

Travel

33ste jaargang | 33ième année
juli-augustus | juillet-août 2013
nummer | numéro

303

express

Het maandblad voor de reiswereld | Le mensuel du tourisme et des voyages

Benelux



CLIA

One industry, one voice

**Interview met Robert
Ashdown (CLIA Europe)
en Peter Mathieu (CLIA
Belgium & Luxembourg)**

Actua

**Luxeverzuim:
over moraal versus
prijs**

Aviation

L'IATA se veut optimiste

Tenerife in the Spotlights

¡VAMOS!@TFS

From 11 to 14 September 2013

Van **woensdag 11 tot zaterdag 14 september** reizen we met een bont gezelschap van 150 professionals naar Tenerife. Op het programma staan de ingrediënten die jullie ondertussen van ons gewoon zijn op een megatrip.

De komende **4 maanden** kan u, beste reisagent, uw ticket voor deze onvergetelijke trip bemachtigen. Volg onze berichtgeving via E-flash en Jetnet.be, en ontdek de spelregels. Tenerife, met z'n talrijke tophotels, zal u met open armen ontvangen!

Hou je **e-flash dus in de gaten**, want daarin volgt meer nieuws.

Maar weet nu al dat je erbij kan zijn door jouw inspanningen voor volgende hotels :

Jardin Tropical - Roca Nivaria Gran Hotel - Jardines de Nivaria - Colón Guanahani - Vincci Selección La Plantación del Sur - Gran Meliá Palacio de Isora - Meliá Jardines Del Teide - Bahia del Duque - Be Live La Niña - Luabay Costa Adeje - Las Madrigueras - Arona Gran - Vulcano - Abama Golf & Spa Resort - Bahia Principe Costa Adeje - Guayarmina Princess - H10 Big Sur - H10 Conquistador - ClubHotel Riu Buena Vista - Riu Palace Tenerife - Riu Arecas - Tenerife Select - Turismo de Tenerife - Gran Hotel Atlantis Bahía Real - Princesa Yaiza Suite Hotel Resort - Jameos Playa - Grand Hotel Residencia - Palm Beach - Sandy Beach



Beloond

De gemiddelde vakantieganger heeft zijn valies voor zijn welverdiende zomervakantie nog niet ingepakt (of in het beste geval misschien net uitgepakt), of hij wordt al volop verleid tot het boeken van een vakantie in het komende winterseizoen. De grote TO's pakken immers al uit met hun nieuwste pareltjes van bestemmingen en formules om in het najaar het grauwe Belgische weer te ontvluchten (lees blz 8). En opnieuw is er daarbij veel aandacht voor vroegere boekers die met mooie kortingen zullen worden beloond. Beloond met interessante prijzen werden ook die families die het officiële einde van het schooljaar negeerden en eind juni al op vakantie vertrokken. Dat minister Smet daar niet echt gelukkig mee was, weet intussen iedereen. Maar hoe onze sector zelf daarover denkt, lees je op blz 4 van deze Travel Express!

Ook de redactie van Travel Express beloont zichzelf af en toe en daarom nemen we nu zelf ook een maand vakantie. Of beter gezegd: gaan we een maand in zomerse waakstand. Om begin september weer een boeiende editie van het magazine in jullie bus te kunnen bezorgen. En wie intussen onze berichtgeving niet wil missen, kan natuurlijk steeds op onze facebookpagina en Twitter terecht! See you there...

Récompenses

Le vacancier moyen n'a pas encore bouclé (ou, dans le meilleur des cas, défait) ses valises pour des vacances bien gagnées qu'il est déjà séduit à l'idée de réserver ses prochaines vacances d'hiver. Les grands TOs ont déjà commencé à présenter les nouvelles perles de leurs destinations et les formules pour s'arracher à la grisaille de la Belgique (lire en page 8). Une fois encore, on porte une attention toute particulière à ceux qui réservent tôt et qui seront récompensés par les remises les plus intéressantes.

Récompenses, aussi, avec des prix intéressants pour les familles qui ont ignoré la fin officielle de l'année scolaire fin juin et sont déjà parties en vacances. Que le ministre Smet n'ait pas vraiment apprécié, chacun le sait déjà. Mais ce qu'en pense le secteur, vous le lirez en page 4 de ce Travel Express.

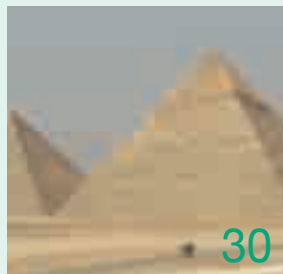
La rédaction de Travel Express se récompense parfois elle-même, et nous prenons aussi, à notre tour, un mois de vacances. Ou, pour dire mieux : nous restons en « stand by » durant un mois. De manière à vous envoyer début septembre une édition passionnante de notre magazine dans vos boîtes aux lettres. Et ceux qui, dans le même temps, ne voudraient pas manquer notre couverture de l'actualité, peuvent naturellement nous retrouver sur notre page Facebook et sur Twitter, nous vous donnons rendez-vous !

Britta Baeke

Hoofdredacteur
Rédactrice en chef



4



30



33

Inhoud | Sommaire

303

Travel Express Benelux
juli-augustus | juillet-août 2013

Coverstory

CLIA: One industry, one voice
Interview met Robert Ashdown (CLIA Europe) en Peter Mathieu (CLIA Belgium & Luxembourg) p. 18

Actua

- Luxeverzuim: over moraal versus prijs 4
- L'IATA se veut optimiste 5
- SN à Washington: en parallèle avec United 11

Aviation

- Aviations en deux mots 6
- Turkish Airlines, passerelle entre l'Orient et l'Occident. Et bientôt 43 destinations en Afrique. 23

TO

Jetair lanceert met Emiraten nieuwe zonzekere bestemming | Pegase: 'gigantische groei' 8

Dossier Autoverhuur

- Autoverhuur almaar klant- en reisagentvriendelijker 13
- Sunny Cars solo car rental broker op de Belgische markt 15

Desktop

Hotel

RIU Hotels & Resorts blijft vernieuwen en uitbereiden 27

Technologie

La nouvelle version du 'creative packaging' d'Euram 28

Business Travel

Veilig en verzekerd op zakenreis 29

Bestemming

Arthema wil toeristen weer verleiden tot Egypte 30

Eductour

Touropérateurs verkennen Gdansk en omstreken 32

Buro

Caribou Travel à Bruxelles 33

Overrun

> Volg ons op



Colofon | Colophon

Stichter/Fondateur: Walter Baeke • Hoofdredacteur/Rédactrice en chef: Britta Baeke • Redactie/Rédaction: Patrick Anspach, Claude Boumal, Tony Bruggemans, Erik Brusten, Tony Christiaens, Kris Clerckx, Fabrice De Brouwer, Jean-Pierre Detroy, Guy Denidder, Guido Elias, Mike Louagie, Daniel Steevens, Jan Van Rompaey, Jean Vander • Fotografie/Photographie: Tamara Del Tufo, Johan Van Cutsem • Layout & pre-press: Factum Bornem • Verantwoordelijke uitgever/Editeur responsable: Britta Baeke, Tervuursesteenweg 91, B-1820 Perk • Productie/Production: Traviscan bvba, 02 751 95 57, info@travelexpress.be • Abonnement: (10 nummers per jaar/10 numéros par an) België/Belgique/Nederland: 45 euro, studenten/étudiants: 25 euro, KBC 437-9097281-77

www.travelexpress.be

Een promostunt van tour-operator Neckermann die de minister van Onderwijs vorige maand deed dreigen met juridische stappen heeft de problematiek van vroegtijdig vertrekkende vakantiegangers (nog eens) nadrukkelijk onder de aandacht gebracht. Hoe reageert de rest van de reiswereld, en niet in het minst: de consument?

Luxeverzuim: over moraal versus prijs

Tv-stations die hun camera's vlak voor een vakantieperiode opstelden op een van onze luchthavens, kregen de afgelopen jaren stevast hetzelfde verhaal te horen: Het scheelt wel degelijk een slok op de borrel als je een dagje vroeger vertrekt (of later terugkeert). Hard cijfermateriaal over spijbelaars is voorlopig niet voorradig. Uit rondvragen van andere media de voorbije weken bleek dat directies van sommige (middelbare) scholen het aantal vroegtijdige vertrekkers op 10 procent schatten. 'Dat is wel een heel hoog cijfer. Ik denk dat het eerder gaat om een handvol leerlingen', kregen wij te horen als we zelf een beperkte rondvraag in enkele Leuvense scholen doen. Onze respondenten stelden zich tevens de vraag of het fenomeen van de vroegtijdige vertrekkers of latere terugkomers zich niet meer voordoet bij andere vakantieperiodes zoals november, krokus of Pasen.

Wat er ook van zij: wie afwezig blijft op de uitreiking van de rapporten krijgt die pas later (toegestuurd), maar dat houdt ouders of tieners niet meteen thuis, zo blijkt. Het luxeverzuim is overigens geen fenomeen van anno 2013. Drie jaar geleden stuurde Neckermann al een persbericht uit waarin sprake was van een gespreide vakantieuittocht, met drukke vertrekdagen vóór 1 juli.

En dat heeft uiteraard zijn redenen: wie de vakantiebrochures er op naslaat, merkt dat er eind juni voor vroeger vertrekkers een pecuniair voordeel te rapen valt van 250 à 300 euro per persoon in vergelijking met het begin van juli. Ook vliegtickets durven wel in prijs stijgen in die periode. En dat merk je ook op bijvoorbeeld de luchthaven van Zaventem: vlak voor het officiële begin van de vakanties en vanaf 27 juni klimt het gemiddelde aantal dagpassagiers plots heel fors.

En dan hebben we het nog niet over de files op de autowegen richting zuiden. Navraag bij enkele reisagenten in diverse regio's levert 'nee, geen vragen daaromtrent' op, of 'we willen onze klanten niet op het slechte pad helpen, dus gaan we enkel prijzen voor vroegere vertrekkers berekenen als de klant er expliciet om vraagt'. Kristof Joosen van het Jetaircenter in Kalmthout durft het thema naar eigen zeggen wel zelf aan te kaarten. 'Als klanten komen vragen om een prijs voor een vertrek in het begin van de vakantie durf ik hen wijzen op het prijsverschil als ze ietsje vroeger vertrekken. Voor het prijsverschil kunnen ze soms een beter kamertype boeken'.

Boven de Moerdijk

Belgen vormen helemaal geen uitzondering, zo blijkt. Onderzoek van een Nederlandse online-reisaanbieder gaf aan bij onze noorderburen in 2012 44 % van de gezinnen met kinderen buiten de officiële vakantiedagen (in mei) op vakantie vertrok. Drie jaar eerder was dat nog slechts 20 %. Met andere woorden, op goed drie jaar is de groep die op vrijdag vertrok en/of maandag terugkeerde meer dan verdubbeld. En, zo stelden de onderzoekers, die trend voor mei 2013 zet zich naar alle waarschijnlijkheid door.

De geringere drukte, de kinderen doen toch niet zoveel (meer) die dag en de lagere reissom wegen blijkbaar zwaarder door in de beslissing van de ouders om hun kroost te laten spijbelen dan de eventuele kans op boetes die de ouders in Nederland dan boven het hoofd hangt.

Geen boetes of duurdere reizen

De actie van Neckermann, hoe ludiek ze ook was opgevat, is bij Vlaams minister van Onderwijs Pascal Smet duidelijk in het verkeerde keelgat geschoten. Opvallend: de commotie was beduidend minder aanwezig bezuiden de taalgrens.

Alhoewel topman Ferber het mocht komen uitleggen aan de minister heeft laatstgenoemde amper drukingsmiddelen ter beschikking. Minister Smet ziet immers geen heil in een boetesysteem (die zouden flink hoog moeten zijn om het pecuniair voordeel om vroeger te vertrekken te compenseren) noch in het duurder maken van reizen (aangezien men zich ervan bewust is dat mensen dan wel eens over de landsgrenzen zouden durven boeken...).

De minister verwacht wel dat scholen meer activiteiten gaan organiseren tijdens de laatste schoolweek –ondanks het feit dat iedereen in de onderwijswereld stelt dat er weinig gebeurt wegens deliberaties en bij gebrek aan personeel. 'En, klinkt het bij Smet, 'we moeten vooral inzetten op een mentaliteitswijziging bij ouders. Dat gaan we blijven doen via Klasse'. De verschillende Klasse-edities samen worden op bijna 1 miljoen exemplaren per maand verspreid. Helaas: in de schoolcarrière van mijn eigen kinderen heb ik het bewuste tijdschrift geen tien keer in handen gekregen...

Nog dit

In de wandelgangen valt nog te vernemen dat de commotie van de afgelopen weken misschien ook wel de geesten rijp kan maken om eens na te denken of de vakantie-regeling zoals we die nu kennen in België wel zo ideaal is. 'België is het enige land waar iedereen op hetzelfde ogenblik schoolvakantie heeft. Moet er niet eens nagedacht worden over andere periodes in het noorden en zuiden van het land? Spreiding zou betekenen dat fenomenen als drukte op luchthavens, beddenspanning en dergelijke misschien minder prangend worden. En het kan ook leiden tot een langer seizoen voor aanbieders aan de kust en andere vakantie-regio's'.

