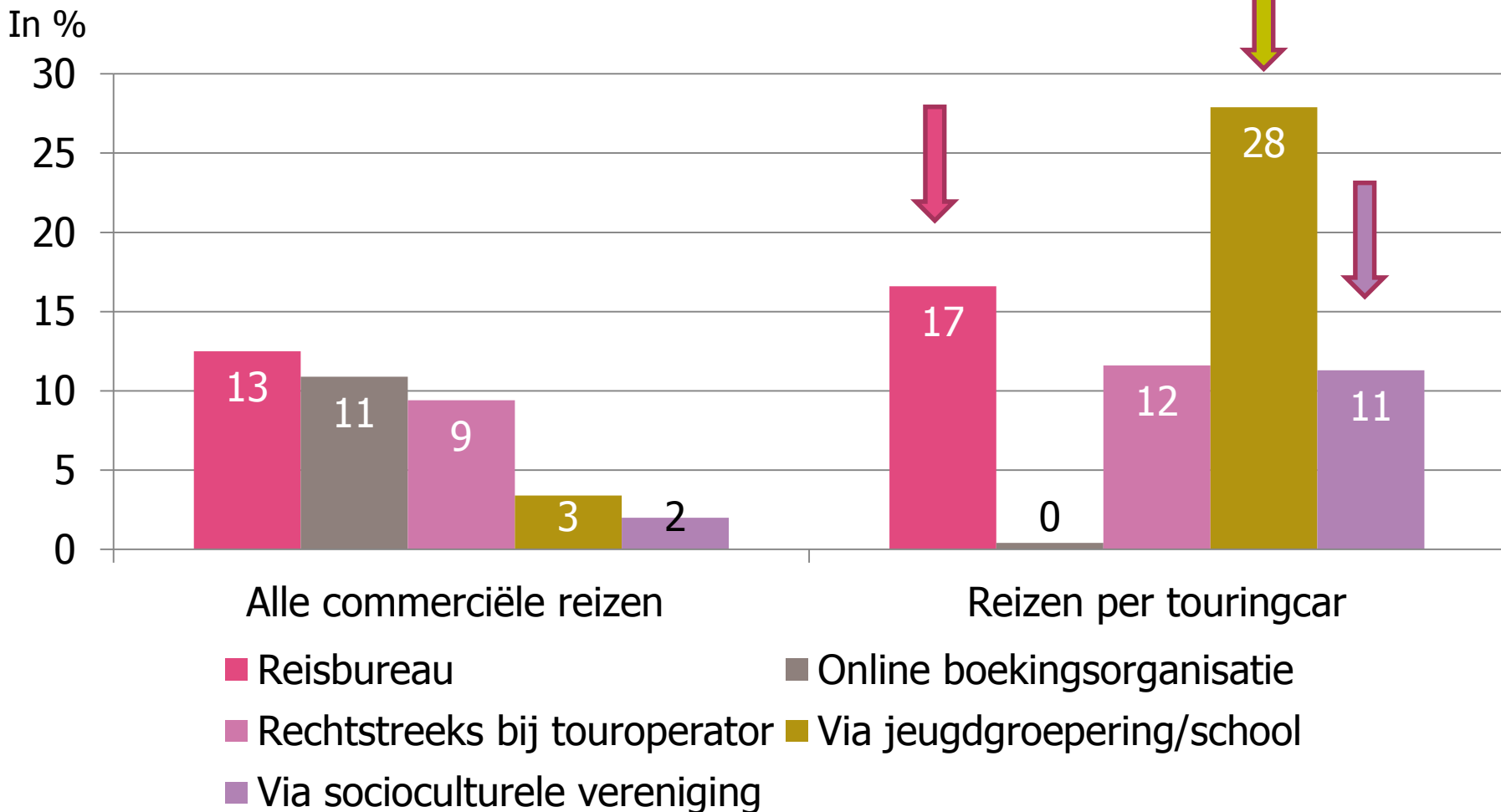


Reizen per touringcar

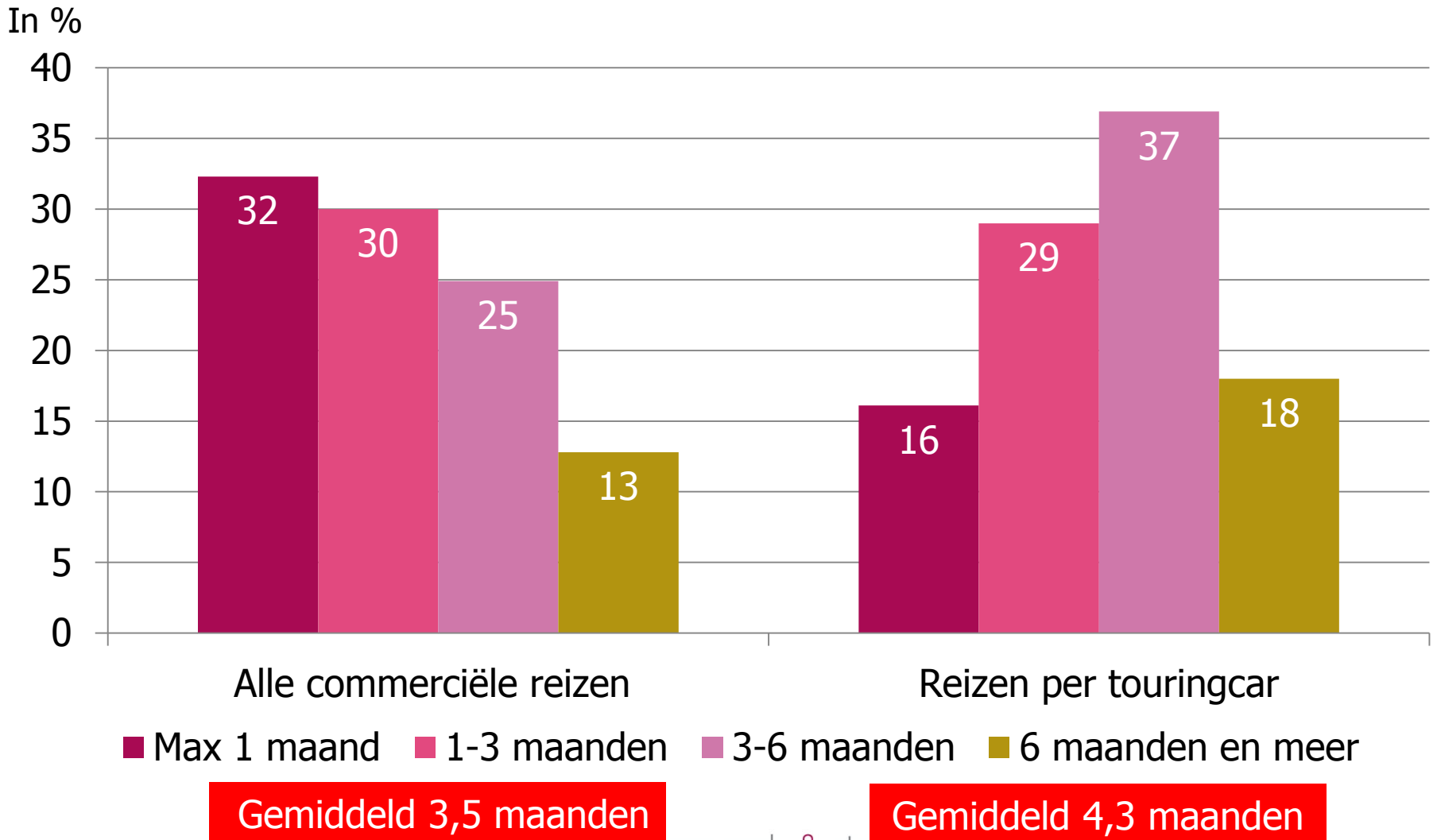
Réservation du logement: davantage par intermédiaire pour les voyages en autocar



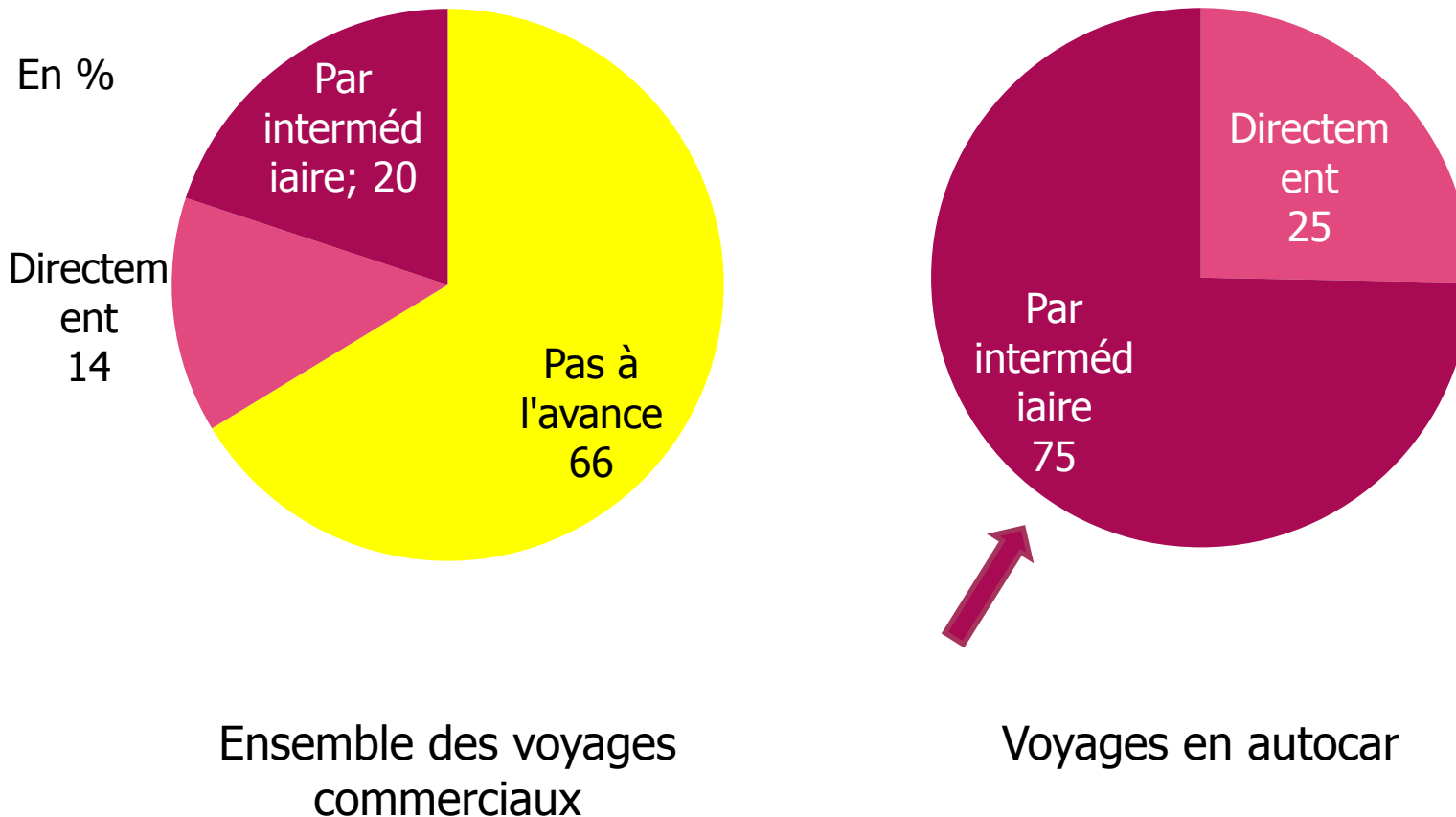
Logiesreservatie via bemiddeling: reisbureaus, jeugdgroepen en verenigingen belangrijk bij touringcar