Of dat ook betekent hogere prijzen gedurende dat langer uitgesponnen seizoen blijft voorlopig een vraagteken.

De discussie lijkt alvast geopend.

Erik Brusten





Tony Tyler à l'ouverture de l'Assemblée générale de l'IATA au Cap.

L'IATA se veut optimiste

Même l'Europe pourra dégager des bénéfices

L'Association du transport aérien international (IATA) a ouvert son assemblée générale le 2 juin au Cap sous le signe de l'optimisme. Une fois encore, elle a réévalué les bénéfices que dégageront ses membres pour l'année en cours en les portant à 12,7 milliards d'USD pour un chiffre d'affaires de 711 milliards, ce qui représente 2,1 milliards de mieux par rapport aux 10,6 milliards qui étaient encore prévus en mars dernier. Si ce pronostic se réalise, ce sera aussi un gros progrès par rapport aux 7,6 milliards d'USD enregistrés l'année dernière. Tony Tyler, le directeur général de l'IATA, a présenté de meilleures prévisions pour 2013 à l'ouverture de l'assemblée générale du Cap, mais il a tenu à modérer l'enthousiasme éventuel de ses membres, en précisant que le bénéfice ne représentera finalement qu'un maigre 1,8% du chiffre d'affaires, ce qui restera toujours insuffisant pour faire face aux lourds investissements que devront consentir les transporteurs dans les années qui viennent et notamment en matière de renouvellement des flottes pour disposer d'appareils moins gourmands en carburant. En moyenne, s'est inquiété hier Tyler, « les compagnies gagneront cette année 4 USD par passager transporté, ce qui est moins que le prix d'un sandwich dans la plupart du monde ! » Si l'industrie semble reprendre des couleurs avec un taux d'occupation prévu de 80,3% pour 2013 (6 points de pourcentage supérieurs aux chiffres de 2006), c'est parce qu'elle s'est restructurée en profondeur, mais aussi parce qu'elle a trouvé de nouvelles sources de financement par la collecte de frais accessoires (« ancillary revenues »), soit des services qui étaient autrefois gratuits, soit de nouveaux. Ces revenus autres que le seul prix du billet représentaient 0,5% des recettes en 2007 et atteindra 5% cette année. Ils s'élevaient à 36 milliards d'USD en 2012 sur une recette globale de 680 milliards. Autre point de satisfaction, selon les prévisionnistes de l'IATA, le prix du baril de fuel devrait se maintenir à 108 USD en moyenne sur l'année, soit moins que les 111,8 USD le baril en 2012.

3,13 milliards de passagers

Toutes compagnies confondues, la barre des 3 milliards de passagers transportés sera franchie cette année : 3,13 milliards selon les prévisions

de l'IATA, soit une progression de 4,3% du trafic. Bien entendu, les chiffres globaux ne doivent pas masquer les disparités régionales. L'Europe profite cette fois des chiffres à la hausse, avec un bénéfice attendu de 1,6 milliard d'USD, soit le double de la précédente projection. En Afrique, les bénéfices atteindront vaille que vaille 100 millions d'USD. Les compagnies d'Amérique latine devraient atteindre les 600 millions et celles du Moyen-Orient 1,5 milliard avec une progression du nombre de passagers de 15%. Parmi les ténors du secteur, on trouve bien sûr les Asiatiques avec 4,6 milliards d'USD de bénéfices cumulés et une hausse de 6,3% des passagers. Et enfin la surprise : le renouveau des compagnies d'Amérique du Nord qui devraient dégager un bénéfice global de 4,4 milliards d'USD en dépit d'une faible hausse de 1,7% des passagers transportés.

Target Africa

« Le potentiel de développement du transport aérien n'est nulle part aussi grand qu'en Afrique, un continent d'un milliard d'habitants répartis sur 20% de la surface terrestre de la planète. » C'est en substance ce qu'a déclaré Tony Tyler au Cap. Mais il reste à voir maintenant quelle part s'attribueront les compagnies africaines elles-mêmes, fortement concurrencées par celles d'autres continents et en particulier d'Europe et du Moyen-Orient. Avec, il est vrai quelques exceptions notables comme Royal Air Maroc, Kenya Airways, Ethiopian ou South African Airways.

Tyler s'est adressé directement aux transporteurs africains en leur rappelant une évidence : « Avec quelques kilomètres de tarmac, les coins les plus reculés deviennent partie intégrante d'une grande communauté. Mais pour cela, il faudra que les gouvernements en soient persuadés et fassent preuve de bonne volonté. »

Près de 250 compagnies étaient représentées début juin au Cap.



dés et fassent preuve de bonne volonté. » Le problème le plus préoccupant est celui de la sécurité. L'Iata plaide pour que tous les transporteurs rejoignent l'audit de sécurité (IOSA : Iata Operational Safety Audit) de l'Association et se réjouit que la « Déclaration d'Abuja » signée par l'Union africaine inclut le système IOSA dans l'amélioration de la sécurité aérienne. Il y a urgence, parce que le taux d'accidents en Afrique subsaharienne est 18 fois pire que la moyenne mondiale. « Nous sommes prêts à aider les compagnies africaines à remplir les 900 conditions nécessaires à l'attribution de la reconnaissance IOSA, a insisté Tyler. Et ensuite, je demanderai à l'Union européenne de bien observer les résultats et de les comparer à ceux de sa fameuse "liste noire" qui ne sert à rien en espérant ça l'amènera à reconsidérer cette approche mal inspirée. » Et toc ! Deuxième point : le fuel. Il est 21% plus cher en Afrique qu'ailleurs en moyenne. Les gouvernements voient en effet l'avion comme un moyen de transport de riches qu'on peut donc taxer à gogo. « Parfois même en violation des règles de l'Organisation de l'aviation civile internationale (OACI) », s'insurge Tyler qui rappelle l'interdiction de taxer le fuel pour les opérations internationales. Christophe Allard, CEO de Korongo, la compagnie régionale congolaise, va plus loin encore : « Sur la route Lubumbashi-Kinshasa, nous payons une TVA sur le fuel, alors qu'il faudrait nous considérer comme un moteur essentiel du développement économique congolais et donc en être exonérés. » Il faut dire que les Africains débordent d'imagination en matière de taxes de toutes sortes : taxes sur les infrastructures, taxes pour évacuer le bétail des pistes, taxes pour la construction du futur aéroport, taxe touristique, taxe de solidarité nationale et nous en passons. « Cela limite les capacités motrices de l'aviation du développement économique qui serait, lui, sources de revenus pour les gouvernements », résume le directeur général de l'Iata.

Selon l'Association, l'aviation contribue pour 67 milliards d'USD à l'économie africaine et emploie 6,7 millions d'individus. Rien qu'en Afrique du Sud, 350.000 emplois viennent de l'aviation qui contribue à hauteur de 5,8 milliards d'EUR au PNB du pays.

Patrick Anspach



Akbar Al Baker, CEO de Qatar Airways, qui accueillera l'an prochain l'IATA à Doha.

Le premier vol de l'Airbus A350-900 XWB.



> L'A350 a volé!

C'est le 14 juin dernier, juste avant le Salon du Bourget que le nouvel Airbus A350 XWB a pris son envol à Toulouse. Ce premier vol a duré un peu plus de quatre heures, prélude aux 2.500 suivantes qu'il faudra réaliser avec cinq prototypes pour obtenir les certifications de l'EASA et de la FAA. Il s'agissait ici de la version -900, mais d'autres sont en préparation pour concurrencer à la fois le Boeing 787 et les nouvelles versions du Boeing 777.

> Grève de Swissport (suite)

Le mois dernier, nous posions la question de savoir qui payerait les frais consentis par Brussels Airlines en raison de la grève du personnel de Swissport. Questionné par nos soins, Bernard Gustin nous a déclaré ceci : « Je ne peux pas encore chiffrer ce que ça nous aura coûté, mais il faudra compter plusieurs millions d'euros en tout cas ». Et d'ajouter : « Mais moi je ne compte pas payer ! » Sous-entendu, la facture sera présentée à Swissport.

Mais avec quels arguments ? « Oh, pas besoin d'arguments. On ira les voir avec notre facture et on leur demandera ce qu'ils comptent faire. Et s'ils font la sourde oreille, il faut se rappeler que Lufthansa et ses partenaires traitent avec Swissport dans le monde entier. » Bref, le groupe qui compte Brussels Airlines dans ses rangs est un client de poids. Que Swissport écoutera sans doute attentivement.

> Difficultés pour Luxair

Le groupe Luxair a affiché l'an dernier un résultat négatif de 10,5 millions d'EUR, alors que l'exercice précédent avait été marqué par un bénéfice de 3,6 millions. La compagnie Luxair est en pertes depuis plusieurs années et la concurrence accrue sur plusieurs destinations (Munich, Genève, Londres, Hambourg, Istanbul...) n'arrange rien. Luxair a enregistré une hausse de 7% du nombre de passagers, avec un taux d'occupation en hausse et porté à 60,7%.

> Finita Fyra!

La SNCB a refusé la livraison des trois derniers trains Fyra construits par AnsaldoBreda pour cause d'accumulation de problèmes techniques et a demandé le remboursement de sa garantie financière de 37 millions d'EUR. Une mauvaise affaire pour Air France-KLM qui comptait sur la navette ferroviaire à grande vitesse pour la desserte de Schiphol au départ de Bruxelles.

> TUI passe au 737 Max

Le groupe TUI Travel a passé une commande de 60 Boeing 737 Max (plus 90 options) pour une valeur catalogue de 6,1 milliards d'USD. Leur livraison est attendue entre janvier 2018 et mars 2023. Jetairfly, membre du groupe devrait en acquérir une partie. A noter aussi que, selon les dernières informations, Jetairfly devrait prendre livraison de son premier Boeing 787 en novembre ou décembre prochains.



Jetairfly devrait prendre livraison de ses premiers Boeing 737 Max à partir de 2018.

> La manne du Bourget

Une fois de plus, une flopée de commandes a été annoncée au Salon du Bourget, mais nous n'avons pas la place pour en relater le détail. Disons simplement que Boeing, qui a lancé officiellement le 787 en version -10, a annoncé des commandes et engagements d'achat pour 442 appareils pour une valeur de 66 milliards d'USD ; qu'Airbus en a annoncé 466 pour 70 milliards d'USD et qu'ATR a annoncé des commandes pour 173 appareils. Nous donnerons le détail de tout ceci dans notre édition de septembre.

> Assemblage du 787-9

Boeing a commencé à Everett l'assemblage de la version -9 du 787. Avec un fuselage allongé de 6 mètres par rapport au 787-8 dont plus d'une cinquantaine d'exemplaires ont déjà été livrés, le 787-9 pourra transporter 40 passagers supplémentaires sur 555 kilomètres de plus. Nombre de passagers : 250 à 290 (210 à 250 pour le 787-8) ; range : 14.800 à 15.750 km (14.200 à 15.200 pour le -8). Son premier vol est attendu pour ce second semestre. A lui seul, le 787-9 a été commandé à 355 unités par une vingtaine de clients.



Le nouveau 787-9 à l'assemblage à Everett présente de nouvelles couleurs sur la dérive.

Sachez encore que

- Le groupe Thomas Cook reste fidèle à Airbus et a jeté son dévolu sur les A321, dont 23 unités devraient rejoindre sa flotte dans les quatre prochaines années.
- Eva Air a rejoint Star Alliance le 18 juin dernier.
- Turkish Airlines envisage d'assurer une liaison sans escale entre Istanbul et Sydney en Boeing 777 d'ici à 2016. Le problème est toujours celui de la masse de carburant supplémentaire à emporter pour un tel trajet. Un supplément de carburant pour transporter... le carburant !
- A peine a-t-elle pris livraison de ses nouveaux Boeing 747-8i que Lufthansa envisage déjà de les remplacer par les futurs 777-9X à partir de la prochaine décennie.
- Les ATR-600 ont été certifiés pour des vols sur un seul moteur durant 120 minutes et vont donc pouvoir relier des aéroports distants de 4 heures de vol en monomoteur. C'est important pour les vols inter-îles ou en Afrique (désert ou jungle).
- Ethiopian Airlines a démarré le 1er juillet une rotation trihebdomadaire entre São Paulo et Rio (en Boeing 787) et Lomé (Togo), hub secondaire de la compagnie.
- Belavia, compagnie nationale de Biélorussie depuis 1996 compte desservir Bruxelles à partir de l'automne.
- Thomas Cook Airlines a lancé le 1er juin une nouvelle ligne entre Liège et Nice. D'autres liaisons ont également démarré au départ de Bruxelles : Bastia, Biarritz et Reykjavik.
- AviancaTaca Holdings a choisi Avianca comme nom pour toutes les compagnies dans son giron, dont Taca (El Salvador), Tampa Cargo, Taca Peru, Lasca (Costa Rica) et Aerogal (Equateur).
- La commission britannique de la Concurrence envisage d'obliger Ryanair à vendre ses actions dans Aer Lingus.
- Singapore Airlines a commandé trente A350-900 (et vingt options) à Airbus (septante ont été commandés en tout) et trente 787-10X à Boeing.
- La prochaine assemblée générale de l'IATA aura lieu du 1er au 3 juin 2014 à Doha, au Qatar.
- Dans un an, les partenaires de Star Alliance disposeront de leur terminal dédié au Terminal 2 de Londres-Heathrow.
- Arnaud Feist, CEO de Brussels Airport, a été élu président de l'association des aéroports ACI Europe.

P.A.

TRAVEL WORLD

LAAT DIE WINTER MAAR KOMEN : DE NIEUWE TRAVELWORLD **GAMBIA** **WINTERBROCHURE IS ER!**



Travelworld is helemaal klaar voor de winter met de allernieuwste Travelworld Gambia brochure 2013-2014 die nu overal verkrijgbaar is. De winter was nog nooit zo aantrekkelijk in dit charmante stukje West-Afrika, op nog geen 6u vliegen met de rechtstreekse Brussels Airlines vluchten. De perfecte winterbestemming zonder regen en met temperaturen rond de 32°C. Laat uw klanten verblijven in één van de kwalitatieve hotels voor ieders budget, gaande van comfortabele 3-sterren hotels tot luxueuze 5-sterren resorts. Kies All Inclusive bij Sheraton, ontsnap aan het massatoerisme in het nieuwe Mama Africa hotelletje, laat u verwennen

bij Coco Ocean, ga voor een riviercruise op de Gambia rivier of combineer tijdens een rondreis de hoogtepunten van zowel Gambia als buurland Senegal. Vanuit de verschillende hotels zijn er tal van excursiemogelijkheden, met heel wat natuur en couleur locale. Bovendien kunnen uw klanten er heen reizen zonder internationaal paspoort, zijn er geen inentingen verplicht en door het kleine uurverschil is er van een jetlag ook geen sprake. Gambia heeft alles om uw klanten te bekoren. Afrika was nu nog nooit zo bereikbaar, dus aarzel niet en raad uw klanten Gambia aan voor hun onvergetelijke wintervakantie.



DEZE WINTER NIEUW IN HET TRAVELWORLD «GAMBIA» AANBOD :

- Mini rondreis «Sindola Safari» : ontdek de meest charmante plekjes van het ontoeristische, Gambiaanse binnenland
- 5* combi Gambia en Senegal : Het beste van de West-Afrikaanse stranden, met verblijf in 5-sterren luxehotels Coco Ocean (Gambia) en Lamantin Beach (Senegal)
- Zesdaagse riviercruise «Parels van West-Afrika» : Ontdek de mooiste plekjes op en rond de Gambia rivier aan boord van een luxejacht
- Hotel Lemon Creek : Intiem ecohotel voor zalige rustvakanties, te midden indrukwekkende fauna en flora
- Mama Africa : Logeren in een Gambiaanse B&B bij de inspirerende kunstenaressen Isha. Ver verwijderd van alle massatoerisme.



Elke Gambia vakantie start bij specialist Travelworld, met het ruimste aanbod op de Belgische markt aan de allerbeste prijzen. Bezoek de site Travelworld.be voor alle verdere info, raadpleeg onze nagelnieuwe Travelworld «Gambia» brochure of bel despecialisten op het nummer 059/80.73.74. De brochure bijbestellen kunt u via www.connect2.be





Jetair lanceert met Emiraten nieuwe zonzekere bestemming

Jetair(fly) lanceert vanaf de start van het komende winterseizoen een nieuwe bestemming: de Emiraten. Dat gaat hand in hand met de lancering van stuntprijskortingen tot 350 euro voor andere exotische bestemmingen én heel scherpe longhaul-vluchtprijzen voor snelle beslissers.

Met Ras-al-Khaimah, ten noorden van Dubai, zet Jetairfly vanaf eind oktober 1x per week een nieuwe luchthaven in de Emiraten op de Belgische vakantiekaart (via Paphos op Cyprus). Ter plaatse biedt men drie vakantiezones aan: Ras-al-Khaimah, Fujeirah, Dubai en Jumeirah, ook met all-inclusivehotels plus een reeks excursies. Bij Jetair/VIP Selection is men ervan overtuigd dat deze nieuwe, zonzekere bestemming beslist een plaats heeft, naast klassiekers als de Canaries en Kaapverdië. 'We zetten deze nieuwe bestemming in de markt tegen prijzen die de vergelijking kunnen doorstaan met de Canaries (lees: vanaf 1200 euro voor een week, minus de nieuwe stunkorting van 100 euro p.p.)', klinkt het. Een hostess ter plaatse zorgt voor service en bijstand. Dirk Van Holsbeke preciseerde dat men in eerste instantie deze bestemming niet gaat aanbieden als flight

only-formule, 'zoals dat zich wel begint te manifesteren op bestemmingen als Mombasa. Belgen die daar projecten hebben en zo doen meer en meer beroep op onze airline, en dat is wel nieuw voor ons'.

Stuntprijskortingen

Ook nieuw –bovenop de formules van de vroegboek-, primo promo en andere (kinder)kortingen- is het begrip stuntprijskortingen. Het gaat om extra kortingen (tot 350 euro) voor wie snel een pakketreis vastlegt richting Caraïben, Kenya en Tanzania (bovenop de scherpe vluchtprijzen: minder dan 400 euro H/T). 'Het gaat om een nieuwe vorm van dynamic pricing', dixit Van Holsbeke: dus met een degressief karakter. De boodschap is naar verluidt heel snel opgepikt in de markt: het aantal boekingen voor de Caraïben ligt momenteel al tien maal hoger dan vorig jaar. Naar de Dominicaanse Republiek (Punta Cana) wordt trouwens de vluchtfrequentie verhoogd naar vier vluchten per week, naar Cancun wordt op vrijdag rechtstreeks gevlogen.

Zoals reeds gesteld lanceert men ook op de Emiraten een stuntprijskorting. Volgens Van Holsbeke 'moet dat de reiziger stimuleren om een nieuwe bestemming te proberen. Eenmaal hij de smaak daarvan te pakken heeft, zal hij/zij wel terugkeren'.

'Toch blijft het een uitdaging, zeker in crisistijden, om mensen te overtuigen om vroeg te boeken. We hebben al het verlaagde voorschot, en met die stuntprijskortingen geven we een extra stimulans om voordelig te boeken. Want, laat daar geen onduidelijkheid over bestaan, wie vroeg boekt, doet sowieso voordeel: in veel gevallen was die vakantieformule niet meer beschikbaar, ofwel betaalde je naderhand meer, ofwel (en daar is Jetair de enige) krijg je het prijsverschil cash uitbetaald –geld dat je kan gebruiken voor een excursie'.

Voor overwinterraars

Jetair heeft afgelopen winter meer dan 5000 landgenoten zien opteren voor langere verblijven. 'Hoteliers doen enorme inspanningen naar die doelgroep toe. Dat zijn immers vaak repeaters, in een kwart van de gevallen ook singles, dus mensen die op zoek zijn naar sociaal contact', klinkt het. Dé topbestemming terzake blijkt Tunesië te zijn, gevolgd door Spaanse bestemmingen zoals Tenerife, Costa del Sol en Costa Blanca en de Turkse riviera.

Garantiefonds herhaalt: boek enkel bij erkende TO!

De recente faillissementen in Nederland bij DTI Travel en Fantasie Reizen en vooral het feit dat een heleboel Belgische klanten hiervan mede-slachtoffer zijn geworden, onderstrepen de noodzaak om bij een erkende Belgische touroperator te boeken, stelt het Garantiefonds.

Travel Express heeft in het verleden al meermaals gewaarschuwd voor potentiële gevaren als een consument zich bij zijn vakantieboeking verlaat op enerzijds goedkope promo's van buitenlandse origine, anderzijds als men nalaat te controleren of de betrokken TO, zelfs met een Belgische website, wel (voldoende) verzekerd is in ons land.

Het kan niet genoeg herhaald worden, en dat hebben Nederlandse garantiefonds al enkele jaren geleden in dit vakblad benadrukt: wie als Nederlandse TO bewust mikt op Belgische klandizie (via website, aanwezigheid op vakantiesalons in België of andere kanalen) wordt geacht in België te opereren én zich daarvoor ook de nodige licenties en verzekeringen aan te schaffen. In principe geldt de dekking van Nederlandse garantiefonds

enkel voor op hun grondgebied geboekte reizen. Met andere woorden: Nederlandse TO's die dat niet nodig achten, laten bij eventuele problemen hun Belgische klanten in de kou staan –zoals DTI en Fantasie. Het wegvallen van de licentieplicht in 2014 wijzigt niets aan de verzekeringsplicht.

De reizigers van Fantasie Reizen (geboekt via Groupon) en DTI blijven dus verweesd achter, zonder centen en zonder vakantie. De hardleersheid waarmee consumenten zich telkens weer laten verleiden door prijsgunstige aanbiedingen is schrijnend, leidt tot drama's maar straalt helaas ook negatief af op de vele reisagenten en touroperators die wel hun werk op een serieuze manier opvatten. We kunnen dan ook enkel het pleidooi van het Garantiefonds bijtreden. Datzelfde Garantiefonds laat overigens in een persbericht weten dat, in tegenstelling tot bovenstaande voorbeelden, bij de faillissementen die zich het afgelopen jaar in de Belgische reiswereld voordeden, geen enkele consument in de kou is blijven staan. Het Garantiefonds kan intussen bogen op reserves die meer dan 13 miljoen euro bedragen. (EB)

Taxfree al thuis gekozen

'Momenteel sleuren we soms nodeloos taxfree goederen mee op onze vluchten die helemaal niet gevraagd zijn. Onze collega's van TUI Scandinavië werken al sinds 1988 met een systeem waarbij je vooraf op de computer thuis kan aangeven wat je wil kopen en wanneer je het geleverd wil krijgen: op de heen- of de terugvlucht', licht CEO Elie Bruyninckx een bijkomende primeur van Jetairfly toe.

Een en ander betekent niet dat men stopt met het aan boord aanbieden van taxfree goederen, wel dat men gericht een veel groter gamma producten kan gaan aanbieden, vakantiegerelateerd (van adapters tot zwembledij), naast het klassieke tax-free aanbod. 'In plaats van 65 producten kunnen we nu online 750 producten gaan aanbieden'.

De reizigers zal online op deze nieuwe service geattendeerd worden voor afreis. De bestelde en betaalde goederen worden dan op de heen- en/of terugvlucht geleverd. Er geldt een laagsteprijsgarantie. (EB)

Pegase: 'gigantische groei'

'Pegase heeft de afgelopen maanden een double digitgroei genoteerd. Mensen die vroeger alles zelf regelden, hebben we nu terug naar de reisagent gebracht', stelt Baptiste van Outryve.

De opdeling in een Pure en Collection-verhaal wordt dus in Gent als een heel positieve evolutie ervaren, zozeer 'dat we komende winter nog meer hotels waar de privechauffeurservice inbegrepen zit, voorzien'. Bovendien legt men nog meer de nadruk op het belevingselement (Pluk de beste thee in Sri Lanka of luxespa op Bali): die kunnen als extra's worden bijgeboekt, zowel voor wie opteert voor een Pure- als voor een Collection-formule.

Vooraf belangrijk in deze is dat de groei van het Pegase Pure -verhaal 'Thomas Cook niet heeft gekannibaliseerd', dixit Van Outryve. 'Er is nauwelijks nog een overlap van hotels in beide brochures. Door sterker op de prijs te spelen met Pegase maken we ook duidelijk dat wie geneigd was om de verschillende elementen zelf in elkaar te knutselen dat voortaan beter doet, met de nodige bescherming, via de reisagent'. Dat zijn dus twee vliegen in één klap: men boort een nieuw marktsegment aan en men toont dat depackagen niet per se voordeliger hoeft te zijn. De scherpere nadruk op prijs wordt trouwens ook op een andere manier onderstreept, door voor de allereerste keer onder de merknaam Pegase uit te komen met last minutes. Dat gaat samen met nog meer flexibiliteit en ook de lancering van een eigen vakantieplanner voor Pegase.

Thomas Cook: primeur op Cuba

Een van de blikvangers in de nieuwe winterprogrammatie wordt de nieuwe vlucht op Holguin in Oost-Cuba. 'Wij gaan het als eerste Belgische touroperator aanbieden, en het is echt een van de meest authentieke plekken in gans de Caraïben', klinkt het bij de woordvoerder. Nog inzake longhaul pakt Condor ook

uit met vluchten naar Nairobi en Arusha, er komt een nieuwe Discover-brochure en rondreizen in Mexico kunnen voortaan vanaf 5 pax.

Ook nieuw: voor 55-plussers komen er speciale 'primetime'-programma's in drie hotels rond Antalya (Turkije). Xplore-excursies (zoals deze zomer beschikbaar in Tunesië) kan je voortaan ook boeken in Hurghada. Ook de Zenbreaks zijn goed ontvangen, vandaar dat ze voortaan in Agadir, Gran Canaria en Paphos worden aangeboden. Naast de fietsformules in de wielercentra in Calpe en Gran Canaria komen er programma's voor niet-fietsers.

Vroegboekkortingen voor vliegvakanties gelden tot 16 september. Van Outryve herhaalt dat '90 % van de vroeggeboekte vakanties uiteindelijk goedkoper zijn gebleken dan voor wie een last minute kiest'.

Heel belangrijk voor wie een skivakantie plant: aangezien onze krokusvakantie in 2014 samenvalt met vakanties in verschillende buurlanden is vroegboeken zéér aangewezen. Dat skipassen en skimateriaal vooraf en tegen een voordeliger tarief worden aangeboden, wordt als boodschap wel degelijk opgepikt, klinkt het nog.