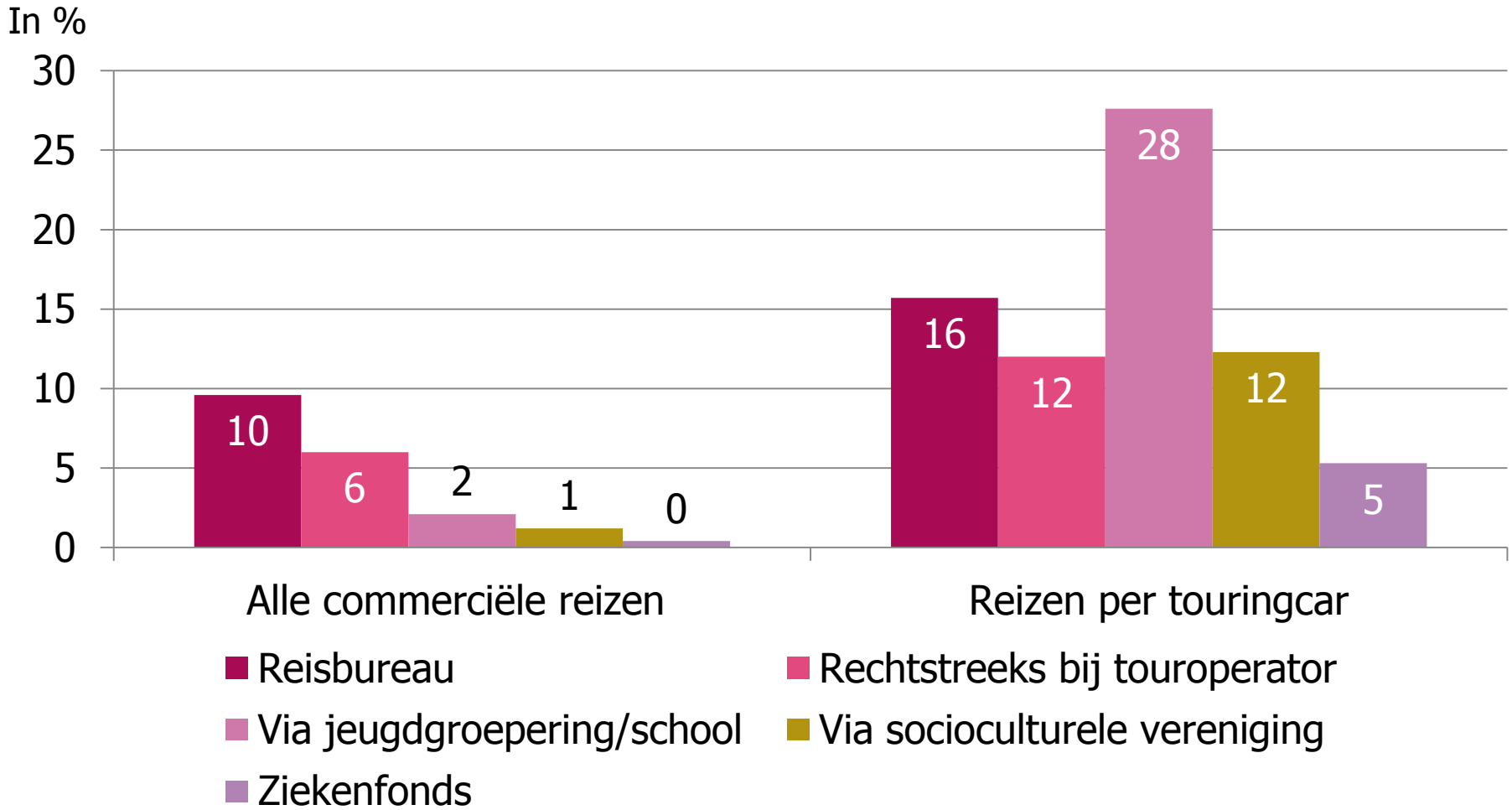
Langere periode tussen logiesreservatie en afreis bij reizen per touringcar



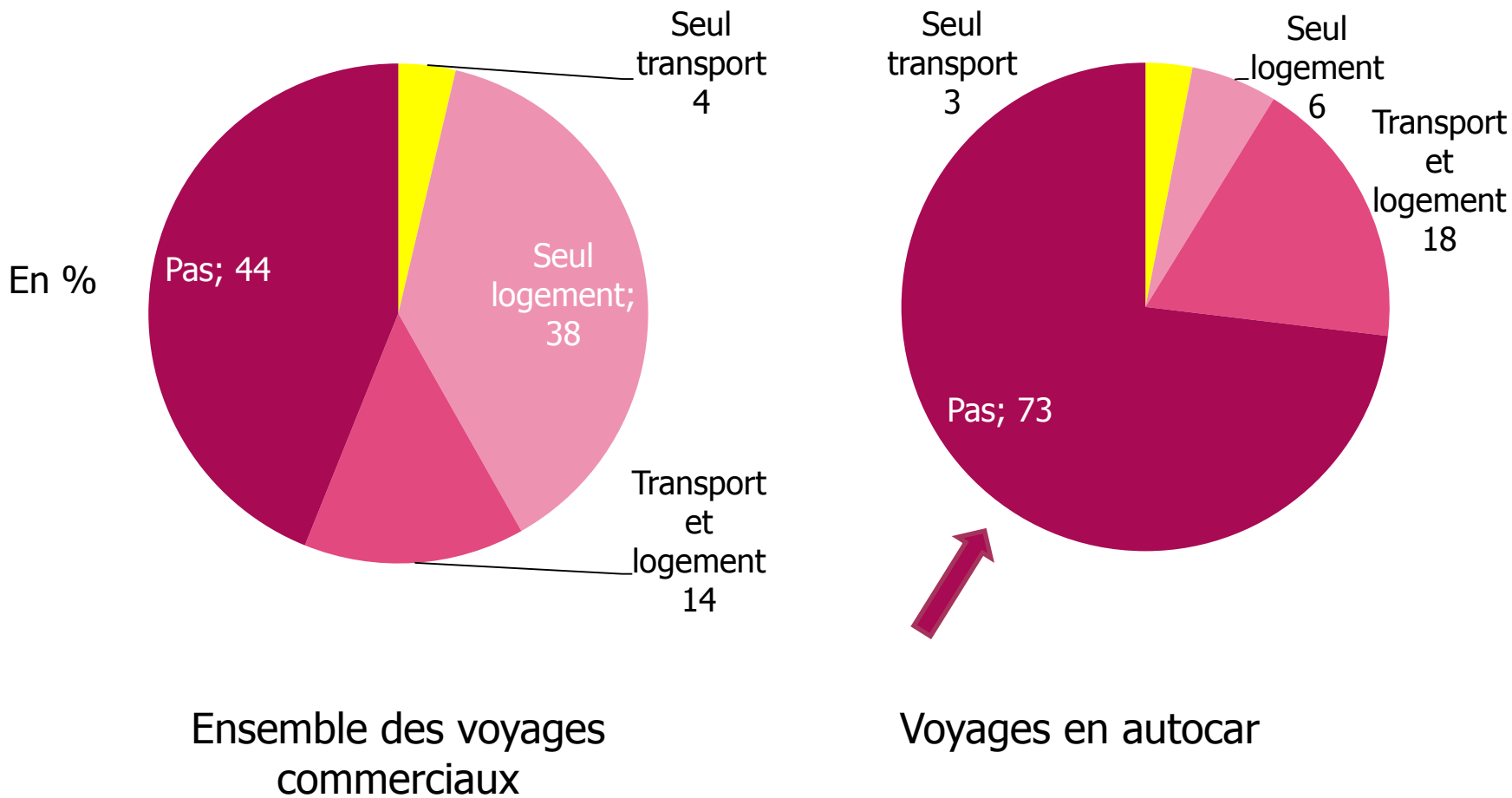
Réservation du transport: davantage par intermédiaire pour les voyages en autocar