De handige Vakantieplanner wordt hernomen, maar nog meer gespecificeerd. 'Zo hebben we voor de ski een onderscheid gemaakt voor nieuw samengestelde gezinnen tussen hotels met kamers voor twee volwassenen en 1 tot vier kinderen en appartementen, op vraag van klanten. Maar ook eenoudergezinnen of singles (via hotels zonder supplement) vinden hun gading in de Vakantieplanner'.

De nieuwe winterbrochures zijn beschikbaar vanaf begin juli. (EB)

Thomas Cook twee maal lid van ABTO

Opmerkelijk nieuws: Thomas Cook vraagt een tweede lidmaatschap bij ABTO aan. Volgens de verantwoordelijke voor de distributie, Koen Van den Bosch, gaat het echter om de regularisatie van een bestaande toestand. 'We werken op groepsniveau al twee jaar via een Zwitserse firma voor de inkoop van onze autovakanties en citytrips. Dat is een kwestie van efficiëntie. Voor ons in België verandert er helemaal niets, integendeel: we regulariseren bij ABTO door dat tweede lidmaatschap aan te vragen enkel een bestaande toestand, maar spelen het juridisch correct. Meer moet je er niet achter zoeken'. Wordvoerder Baptiste Van Outryve voegt daar overigens nog aan toe dat deze stap Thomas Cook België geen enkel btw-voordeel oplevert. Van den Bosch ontkent bovendien dat de stap in enigerlei mate te maken zou hebben met de mogelijke rechtstreekse facturatie door to's aan de klant waarvan bepaalde media gewag hebben gemaakt. (EB)

ON NE PEUT PAS
REPORTER UN IMPRÉVU.
DES VACANCES, OUI.

No Stop*:

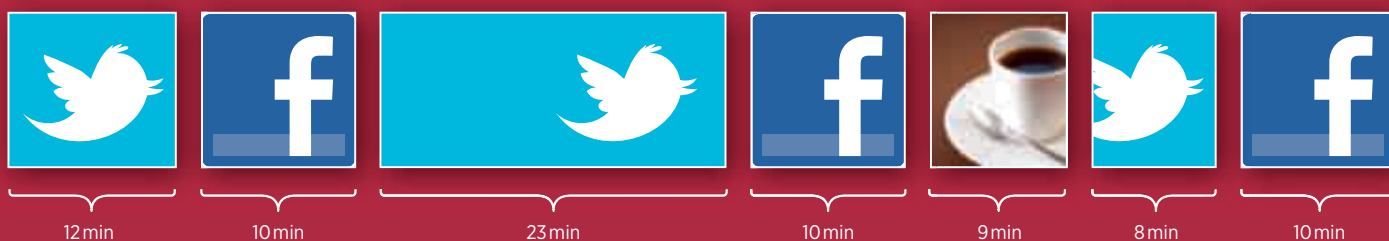
L'assurance annulation annuelle.

- > Couvrir les annulations dues à une maladie, un accident, un décès, un licenciement ou un divorce...
- > Protéger le budget vacances de vos clients contre les éruptions volcaniques, les inondations ou toute autre catastrophe naturelle.
- > Couvrir tous types de séjours, les voyages jusqu'à € 2.500 par personne et les bagages jusqu'à € 1.500 par personne et par voyage.

Plus d'infos au 02 286 31 38
ou sur adm.sales@touring.be



*Les prestations garanties sont couvertes par ATV s.a., dont le siège social est situé en Belgique, à 1040 Bruxelles, rue de la Loi 44, RPM 0441.208.161 Bruxelles, entreprise d'assurance agréée par arrêté royal du 11/01/1991 et 24/02/1992 [MB 13/02/1991 et 14/03/1992] et par la BNB sous le numéro 1015 pour pratiquer les opérations d'assurance dans les branches 9, 16, 17 et 18. La description des garanties est un extrait des Conditions Générales et est seulement une reproduction limitée de nos produits et services. Pour plus d'infos, nos Conditions Générales sont disponibles sur simple demande téléphonique.



DONC, BRUXELLES-PARIS 1H22

ICI, PERSONNE NE VOUS DEMANDERA D'ÉTEINDRE VOTRE TÉLÉPHONE OU DE REDRESSER VOTRE SIÈGE. Chez nous, vous restez connecté tout au long de votre voyage, pour travailler ou vous détendre. 12 posts, 9 tweets, 15 mails... et vous voilà déjà arrivé en plein cœur de Paris ! Et si l'envie d'un voyage confortable, rapide et compétitif vous reprend, nous vous proposons jusqu'à 24 départs par jour.

Information et réservation dans votre agence de voyage.

Service WiFi fourni par 21Net et activé par Nokia Siemens Networks, sous réserve de disponibilité. Gratuit en CF1 et désormais en CF2 avec le tarif Semi-Flex.

THALYS 
BIENVENUE CHEZ NOUS

SN à Washington

En parallèle avec United

Sabena avait débarqué à Washington en 1999 et nous nous souvenons encore de ce vol du 2 novembre qu'accompagnait la ministre des Transports de l'époque, Isabelle Durant. Le 18 juin dernier, c'est Brussels Airlines qui répétait l'opération, mais cette fois avec un aréopage plus réduit, la plupart des manitous de la compagnie étant réquisitionnés pour célébrer l'événement en soirée... à Bruxelles. Mais dès le lendemain, tous étaient bien présents pour participer au dîner en la résidence de l'ambassadeur de Belgique aux Etats-Unis, Jan Matthysen...

La résidence de l'ambassadeur de Belgique à Washington est une sorte de château qui, dit-on, fait râler son homologue français, ce qui fait sourire les Belges de satisfaction. En plus, le temps était clément pour accueillir le gratin des Belges dans la capitale américaine et surtout pour rendre hommage à tous ceux qui ont œuvré pour mener à bien la liaison BRU-IAD avec, en tête, Rudy Maex, grand architecte de l'opération. Bien entendu, étaient également présents les représentants de SN aux Etats-Unis, l'inamovible John Lindekens et le nouveau manager commercial (depuis New York), Olivier Prévot. Pour être complet, précisons encore que Bernard Gustin était secondé par Wencke Lemmes, Frédéric Dechamps et Kim Daenen, responsable des médias sociaux.

Washington est la deuxième destination américaine qu'a inauguré Brussels Airlines, après celle sur New York qui a débuté le 1er juin 2012. Le vol SN 515 quitte Bruxelles à 16h45 pour atterrir à Washington-Dulles (IAD) à 19h30 locales. Au retour, l'appareil quitte la capitale américaine à 22h35 locales pour atterrir le lendemain midi à 12h10. C'est un horaire pour le moins inhabituel, mais il peut présenter de l'intérêt. Tout d'abord, il y a une clientèle qui préfère encore disposer d'une matinée complète (et éventuellement un déjeuner) avant de devoir se rendre à l'aéroport. Deuxième atout que nous a rappelé John Potter, CEO de l'aéroport, l'horaire de SN en dehors des heures de pointe facilite les flux d'immigration à l'arrivée et de contrôles de sécurité au départ, ce que nous avons pu vérifier. Ensuite et surtout, cet horaire est complémentaire de celui du partenaire United Airlines (qui quitte Bruxelles à midi pour arriver à Washington à 14.20), non seulement dans Star Alliance, mais aussi dans l'alliance « Atlantic Plus Plus » (« A++ »).

Le concept « A++ » a été mis au point en novembre 2009 par Lufthansa, Air Canada, Continental et United (désormais fusionnées) et qu'ont rejoint Swiss et Brussels Airlines. Au sein de cette joint-venture, les partenaires ont obtenu des autorités de concurrence le droit de coordonner leurs horaires, les ventes et le marketing, ainsi que la tarification. La coordination des horaires est liée au partage des capacités et donne la possibilité aux passagers de prendre au même prix (hors surcharges) indifféremment les options proposées par les différents partenaires. Le passager peut donc fort bien commander un billet chez SN avec un aller Bruxelles-Washington sur SN, mais un retour sur United (UAL). Ainsi, dès aujourd'hui, les deux compagnies sont en mesure de proposer douze rotations entre les deux capitales : les sept de UAL et les cinq de SN (qui ne vole pas les lundi et mercredi).

Quid des connexions?

Selon Brussels Airlines, le fait d'arriver à Washington en début de soirée (19h30), leur permet « moyennant des connexions très aisées » de rejoindre 44 destinations de United aux Etats-Unis et au Canada, y compris sur la côte Pacifique. Pour le vol retour, s'il est exact que toutes les connexions avec les vols européens sont possibles à partir de midi, on peut s'interroger sur celles avec l'Afrique, dont les vols sont généralement programmés en milieu de journée.

A ceci, Frédéric Dechamps, responsable des ventes pour le Benelux et l'Europe, répond qu'il est question de revoir certains horaires africains. D'ores et déjà, il est question de « connectivité assurée » certains jours, avec Abidjan, Cotonou, Douala, Yaoundé et Lomé. Pour les autres, il faudra bien recourir au vol de United. Mais surtout, comme le rappelait dernièrement Bernard Gustin, le statut de Washington amène une autre clientèle que celle de New York sur cette liaison : « C'est une ligne entre la capitale des Etats-Unis et celle de l'Europe et il y aura un nombre important de passagers en point à point, mais également en transfert vers d'autres capitales européennes. »

Il ne faut pas oublier non plus que Washington est une destination à la fois d'affaires et de tourisme : selon les chiffres, Washington est la troisième plus importante destination au départ de la Belgique. Pour assurer cette liaison – et renforcer simultanément son réseau africain –, Brussels Airlines a fait l'acquisition d'un huitième Airbus A330, le troisième en version -200. Il est bien entendu équipé des nouvelles cabines Business et Economy.

Washington est un peu à l'image de Bruxelles. Elle a une réputation de ville d'affaires, mais est nettement moins connue pour ses offres touristiques et c'est bien dommage car la ville, nettement plus paisible que New York, offre au moins autant d'attrait que Man-

Le premier Airbus A330 de Brussels Airlines à son arrivée à l'aéroport Dulles de Washington.



hattan. Outre les incontournables Capitole, Maison Blanche ou toute la série des musées administrés par le Smithsonian Institute, il ne faudra pas manquer le Newseum (musée de la presse), le zoo (avec ses pandas) ou le quartier résidentiel de Georgetown avec ses rues commerçantes. Mais les passionnés de l'aviation (et pas seulement d'ailleurs !), iront voir avec intérêt (par exemple une heure ou deux avant le vol retour sur Bruxelles) le tout nouveau musée de l'air de l'aéroport de Dulles où on trouvera le prototype du Boeing 707, un Concorde Air France, voire la navette spatiale Discovery parmi des dizaines d'avions mythiques !

Tout ce qu'on peut espérer est que la compagnie rencontre avec Washington le même succès que celui rencontré avec son vol sur New York. Son taux de remplissage, au cours de la première année d'exploitation, a dépassé les 80%, ce qui est un beau résultat. Lors du vol inaugural sur Washington, pas moins de 84 passagers étaient en transfert de vols africains. De quoi donner beaucoup d'espoir pour la ligne.

Patrick Anspach

Le nouveau musée de l'air à l'aéroport Dulles.



Les comptoirs SN à IAD.





**SPECIAL
TRAVEL AGENT
OFFER**

50% DISCOUNT PER PERSON! FOR YOU, YOUR FRIENDS & YOUR FAMILY.

Take this wonderful opportunity to discover the world of MSC Cruises.

This promotion is valid on all of our 12 ships, with a wide range of departures from June till November 2013.

For more information, conditions and bookings:

02/334.94/64 or www.msconline.com

www.msccruises.be | www.msccroisieres.be



MSC
CRUISES

The Mediterranean way of life

Autoverhuur almaar klant- en reisagent-vriendelijker

De sector van de autoverhuur ontsnapt duidelijk niet aan de economische wetmatigheden. Het volstaat te kijken naar de vershraling van het aantal aanbieders in ons land de jongste periode: bij de rentals zijn Avis en Budget Rent-a-Car samengegaan en bij de brokers zijn zowel holidays autos als Holiday Cars verdwenen en blijft dus alleen Sunny Cars. Van de andere kant is de procedure nooit gemakkelijker geweest. Het imago van tijdsverslindende papierwinkel, met de wachtbeurten die hierbij kunnen komen kijken, is m.a.w. allang achterhaald door de realiteit. Daarnaast hebben de providers ook doorgaans veel eenvoudiger reservatietools ter beschikking gesteld van de reisagenten.



Door al deze elementen sluit de autohuur almaar dichter aan bij het vakantiegevoel. Die vriendelijkheid t.o.v. de klant en de reisagent komt uiteraard ook het huren van een wagen businessdoeleinden veel beter uit. Naast de service, die tevens betrekking heeft op spreiding in het wagenaanbod en de beschikbaarheid op steeds meer locaties, speelt bovendien het prijzenbeleid danig in de kaart van de (potentiële) klant.

In onze rondvraag polsten we naar de actuele trends in de sector, naar de elementen die hoop geven voor de toekomst alsook de potentiële gevaren van morgen, maar vanzelfsprekend ook naar wat nieuw is (of wordt) in het respectievelijk aanbod.