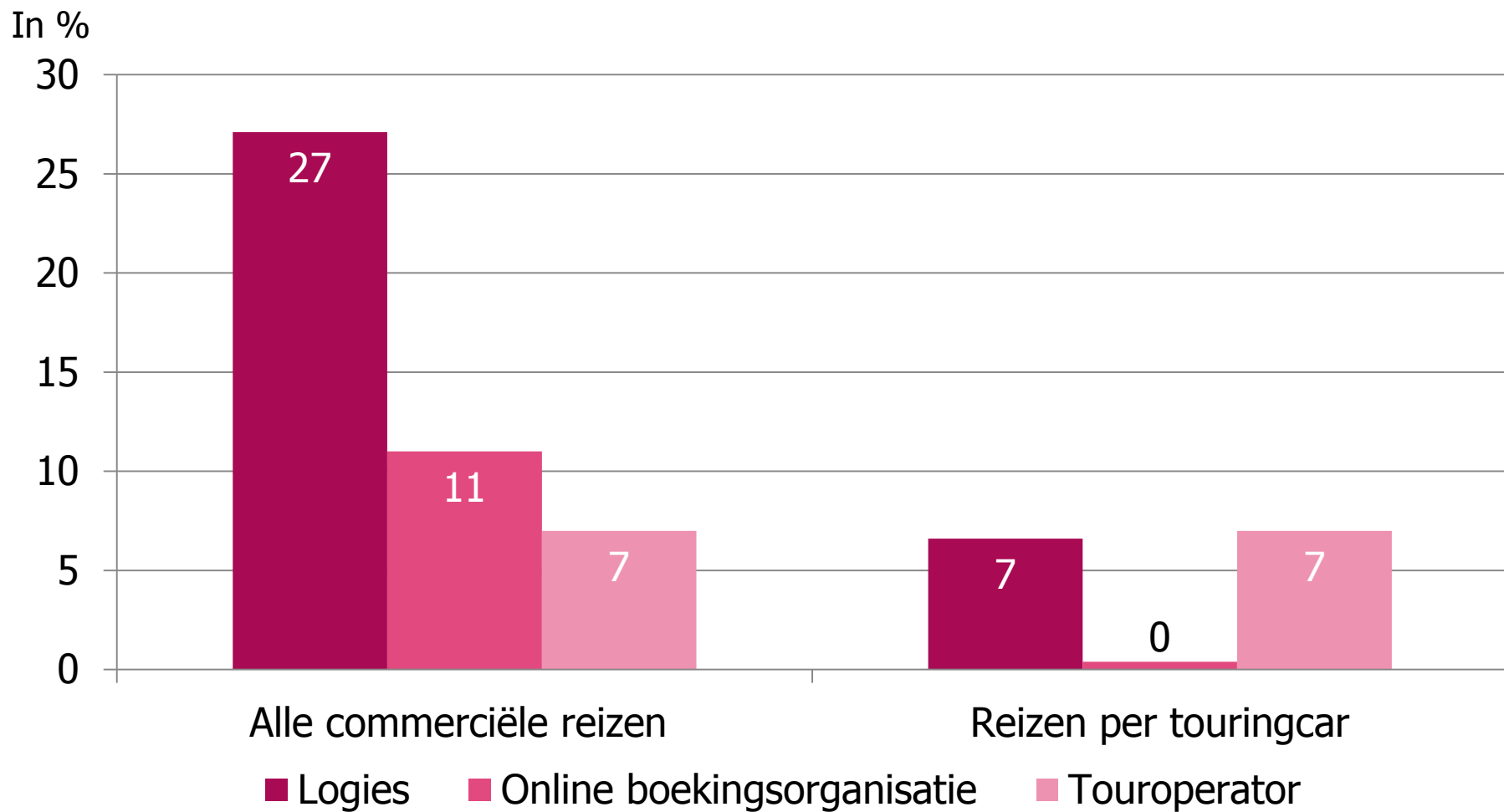
Transportreservatie via bemiddeling: reisbureaus, touroperators, jeugdgroepen, verenigingen en ziekenfondsen belangrijk bij toutingcar



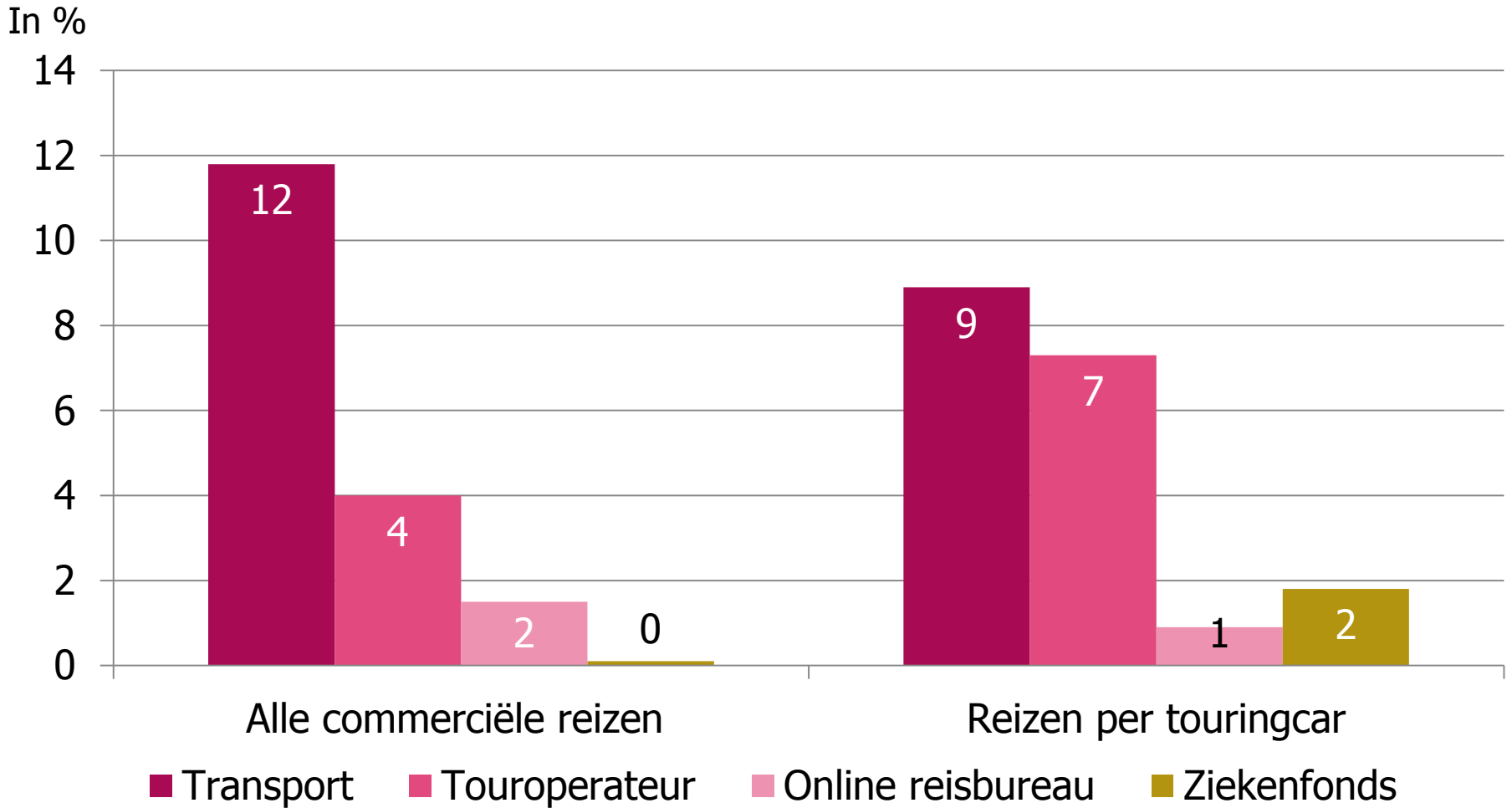
Réservé sur Internet?



Website logiesreservatie



Website transportreservatie



Enkele conclusies

Quelques conclusions

Conclusies

- Vakantiegangers die gebruik maken van de touringcar vertonen een meer traditioneel gedrag:
 - Men informeert zich nog meer in brochures en minder op het internet
 - Men doet meer een beroep op bemiddelaars die vaker klassieke reisbureaus en touroperators zijn
 - Men boekt veel minder via het internet
- Dit alles is tegengesteld aan de trends in de markt
- Cruciale vraag: is dit het gevolg van kenmerken van de vraag of van een gebrek aan aanwezigheid van het aanbod op het internet met online marketing- en boekingtools?
- Typische kanalen voor de touringcar zijn jeugdgroepen, verenigingen en ziekenfondsen

Meer informatie? Plus d'information?



Rik De Keyser
Bestuurder-directeur

T +32 50 36 71 02
rik.dekeyser@wes.be

wes research & strategy
Baron Ruzettelaan 27
8310 Brugge
T +32 50 36 71 36
F +32 50 36 31 86
✉ wesstrat
✉ info@wes.be
www.wes.be