Ere aan wie ere toekomt. Alvorens we in dit dossier de toer van de belangrijkste spelers aanvatten – het zijn er niet veel meer en tot overmaat verkoos Europcar om een of andere niet uitgesproken reden uitdrukkelijk te passen – laten wij eerst Frank Van Gool (voormalig general manager Budget Rent a Car) aan het woord als nieuwe algemene voorzitter van Renta, de Belgische Federatie van Voertuigen Verhuurders.

Frank Van Gool Renta

“Bedrijven en particulieren houden travel spend nauwlettend in het oog”

“Een belangrijke tendens voor de korte-termijnmarkt in België is dat de inbound markt voor autoverhuur in sterke mate afhankelijk is van de algemene tendens in de reissector. 2013 is tot dusver geen grand cru jaar voor de reisindustrie in Europa. De huurvolumes op de luchthaven van Zaventem nemen toe met enkele procenten, maar de omzetten blijven nagenoeg stabiel, wat betekent dat de trend naar de huur van kleinere voertuigen zich doorzet en dat reizigers op zoek gaan naar de goedkoopste aanbieders in de markt. De reiziger wordt daarbij geholpen door bookingtools die steeds performanter worden en die een prijsgarantie creëren als nooit tevoren. België blijft in de eerste plaats een land dat

zakelijke reizigers aantrekt, hoewel we de laatste jaren bijvoorbeeld in Charleroi ook meer en meer toeristen uit het Zuiden aantrokken die deze luchthaven als uitvalsbasis namen voor een uitstap in België en de omringende landen. Door de crisis in Spanje en Italië staat deze markt echter al enige tijd onder druk. Algemeen genomen hebben wij de indruk dat in deze tijden van economische crisis de travel spend één van de posten is die nauwlettend in het oog wordt gehouden door bedrijven en particulieren, zeker voor intra-Europese reizen.”

Caroline Simmerman Hertz

“Vanaf deze maand ook in België Supercars in ons aanbod”

“De trends houden verband met verschuiving van mobiliteitsbehoeften en de economische situatie. Wij blijven ons onderscheiden van de concurrentie door ons te richten op innovaties zoals het Full Gold Concept, dat wij nu aanbieden op de luchthaven van Brussel en waarbij een klant rechtstreeks naar de auto kan zonder eerst bij de balie te hoeven wachten en papieren in te vullen.

Wij zien de mobiliteitsbehoefte van traditioneel autobezit verschuiven naar autogebruik en kunnen daar als geen ander op inspelen. Daarom zijn wij bezig om bijvoorbeeld het 24/7 product van Hertz te testen en te zien of we dat ook in de Benelux kunnen introduceren. Wat betekent dat een klant 24 uur per dag 7 dagen in de week over een auto kan beschikken wanneer het hem/haar uitkomt.

Hertz heeft haar loyaliteitsprogramma wereldwijd vernieuwd van Hertz #1 Club naar Hertz Gold Plus Rewards. Dit betekent dat iedere klant die zich aanmeldt, Gold Member wordt en kan genieten van de snelle efficiënte service. Plus daarbij punten kan verdienen op de autohuren en deze weer kan inwisselen voor Frequent Flyer Miles of gratis weekendhuur dagen.

Hertz heeft Supercars geïntroduceerd in Nederland. Voortaan kunnen er dus zowel in Nederland, Italië, UK en USA Supercars gehuurd

worden zoals Bentleys, Porsches en andere exclusieve modellen. Meer informatie treft u op www.hertz.com. In België heeft Hertz haar Prestige Collection uitgebreid met Jaguars en Infiniti's. Deze maand (juli) gaan wij in België ook beginnen met Supercars, waaronder de Jaguar F-type.”

Hans Knottnerus Sunny Cars

“Offertes met look-and-feel van reisbureau voor de klant”

“We noteren nog steeds een stijging van het aantal boekingen, en dan vooral in onze toptopland Spanje, Italië en de USA. De positieve trend beperkt zich niet alleen tot deze bestemmingen, want groeicijfers worden, ondanks de economische crisis, op een veel breder basis genoteerd. Het heeft vooral te maken met het feit dat Sunny Cars over voldoende mogelijkheden beschikt om in te zetten op de relatie met de reisbureaus, hetgeen resulteert in een nog groter boekingsvolume. De omzet van de reisbureaus ten voordele van Sunny Cars kan nog worden verhoogd. Zeker in crisistijd is de stem van de klant ontzettend belangrijk. Bij Sunny Cars is de wil om de klanten te bedienen en te begrijpen in balans met hun wensen.

Voor de toekomst zien we nog voldoende mogelijkheden om een conversie bij de reisbureaus te verhogen en daarmee ons boekingsvolume. Ons salesteam is hier zeer proactief mee bezig; we werken nauw samen met de ketens om autohuur als vanzelfsprekend onderdeel bij een reis te boeken. Het potentieel gevaar is dan weer dat de reisagent de klant geen huurwagen aanbiedt en deze dan pas ter plekke een wagen boekt. In voorkomend geval is dat een gemiste kans voor ons en voor het reisbureau.

Automobilisten houden van zekerheden, want vakantie betekent ontspannen, zonder ergernissen bij het ophalen of terug inleveren van de wagen. Sunny Cars >

biedt de huurder veel zekerheid met een all-inclusive product, dat nu ook uitgebreid wordt met een Premium Pakket, waarbij het de consument nog gemakkelijker wordt gemaakt. Met het Premium Pakket kunnen automobilisten vooraf hun autohuurcontract via internet invullen en gebruik maken van de Premium check-in balie op de bestemming. Op die manier wordt geen tijd verloren en kan er maximaal van de vakantietijd worden genoten.

Daarnaast biedt het Premium Pakket nog andere voordelen zoals de garantie van een nieuwe auto (max. 1 jaar oud of 25.000 km) en het standaard inbegrip van een extra bestuurder. Het Premium Pakket is beschikbaar in Portugal, Italië, de Balearen, de Canarische Eilanden, Spanje, Kroatië en Griekenland. Vanaf nu is deze aanvullende service ook te boeken op de luchthavens van Kreta. Binnenkort volgen nog meer bestemmingen.

Continu verruimen betekent voor Sunny Cars eveneens de verruiming van het aanbod bestemmingen en partners. Het betreft een wereldwijde expansie in landen zoals de Filipijnen, Uruguay, Laos, Tortola (Britse Maagdeneilanden) en de Bahamas. Hiermee heeft Sunny Cars de kaap van 110 landen waar een auto kan gehuurd worden, gerond. Ook nieuwe partners worden opgenomen in het gigantische netwerk. Dat is het geval in El Salvador, België, Luxemburg, Dubai en niet in het minst in Spanje (vasteland en Balearen), waar het gaat om 111 kantoren! We zijn continu bezig met het optimaliseren van ons aanbod. Daarbij kijken we niet alleen naar nieuwe locaties, maar ook naar de zogenaamde bezettingsgraad op populaire vakantiebestemmingen. Door samen te werken met extra partners kunnen wij de beschikbaarheid blijven garanderen. Eind mei werd een nieuwe offertetool gelanceerd, beschikbaar in het reservatiesysteem b2b.sunnycars.be. Het systeem bevat allerlei handige tools waarmee de reisagent vlot en makkelijk een offerte kan maken voor de klant. Deze offerte kan worden meegegeven na het verkoopsgesprek of per mail verstuurd. In de nieuwe offertetool is het mogelijk de offerte de look-and-feel van het reisbureau te geven."

Dirk Jacobs Avis Budget Group

"Stijgend aantal vormen van duurzame mobiliteit"

"Avis Budget Group is één van de leiders op het gebied van autoverhuurdiensten in België en Luxemburg, met een netwerk van ongeveer 40 kantoren. De gemiddelde vlot van 4.500 voertuigen is aangepast aan de verwachtingen van zowel zakenreizigers als vakantiegangers: compacte voertuigen, familiewagens, bestelwagens,...

De merken Avis en Budget bieden hun klanten de beste kwaliteitsnormen op gebied van autoverhuur (lokaal netwerk, recente voertuigen, professionele teams, eenvou-

dige reservatie,...) en vullen elkaar goed aan. Avis Budget Group heeft sedert 1 april 2013 de activiteiten van zijn franchise-onderneming Budget Car Rental in België en Luxemburg overgenomen. De overname kadert in de globale strategie van de groep om de ontwikkeling van het merk Budget in Europa te versnellen. Door de complimentariteit van de twee merken kunnen wij voordeel halen uit de commerciële, operationele en financiële synergieën. In een zeer concurrentiële markt blijft de prijs één van de belangrijkste elementen van de autoverhuur, maar de klant is tevens gevoelig aan de kwaliteit van de aangeboden diensten. Een marktstudie omtrent de autoverhuur op korte termijn in Frankrijk heeft aangetoond dat het vertrouwen in het merk de belangrijkste reden is om een auto te huren bij Avis. Een goede ervaring (aangenaam personeel, correcte informatie, propere wagens, duidelijke facturen, enz.) draagt bij tot klantgetrouwheid. De aangeboden diensten, zoals levering aan huis en Avis Preferred, onze 'sleutel binnen de 3 minuten' service, beantwoorden aan de vraag van onze klanten waarbij snelheid en comfort primordiaal zijn. Budget richt zich naar een doelgroep (met name families en jonge reizigers) die op zoek zijn naar een simpel en competitief aanbod.

Inzake de reservatiekanalen kan gesteld worden dat van de Europeanen 64% hun reis online boeken. Van de Belgen ouder dan 15 jaar beschikt 90% over een computer en op internationaal vlak maakt 40% van de reizigers gebruik van een smartphone. Sinds enkele jaren bieden we bij Avis internetoplossingen aan. Ook in België kunnen onze klanten gebruik maken van een iPhone- en Blackberry-applicatie om een huurwagen te boeken of hun reservatie te beheren. Ook via de sociale media houden we de vinger aan de pols om te kunnen beantwoorden aan de noden en wensen van onze klanten. Verder zet de trend in de sector van het toerisme betreffende last minute reservaties zet zich onverminderd door: 78% van de reservaties gebeurt 1 week voor de aanvang van de huur en 29% de dag voordien.

Wat de marktevolutie betreft: sinds enkele jaren merken we een steeds duidelijkere verschuiving tussen het bezit van een wagen en het gebruik ervan. In Frankrijk vertaalt zich dat in het meer en meer afstand doen van de wagen – 56% van de Parijzenaars bezit bijvoorbeeld geen wagen meer – en/of het gebruik van alternatieve transportmogelijkheden en autohuur. Nieuwe aanbiedingen of gebruiksvormen vinden hun intrede, zoals het systeem van autodelen ('Avis on demand' in Frankrijk en Luxemburg) of carpooling (3 miljoen personen in Frankrijk). Deze vormen van mobiliteit hebben als doel een positieve stimulans op de markt van autoverhuur teweeg te brengen. Bovendien maken nieuwe treinverbindingen (zoals Thalys) of nieuwe directe vluchten (zoals Istanbul-Luxemburg sinds juni 2013) zowel vrijetijds- als zakelijke verplaatsingen makkelijker en genereren ze bijkomende huren. Tenslotte nestelt het woord duurzame mobiliteit zich niet enkel in onze woordenschat, maar ook in de handelingen van politici en burgers."

Daniel Steevens



Door het recent verdwijnen van concurrenten holiday autos en Holiday Cars is Sunny Cars momenteel de enige car rental broker op onze Belgische markt. Maar dat wil niet zeggen dat boekingen voor huurwagens er nu plots vanzelf binnenlopen. Vooral het boeken van huurwagens door consumenten ter plaatse blijkt de grootste concurrent van de broker te zijn. Drie gedreven sales executives (Annick Heirman, Olivier Giacomini en Ignace Vermeylen) staan daarom dag in dag uit klaar om de reisagenten te motiveren en hun bij huurwagenboekingen te begeleiden. En de Belgische reisagent blijkt daarbij de Nederlandse zomaar niet...



Annick Heirman,
Ignace Vermeylen
& Olivier Giacomini:
sales executives
voor België

Sunny Cars solo car rental broker op de Belgische markt

Het recente wegvallen van holiday auto's en Holiday Cars deed de cijfers van Sunny Cars in België logischerwijze behoorlijk stijgen. Bert Wildeman (sales manager Sunny Cars voor België én Nederland) spreekt tijdens de Sunny Cars studietrip zelfs van een omzetgroei van Sunny Cars voor de Belgische markt van 49%. Die stijging zit momenteel vooral bij de zomerboekingen, zo blijkt. Olivier Giacomini: "De voorbije winter telden we een nulgroei, maar dat lag ook in de lijn van onze verwachtingen. Het is immers ook het cijfer van de algehele autoverhuurmarkt. Voor de zomer kunnen we (eind mei) wel al een mooie stijging van 18 procent meer boekingen voorleggen. En we zien duidelijk dat er, net zoals in andere takken van onze reissector, vaak later geboekt wordt. Dat was al zo voor de paasvakantie, dus er moeten dus nog heel wat reservaties voor deze zomer volgen. De topbestemmingen voor Sunny Cars blijven wel onveranderd, namelijk: Spanje, Italië, de VS, Frankrijk en Portugal."

Annick Heirman: "Boekingen van huurwagens voor de Verenigde Staten maken in België toch al 16% van het totaal aantal boekingen uit, wat best veel is. Voor de Verenigde Staten raadt ik alle reisagenten trouwens zeker aan onze automatische optieregeling te hanteren waarbij de prijs & het type wagen automatisch vast liggen en de wagen binnen de 5 werkdagen kosteloos kan geannuleerd worden".

Premium Pakket succes in België

Ook een aanrader, maar helaas nog niet voor de Verenigde Staten verkrijgbaar, is volgens het Sunny Cars salesteam het Premium Pakket dat sinds een goed half jaar op Sunny Cars topbestemmingen in het Middellandse Zeegebied (vooral bestemmingen in Spanje, Portugal, Griekenland en Kroatië) wordt aangeboden. Het pakket biedt een interessante aanvulling op de reeds uitgebreide all-in product (ongelimi-teerd aantal kilometers, alle verzekeringen inbegrepen, terugbetaling eigen risico en dekking glas-banden-bodem-dakschades).

Dit pakket omvat immers nog extra:

- 1) gegarandeerd een jonge auto, minder dan één jaar of 25.000 km
- 2) extra bestuurder standaard inbegrepen (uitgezonderd Griekenland)
- 3) inleveren met de benzinstand zoals opgehaald, meestal is dit 'vol-vol' (FF)
- 4) de auto kan op de bestemming extra snel opgehaald worden omdat het huurcontract via internet reeds op voorhand wordt ingevuld. Afhaling gebeurt bij een speciale Premium check-in balie.

TOUT EST COMPRIS, MÊME LE SERVICE CONVIVIAL

Grâce à la formule unique tout compris, une voiture de location de Sunny Cars est 100% sans soucis. En tant que spécialiste, la location de voiture n'a aucun secret pour nous. Nous vous conseillons donc volontiers afin que vous puissiez faire le meilleur choix pour votre client. N'hésitez pas à nous demander notre aide : nous sommes à votre disposition 7 jours sur 7. Et toujours avec le sourire !

CONSEIL SUNNY 2 :

Susanne Pols
Reservations
Manager

RENT A SMILE



Voor punt 4 lijkt volgens Belgische reisagenten een doorslaggevend argument, zowel voor business- als leisureklanten. En dat blijkt ook uit de eerste cijfers: "Het valt op dat vooral de Belgische reisagenten deze upgrade goed op-pikken, aldus Bert Wildeman. Bij zo'n 6,9 procent van het totaal aantal boekingen wordt namelijk al de Premium Service gereserveerd. Daarmee behoort België, samen met Zwitserland, tot de Europese top. In Nederland is dat immers slechts 3,9 procent."

Bagageaantallen

Hoewel de Belgische reisagent zijn klant meestal wel goed kent, vraagt Annick Heirman hen toch met aandring zich niet te vergissen in de bagageaantallen en afmetingen van die klant. "In de praktijk blijkt er af en toe wel eens een te kleine wagen te worden geboekt waardoor de klant nog een extra wagen ter plaatse moet bijboeken. Dat is uiteraard een slechte (lees: dure) start van een vakantie en moet dus ten alle tijden vermeden worden."

Zit de klant dan toch eens met een probleem ter plaatse, dan is er nog steeds het noodnummer. "De klant belt beter eens teveel dan te weinig" aldus Olivier Giacomini. "En voor klachten achteraf hebben we speciale klachtenformulieren op onze website. De normale responstijd is daarvoor 14 dagen (volgens het first-in, first out-principe), al kan dat tijdens het hoogseizoen wel oplopen tot 6 weken".

Ook qua reserveringen kan het druk zijn, toch staat men er bij de broker op de reisagent snel te woord te kunnen staan. Annick Heirman: "We ontvangen op het hoofdkantoor dagelijks bijna 500 telefoons met pieken tot 1000 oproepen. Toch is onze gemiddelde wachttijd slechts 31 seconden. Ook worden er gemiddeld op één dag zo'n 78 mails beantwoord door onze negen medewerkers". Het lijkt ons soms een behoorlijk huzarenstukje!

Aandacht voor franstaligen

Hoewel Sunny Cars de Belgische markt vanuit Nederland bedient (het hoofdkantoor is in Hoofddorp gevestigd) is er ook voldoende aandacht voor de franstalige reisagenten in ons land. Niet alleen is er al jaren Ignace Vermeylen die de franstalige reisagenten bezoekt en bijstaat, ook op de dienst reserveringen en bij customer care zijn meerdere medewerkers die het Frans perfect beheersen. Dat werd Travel Express door de franstalige deelnemers aan de studiereis in Mallorca trouwens ook volmondig bevestigd.

Tot slot: Zowel voor franstalige-als nederlandsstalige reisagenten werd er onlangs een nieuwe offertetool uitgebracht. Die bevindt zich in het reservatiesysteem en biedt reisagenten hun klanten een offerte met de eigen look-and-feel van het reisbureau mee te geven.

Kortom: Sunny Cars blijft innoveren in functie van de klant én de reisagent. Om te vermijden dat de klant pas ter plaatse zijn wagen boekt ipv op voorhand via zijn reisagent. En dat kunnen we enkel aanmoedigen ... (BB)



Eductour Sunny Cars

Verrassend Mallorca per Sunny Cars wagen

Na een succesvolle eerste editie naar de Portugese Algarve vorig jaar trok car rental broker Sunny Cars dit jaar opnieuw met een drieëntwintigtal Belgische reisagenten richting zon voor een leerrijke en "belevende" studietrip. Het werd een korte tweedaagse op het eiland Mallorca, maar dat bleek net lang genoeg om de voordelen van een huurwagen op deze bestemming te ontdekken.

De meegereisde nederlands- en franstalige reisagenten waren allemaal lid van de Sunny Smile Society Club, de bestsellers club die de best verkopende reisagentschappen van Sunny Cars (sinds een klein jaar) verzamelt. Zij waren als het ware de "uitverkorenen" voor de trip. Op moment van uitnodiging was de bestemming nog geheim (een traditie die Sunny Cars blijkbaar graag in ere houdt), maar al snel bleken enkele snuggere reisagenten het eiland uit de omschrijving al te kunnen hebben opgemaakt. En dat nieuws ging in de dagen vooraf dan ook als een lopend vuurtje. Met correct ingepakte valiezen (lees: zomerse kledij en zonnebril) als resultaat!

Premium check-in

Na landing bleek er geen tijd te verliezen, want op de luchthaven van Palma de Mallorca ston-

den al een tiental comfortabele en identieke Hyundai huurwagens op hun chauffeurs te wachten. Na een verkwikkend ontbijt waarbij de reisagenten in verschillende teams per wagen werden ingedeeld, kon iedereen dankzij de optie van het Premium Pakket (waarbij al het papierwerk vooraf door het reisagentschap voor de klant wordt geregeld en de klant zijn huurwagen bij aankomst zonder veel aanschuiven aan een aparte Premium check-in balie kan ophalen) onmiddellijk vertrekken.

Net als vorig jaar werd de eerste dag opnieuw in een ontspannende rallyformule georganiseerd. Aan de hand van een duidelijke routebeschrijving werden de reisagenten over heel het eiland geloods met onderweg verschillende "haltes" waar amusante opdrachten moesten worden uitgevoerd. Zoals het ontwarren van menselijke knopen, het ontdekken van de plaatselijke culinaire specialiteiten en het tekenen van een zelfportret. Op die manier konden de reisagenten zelf het gemak van een wagen tijdens een vakantie ontdekken en stopten ze ze ook naar eigen keuze op mooie plaatsjes onderweg. Net zoals echte klanten dat zouden doen! Op het einde van de dag werden dan onder veel enthousiasme de prijzen uitgereikt. De – jawel uitsluitend vrouwelijke "Rally Rockers" bleken de absolute winnaars.

Brainstorming

Dag 2 van de studiereis was voorbehouden voor een intensieve brainstormsessie en een Sunny Cars SWOT-analyse door de reisagenten zelf. Daaruit bleek dat nog te weinig reisagenten goed beseffen hoe ze hun omzet door verkoop van huurwagens gevoelig kunnen verhogen. "Er worden nog teveel kansen in het reisagentschap onbenut gelaten", aldus sales district manager Olivier Giacomini. "Bijvoorbeeld als

Nadruk op het nieuwe Premium pakket

Eén van de belangrijkste punten die Sunny Cars tijdens deze reis de reisagenten wou laten ervaren, was het gemak van het nieuwe Premium Pakket, met de daarbij behorende Premium check in. De reisagenten kregen voor de reis dan ook al per mail de vraag om hun huurcontract volledig in te vullen en terug te bezorgen (net zoals ze dat contract voor hun klanten zouden invullen bij dit pakket). Hierdoor konden de wagens zonder extra papierwerk ter plaatse onmiddellijk worden afgehaald. "Een groot gemak en een echte aanrader!" hoorden we uit de mond van veel meege-reisde reisagenten.



een klant zijn reisdocumenten komt ophalen, is er nog altijd de mogelijkheid om hem een wagen als extraatje voor te stellen, maar dat gebeurt helaas nog te weinig". Aan de hand van gesimuleerde verkoopsgesprekken werden nog andere pijnpunten inzake autoverhuur bovengehaald, en door het stellen van verschillende open vragen werden suggesties van reisagenten voor het optimaliseren van het boekingsproces met enthousiasme geopperd. Iets waar Sunny Cars graag zijn oren voor spits want een goede communicatie met de reisagent wordt duidelijk hoog in het vaandel gedragen.

De trip leverde alvast heel wat tevreden reisagenten op. Zoals Goele Custers (Selectair Reisburo Elly Coenen Dilsen-Stokkem): "De studiereis op zich was een mooie combinatie van het ontdekken van het eiland, genieten en het bijleren over Sunny Cars. En natuurlijk is het ook leuk dat onze inzet bleef worden met zo'n toffe trip. Een goede stimulatie en motivatie naar de toekomst toe!"

En daar kan Travel Express zich alleen maar bij aansluiten! (BB)



Sunny Cars Smile Society naar Memorial Vandamme

Deze studiereis was enkel voorbehouden voor leden van de Sunny Cars Smile Society. Deze best verkopende reisagentschappen mogen niet alleen mee op studiereizen, maar krijgen daarnaast ook andere voordelen zoals extra agentenkorting, gratis etalagemateriaal, enz. Momenteel loopt er ook een speciale incentive actie voor de Smile Society leden: wie sinds 1 juni en voor het einde van deze maand 10 Sunny Cars boekingen gemaakt heeft, maakt kans op 2 tickets voor de befaamde Diamond League Belgacom Memorial Vandamme op 6 september. Naast goede zitplaatsen voor het atletiekevent zijn er ook kaarten geregeld voor de Jamaican Afterparty met DJ Usain Bolt.



Alle foto's van deze eductour zijn terug te vinden op de



Facebookpagina van Travel Express Benelux.

Lufthansa Group brings you all over the world

Austrian, Brussels Airlines, Lufthansa and SWISS are proud to fly you to over 450 destinations worldwide from Brussels, or via Frankfurt, Munich, Vienna and Zurich. Discovering the world is so much easier now.





Interview met
Robert Ashdown,
secretaris generaal
CLIA Europe,
en **Peter Mathieu**,
voorzitter
CLIA Belgium &
Luxembourg

CLIA: One industry, one voice

Op de stevige fundamenteën van de vakorganisatie Cruise & Ferry World ontstond CLIA Belgium & Luxembourg, terwijl op een grotere schaal de European Cruise Council (ECC) overging in CLIA Europe.

CLIA of Cruise Lines International Association is van origine een Amerikaanse organisatie ter promotie van de cruise industrie. Met haar 59 leden covert ze momenteel 95% van de wereldwijde cruise capaciteit.

CLIA werd in 1975 opgericht als marketingtool. In 2006 smolt ze samen met ICCL (International Council of Cruise Lines), een zusterorganisatie die zich bezighield met de regelgeving en lobbying.

Naast de rederijen zijn er ook heel wat "associate members", met name 13.000 reisagentschappen.

Op 25 juni werd in Brussel het eerste officiële CLIA Europe congres georganiseerd. Het doel was, net als de vorige jaren (toen de conferentie nog onder de auspiciën van de ECC werd ingericht), om aan te tonen dat de cruisesector blaakt van gezondheid, en dat de economische impact voor Europa erg groot is. Achter de zeer positieve boodschap werd discreet een waarschuwend vingertje

opgestoken richting wetgevers, rond thema's als ecologie en infrastructuur.

De moderne cruiserederijen zijn reeds jaren proactief bezig met milieuvriendelijk reizen, maar botsen nu bijvoorbeeld op een beslissing die schepen verplicht om vanaf 1 januari 2015 zwavelarme brandstof te gebruiken in zogenaamde ECA's (Emission Control Areas, zijnde Kanaal, Noordzee, Noorwegen, Baltic). De rederijen zijn het volkomen eens met de groene aanpak. Er is echter een probleem: men vreest dat er onvoldoende geschikte brandstof voorradig zal zijn. Ook de technologie om rookgassen te zuiveren staat nog niet op punt.

Als dat niet opgelost raakt zou het cruise-toerisme naar Noorwegen en de Baltische Zee een flinke deuk krijgen, omdat schepen simpelweg elders kunnen ingezet worden. Een ander heikel punt is de haveninfrastructuur. Sommige havens kunnen de komst van grotere en meer schepen niet aan, zodat er



congestie ontstaat. Wat die stad meteen minder aantrekkelijk maakt.

Aan de Europolitics werd ook gevraagd om snel werk te maken van een vereenvoudiging van de visa-procedures, in het belang van de gehele economie.

“One industry, one voice”, een wereldwijde CLIA is de logica zelve.

Een gesprek met Robert Ashdown en Peter Mathieu

Oorspronkelijk was CLIA een Amerikaanse vereniging. Wat is de bedoeling van een Europees hoofdkantoor en een resem nationale subdivisies, zoals in ons geval CLIA Belgium & Luxembourg?

Robert: Wat we met de nieuwe structuur gedaan hebben is het ontwikkelen van een globale vakorganisatie. Enerzijds zijn er zaken die op internationaal vlak moeten aangepakt worden, zoals de communicatie en de reglementering. Anderzijds zijn er elementen die op regionaal niveau moeten behandeld worden. Neem het voorbeeld van scheepsdesign. Dit is duidelijk een globaal thema. Het kan niet zijn dat de wetgeving anders is in Europa dan in Azië. De cruise industrie is een sterk geconsolideerde industrie en het is belangrijk dat we een uniforme stem laten horen aan de beleidsmakers wereldwijd.

Wat was de functie van het voormalige ECC? Was dat vooral een promotieorgaan?

Robert: Neen, ECC was enkel en alleen een communicatie- en lobby instrument vanuit de cruise industrie naar de beleidsmakers toe. Daarom was het hoofdkantoor ook in Brussel gevestigd (tot voor kort in de kantoren van de ECSA, de European Community Shipowners Association).

De promotie en public relations werd gedragen door de verschillende nationale organisaties, zoals Cruise & Ferry World (België & Luxemburg), Dutch Cruise Council (NL), Passenger Shipping Association (GB).

Wat we met de oprichting van CLIA Europe gedaan hebben is het onder een dak samenvoegen van de reeds bestaande legislatieve functie van de ECC met de marketingfunctie van de individuele landen. Enkel in Duitsland en het Verenigd Koninkrijk zijn we nog beperkt actief op lokaal gebied omdat deze twee landen zwaargewichten zijn in de IMO (International Maritime Organization), en dat we op die manier ook advies kunnen verstrekken en de regelgeving kunnen bijsturen.

Gaat CLIA blijven samenwerken met de ECSA, zoals bijvoorbeeld voor de problematiek van de strengere brandstofnormen vanaf 2015?

Robert: Ja, we hebben een zeer nauwe samenwerking met de ECSA, Interferry (de globale vakorganisatie voor de ferry industrie) en verschillende nationale associaties voor shipowners, die allemaal leden afvaardigen in ons bestuur.

Sommigen zouden kunnen denken dat CLIA Europe werd opgericht naar aanleiding van het ongeval met de Costa Concordia.

Robert: Dat is niet zo. De reorganisatie van ECC en CLIA werd gelanceerd in november 2011, dat is een paar maanden voor het ongeval. Het werd uiteraard wel plots erg duidelijk dat zo'n globale organisatie broodnodig was, en kregen we een veel betere samenwerking met de verschillende actoren.

De cruisewereld wordt geconfronteerd met veel nationale en internationale regels. Er is het fiscale aspect, het milieu, immigratie, arbeidswetgeving, veiligheid, enz. Cruises

zijn internationaal, en tegelijk moeten schepen beantwoorden aan de regels van hun vlaggenstaat. Vaak zijn er ook havengebonden regels. Het lijkt me logisch om met een eenduidige stem te spreken. Is er echter geen risico dat CLIA een heel log apparaat wordt, wat dan de communicatie eerder bemoeilijkt?

Robert: De manier waarop we de structuur hebben uitgebouwd laat toe aan de regio's of landen om nog steeds autonoom te kunnen spreken. Als Peter Mathieu over de Belgische sales en marketing wil communiceren hoeft hij niet eerst via het hoofdkwartier te passeren. Is er echter een technisch incident of ongeval, dan beschikken we over specialisten die correcte informatie zullen kunnen geven. Stel dat er in de haven van Zeebrugge een reddingsboot een ongeluk heeft waarbij een bemanningslid omkomt, dan heeft Peter waarschijnlijk niet voldoende nautisch-technische expertise om de pers te woord te staan. Het is veel beter dat de informatie dan wordt gegeven door een nautisch specialist.

Toen de Concordia kapseisde stonden de gsm's bij iedereen van de cruisesector roodgloeiend. Zal er bij een incident wel tijd zijn om meteen een correcte informatie-strategie toe te passen?

Robert: Omdat we kantoren over de hele wereld hebben, dus in verschillende tijdzones, zullen we altijd beroep kunnen doen op een van onze experts.

Is er geen risico dat de belangen van een machtig CLIA anders liggen dan wat vroeger Cruise & Ferry World was? CFW was vooral een marketing en educatief instrument, en had zeker geen lobby functie. De belangen lijken bij CLIA andersom te liggen. Het lijkt of lobbyen nu het sleutelwoord is.

Robert: Er is altijd lobbywerk geweest door de zusterorganisatie ICCL, reeds voor de samentmelting met CLIA in 1984. Met de fusie kreeg de marketing organisatie eveneens een legislatieve stuurfunctie. Nu halen we met de nieuwe structuur een extra pijler binnen, namelijk de educatieve, met opleidingen voor de reisagent.

Onder de vleugels van een sterke organisatie kunnen we nu op diverse aspecten focussen.

Hoe zullen de werkmiddelen circuleren? Voor CFW kwamen de budgetten van de nationale vertegenwoordigers.

Peter: Het idee is dat een rederij die lid is van CLIA ook lid kan worden van CLIA Belgium & Luxembourg. In de volgende weken zal CLIA Belgium & Luxembourg een businessplan en een budget voorleggen aan het Europese hoofdkwartier in Brussel, en dan zien we hoe de werkmiddelen worden verdeeld.

Wie zijn de leden van CLIA? Christine Duffy sprak in haar openingsspeech van 13.000 reisagenten. Zullen er in België reisagenten en TO's lid kunnen worden?

Peter: Interessante vraag want tijdens de lancering van CLIA Belgium & Luxembourg in Antwerpen vroegen verschillende reisagenten

Cruisen en Europa, een recent succesverhaal 2012 in cijfers

- **6,26 miljoen** Europese cruise-passagiers, dat is 30% van de cruise-passagiers wereldwijd.
- Europa is het **2de grootste** cruisegebied ter wereld (na Noord-Amerika).
- **5,7 miljoen** passagiers startten hun cruise vanuit een Europese haven. Dat aantal is verdubbeld in 10 jaar tijd.
- De volgende vier jaar komen er nog minstens **20 nieuwe** schepen bij, goed voor 60.000 bedden.
- **43** Europese cruisemaatschappijen met **131** schepen hebben een capaciteit van 147.000 bedden.
- **22** niet-Europese rederijen stuurden vorig jaar **76** schepen naar Europa, goed voor meer dan 100.000 bedden.
- Ongeveer **15 miljoen** bemanningsleden arriveerden in Europese havens.
- De CLIA heeft berekend dat de sector goed is voor een totale output van **38 miljard** euro, en voor werkgelegenheid voor 326.904 mensen.



Interview met
Robert Ashdown,
secretaris generaal
CLIA Europe,
en **Peter Mathieu**,
voorzitter
CLIA Belgium &
Luxembourg



hoe ze lid kon worden. De belangstelling is reëel en ik ben ervan overtuigd dat er statuten zullen gecreëerd worden die het mogelijk maken niet-rederijen als lid te hebben, zoals reisprofessionals of havens.

Robert: We hebben altijd het statuut gehad van "associate membership". Aan de vooravond van de jaarlijkse CLIA conference in Brussel was er een "associate member meeting" met 47 havens. We willen het aantal "associate members" verhogen, omdat hun input de waarde en de sterkte van CLIA ten goede komt. Toeleveringsbedrijven, scheepswerven, reisagenten en havens dragen allemaal hun steentje bij aan het politieke gewicht dat nodig is om dingen gedaan te krijgen. Parlementariërs moeten begrijpen dat dit een belangrijke industrie is waarin heel veel mensen hun brood verdienen. De toespraak van Bernard Meyer (grote baas van de Meyer Werf, een van de belangrijkste scheepswerven voor cruiseschepen) benadrukte dat de sector voor duizenden en duizenden arbeidsplaatsen zorgde. Volgens analisten zorgde de cruisesector vorig jaar voor 326.000 jobs in Europa. Als haven wil je met de reisrouteplanners spreken. Ben je een F&B leverancier, dan wil je in contact komen met de

hoteldirecteur. Reisagenten willen praten met de mensen van de marketing. Daarom gaan we het "associate membership" structureren om te voldoen aan de noden van de diverse leden.

Peter: Het is niet enkel "One industry, one voice", het zijn ook meerdere boodschappen en meerdere stemmen.

CLIA is aan het uitgroeien tot het absolute en enige platform voor de gehele cruise industrie.

Robert: Het is geen geheim. We willen erkend worden als DE autoriteit op gebied van cruises, de enige stem.

Is het nu voor de reisagent, de politici, de passagiers of de media, wij kunnen de juiste antwoorden geven omdat wij over het gehele spectrum aan informatie beschikken.

Wat heeft de reisagent eraan?

Robert: Het is een feit dat de cruise industrie nog steeds heel trouw is aan de reisagent. De economische impact studie toont aan dat 80% van de cruises via de reisagent worden geboekt, en wij betalen nog steeds flink commissies uit, als een van de weinigen.

Het is evident dat verkopen van cruises voor ons belangrijk is, en dat willen wij de reisagent blijven leren. Het gaat er niet om of er een Carnival of een P&O wordt verkocht. Neen, CLIA wil aanleren hoe alle cruises succesvol kunnen verkocht worden.

Bij sommige takken van CLIA zoals Amerika of Australië hebben ze zeer succesvolle opleidingen gecreëerd. Wij gaan deze aanpassen voor de landen van Europa, zodat elk land, elke taalgroep zijn eigen educatief programma heeft. Daarnaast komt er ook een diploma of certificaat dat bewijst dat de reisagent een cruise expert is. Met het CLIA certificaat weet de klant dat hij de beste raad zal krijgen van een specialist ter zake.

Komt er ook een mediatraining-programma voor PR bureaus?

Peter: Wij krijgen vanuit het RCCL hoofdkwartier een opleiding in het omgaan met de pers. IK zou de CLIA zeker adviseren om een dergelijke cursus te organiseren voor de regionale cruiserepresentanten.

Onlangs lanceerde CLIA de "Passenger Bill of Rights". Wat is dat?

Robert: Het is een tienpunten programma dat gelanceerd werd in de Verenigde Staten. Wij zullen het lanceren in Europa gedurende de zomer maar eerlijkheidshalve moet ik zeggen dat het belang hier minder groot zal zijn omdat er in Europa reeds zoveel rechten bestaan voor passagiers en consumenten. Heel wat punten van de Amerikaanse "Bill of Rights" zijn hier gewoon reeds wet. Het is wel een statement van de cruiserederijen om te zeggen dat ze overal ter wereld die passagiersrechten respecteren.

Het is opmerkelijk hoe positief de cruise industrie steeds is en blijft. Op geen enkel congres heb ik ooit een klaagzang gehoord (zoals bij andere vakgebieden). De cruisewereld verkondigt steeds dat de business goed boert, dat er heel veel economische return is en dat de toekomst er dank zij de groei alsmäär beter uit ziet. Spreken jullie af om zo positief te zijn en te blijven?

Robert: De cruise industrie verkoopt droomvakanties. Om de droom aan te houden moet je de positiviteit hoog in het vaandel dragen. We geloven heel erg diep in het feit dat we een fantastisch product aanbieden, met een schitterende beleving van hoge kwaliteit. Cruises zijn heel veel waar voor je geld. Een cruise kiezen is als het kiezen van een fles echte Champagne. Er zijn verschillende soorten en diverse prijzen. Maar uiteindelijk drink je Champagne, en je weet dat dit voor kwaliteit staat.

Ondanks de moeilijke economische tijden en ondanks het Concordia verhaal blijven we groeien. Ons positivisme en optimisme is gebaseerd op feiten.

Cruises zijn er voor gezinnen, koppels, oudere en jongere mensen. Maakt niet uit tot welke categorie je behoort, er is nu een schip voor je, met alle voordelen van kwaliteit, dat je slechts een keer moet uitpakken, enz... Het succes werd aanstekelijk zodat we nu kunnen uitkijken naar ons volgende doel: de kaap van tien miljoen Europese passagiers.

Peter: Graag wil ik nog David Dingle (Carnival UK) citeren. Het is niet omdat er stagnering is gedurende een jaar (daarmee bedoelt hij op 2012) dat er reden is tot schrik. Het is een rustpauze die als basis dient voor de verdere groei. Want het zijn vooral de nieuwe klanten die minder zijn komen opdagen, in tegenstelling tot de trouwe repeaters.

Met de komst van nog heel wat nieuwe schepen ziet de toekomst er van de cruises heel erg rooskleurig uit.

Mike Louagie

Austrian 
We fly for your smile.

A new way to travel.

Exquisitely composed: Enjoy an outstanding flight experience in the new Austrian Business Class. You can relax on a long comfortable flight with a full flat bed, individually adjustable seat cushions, the latest onboard entertainment and the award-winning Austrian service. Find out more at austrian.com

JUNG & MATT / Donau



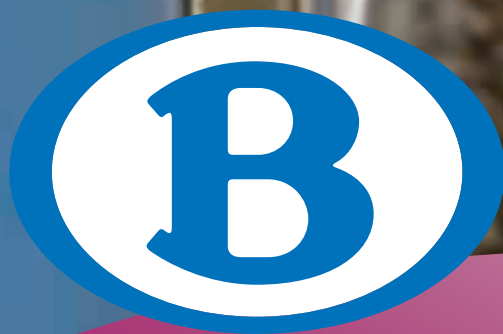
A STAR ALLIANCE MEMBER 
Earn Miles with Miles & More.



www.austrian.com

Have a nice holiday!

<http://www.nmbs-europe.com/agent>



NMBS

Europe

Turkish Airlines, passerelle entre l'Orient et l'Occident

Et bientôt 43 destinations en Afrique

L'expansion de Turkish Airlines est spectaculaire. Non seulement cette compagnie, à cheval entre l'Asie et l'Europe, connaît une croissance en passagers, escales et flotte, mais en plus, elle dégagne des bénéfices. De quoi inquiéter les compagnies européennes, mais aussi celles du Golfe. Nous nous en sommes entretenus avec Temel Kotil, son président, à l'occasion de l'assemblée générale de l'IATA au Cap.

Lors d'un entretien en marge de l'assemblée générale de l'IATA avec Alexandre de Juniac, président d'Air France-KLM, celui-ci nous a confié que le transporteur qu'il considérerait comme le concurrent le plus redoutable sur le marché africain est Turkish Airlines. Quelques jours plus tard, Bernard Gustin, CEO de Brussels Airlines, renchérrissait : « L'Afrique reste forte mais ne l'est pas autant que nous l'attendions. En cause, de nouveaux concurrents et surtout Turkish Airlines. Nous souffrons beaucoup. » On peut comprendre ces hauts responsables. En trois ans, Turkish Airlines (THY) a multiplié son trafic sur l'Afrique par vingt ! Elle dispose aujourd'hui de 34 destinations africaines et vise les quarante-trois escales, nous a confié au Cap son CEO, Temel Kotil : « Notre ambition est de devenir la première compagnie européenne, mais nous sommes aussi une compagnie du Moyen-Orient et lier cette région à plus de destinations que n'importe quelle autre. Et puis, nous pouvons aussi nous considérer comme africaine et dépasser tous les transporteurs qui opèrent sur ce continent. » On ne peut être plus clair ! Si THY se veut passerelle entre l'Europe et l'Asie, elle entend bien ajouter l'Afrique à son palmarès. Avec un avantage sur les compagnies du Golfe persique : elle peut utiliser des moyen-courriers pour les pays africains de l'hémisphère Nord. Suite à des demandes répétées du président Kotil, nous avons choisi cette année de nous rendre à l'assemblée générale de l'IATA avec Turkish et le moins que nous pouvons dire est que nous ne regrettons pas l'expérience. Sur le trajet Bruxelles-Istanbul, l'avion mis en ligne était précisément un Boeing 737-900ER, ce même modèle qui assure des vols sur l'Afrique du Nord. Cela signifie donc avec des sièges Business équipés d'écrans individuels, écouteurs-casques et choix incroyable de programmes. A l'escale, le nouveau lounge Business de l'aéroport Atatürk est remarquable. Il est immense (et plein même à minuit !) et offre toutes les facilités, choix de plats compris, et même un billard dans une bibliothèque ! Quant au vol en Airbus A330-300 sur Le Cap, il fut parfait avec choix de trois plats chauds et fauteuils à 180°, cela va de soi.

Depuis 1956

L'histoire de Turkish Airlines peut remonter à la création d'Ankara d'Hava Yollari Devlet en 1933, compagnie reprise en 1935 par le ministère des Travaux publics. Après la guerre, avec des DC-3 des surplus américains, la compagnie entama des vols internationaux, mais c'est la grande réorganisation de 1956 qui amena la création de Türk Hava Yollari (d'où l'ana-

gramme THY). D'abord en partenariat avec des investisseurs privés, THY fut nationalisée en 1990. Finalement, le gouvernement abandonna sa part majoritaire en 2006 avec introduction en Bourse de 51% des parts. C'était un an après la désignation de Temel Kotil en tant que CEO de la compagnie où il était entré en 2003. Depuis la privatisation de l'actionnariat et l'arrivée de Kotil, la compagnie n'a cessé de croître. Ses recettes opérationnelles sont passées en dix ans (de 2002 à 2012) de 1,96 milliard d'USD à 8,12 milliards et le nombre de passagers de 10,4 millions à 38,5 millions en 2012. Et la compagnie en prévoit 46 millions pour cette année. Depuis sa dernière perte en 2000, THY n'a fait qu'accumuler les bénéfices pour atteindre les 615 millions d'USD l'an dernier. Avec un coefficient d'occupation moyen de 77,7%, THY fait voler ses 215 avions en moyenne 12 heures et 14 minutes par jour, voire 14 heures et 21 minutes pour ses 36 long-courriers (777 et A340/A330), l'ensemble de la flotte ayant une moyenne d'âge de quelque 6 ans. Ce chiffre sera progressivement ramené à 5 ans avec l'arrivée de tous les nouveaux avions qui sont encore en commandes : 15 Boeing 777 (plus 5 options), 17 Airbus A330 (plus 3), 82 appareils de la famille A320 (dont certains en version Neo) assortis de 35 options et 70 Boeing 737 (la plupart en version Max) et 25 options. Des options qui ont toutes les chances d'être converties en commandes fermes.

Du côté des nouvelles destinations, THY n'est pas en reste. De 26 liaisons domestiques et 77 internationales en 2002, elle est passée à 234 destinations dans 103 pays le 25 juin dernier. Il s'agissait d'une rotation quatre fois par semaine sur Luxembourg, une initiative qui ne fait pas plaisir à Luxair, on l'imagine. Chaque semaine, Turkish a des nouvelles à annoncer. Le 4 juin, elle inaugurait la nouvelle route sur Marseille, le 7 juin sur Constanta (Roumanie), le 11 sur Tallin et Vilnius...

Nous avons plaisamment demandé à Kotil quand il comptait arrêter cette expansion et, ô surprise, il nous a répondu avec précision ! « Notre croissance est infernale, je le reconnais, mais nous marquerons un temps d'arrêt. Je dirais que nous nous arrêterons en atteignant le seuil des 2.000 vols par jour. » Calculs faits, ça devrait être aux alentours de 2020.

Le plus grand aéroport du monde

Tout ceci est fort bien, mais il faut quand même admettre que l'aéroport Atatürk d'Istanbul qui est sa principale plaque tournante commence à être saturé. D'autant plus que les concurrents



Airbus A330-300 de Turkish Airlines au Cap (Afrique du Sud).



Temel Kotil, CEO de THY, lors de la cérémonie d'entrée de Brussels Airlines dans Star Alliance.

turcs de THY croissent elles aussi ! Sait-on seulement qu'il y a 155 compagnies enregistrées sous immatriculation turque ? En tout, elles ont transporté 117 millions de passagers en 2011 (derniers chiffres de l'OACI) et généré un chiffre d'affaires de 12 milliards d'USD. La plus ancienne des compagnies privées est Pegasus. Avec 36 Boeing 737 (et une centaine d'Airbus A320 Neo en commande), elle opère 1.224 vols par semaine vers 47 destinations avec une forte clientèle de touristes et de population ethnique.

Face à cette expansion nationale, le ministre turc du Transport, Binali Yildirim a trouvé la parade idéale : il a annoncé que la Turquie allait construire « le plus grand aéroport du monde » pour remplacer Istanbul Atatürk et Istanbul Sabiha Gokcen (hub de Pegasus). Il sera construit sur un terrain de 77 millions de mètres carrés le long de la Mer Noire, dans la partie européenne d'Istanbul. Dans une première phase, il devrait pouvoir accueillir 90 millions de passagers dès 2017, mais à terme, il a été conçu pour attirer jusqu'à 150 millions de passagers par an.

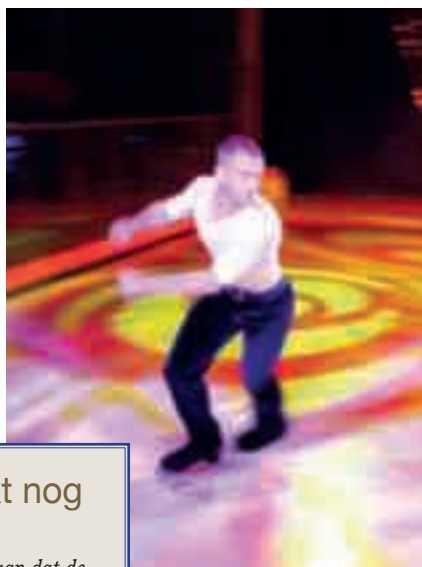
Turkish Airlines a-t-elle un secret ? Subsidiée d'une manière ou de l'autre, elle ne l'est pas et ses comptes sont transparent vu sa cotation en Bourse. Ce qui est sûr est qu'en dépit de la qualité de son service que nous avons évoqué plus haut, elle affiche des coûts au siège-kilomètre offert (ASK) de l'ordre de 0,08 USD, soit équivalent à ceux des compagnies low-cost les plus performantes. Son personnel de cabine est plutôt jeune, généralement tout juste sorti de l'université à l'image des compagnies asiatiques.

Mais Temel Kotil insiste aussi sur le fait que sa compagnie a bénéficié de ses accords inter-lignes et de son introduction dans Star Alliance : « Si vous ne tendez pas la main aux autres et en particulier à ceux qui vous la tendent, vous resterez toujours une compagnie locale en Turquie. En entrant dans Star, ils nous ont dit ce qu'il fallait faire et nous avons fait mieux ! », sourit le patron. A dire vrai, Temel Kotil sourit tout le temps. Il peut se le permettre. **PA**



Olympisch schaatser Kevin Van der Perren test schaatsbaan Independence of the Seas

Op 13 juni deed de Independence of the Seas, een schip uit de Freedom-klasse van rederij Royal Caribbean, voor het eerst de haven van Zeebrugge aan. Met zijn 339 meter lengte en 56 meter breedte was het meteen het grootste cruiseschip dat Zeebrugge ooit mocht ontvangen. Om dat in de verf te zetten werd niet alleen een Plaque- en sleutelceremonie in aanwezigheid van **Joachim Coens (Voorzitter en CEO van Port of Zeebrugge)** en **Peter Mathieu (CEO van Cruise Connection)** (foto links) gehouden, maar werd Belgisch schaatskampioen **Kevin Van der Perren** (foto rechts) ook uitgenodigd om een schaatsdemonstratie te brengen op de schaatsbaan van het schip. Deze ijspiste (waar tijdens cruises wervelende schaatsschows voor de passagiers worden gegeven) is samen met de flowrider (surf-installatie) één van de grote attracties op het moderne schip.



Touring: "Hallucinant! 57% denkt nog steeds dat mutualiteit alles dekt"

Een omvangrijk onderzoek van reisbijstand Touring toont aan dat de Belgische vakantiegangers het belang van een efficiënte bescherming schromelijk onderschatten. Zo denkt nog steeds bijna 60% dat een lidmaatschap bij de mutualiteit alles dekt en 73% zegt dat een reparatie vanuit Spanje niet meer dan 6.000 euro kost terwijl dat in werkelijkheid om minstens 10.000 euro gaat. Daarvoor werden 1.300 Belgen bevraagd naar hun vakantiegewoontes. "De onwetendheid en de nonchalance waarmee men op vakantie vertrekt is ontzuchtend", zegt Touring. Uit de enquête kwamen nog andere (algemene) vaststellingen: Zo slaat de crisis blijkbaar ook toe in de vakantieplannen van de Belg. Zo zegt 30% dit jaar niet op zomervakantie te vertrekken. Daarvan zegt liefst de helft dat dit is om budgettaire redenen.

Australië en Nieuw-Zeeland uit de doeken gedaan

Reisagenten die naar down under willen, vinden op de websites van Tourism Australia en Tourism New Zealand modules om als 'specialist' erkend te worden. 'Dat is een voorwaarde om überhaupt uitgenodigd te worden', stelden de vertegenwoordigers van beide toeristische diensten. Die waren op uitnodiging van Marc Lambert en Antipodes-Qantas Holidays naar Brussel afgezakt voor een druk bijgewoonde workshop. 'Mensen maken vaak de fout hun programma te vol te proppen. Je kan je beter beperken en nadien terugkeren', luidde de boodschap vanuit Australië. De mogelijkheden om dit continent aan zich te verkennen zijn onbeperkt, en dat geldt trouwens ook voor

Nieuw-Zeeland. 'Een perfecte wandelbestemming, waar ruimte in overvloed is, met een pleiade en diversiteit aan adembenemende landschappen, fauna en flora'. Voor meer informatie kunnen geïnteresseerden verder terecht op www.tourismaustralia.com en www.tourismnzwzealand.com (EB)



14% meer Belgische reizigers naar Thailand in 2012

Het gaat goed met de toeristische sector in Thailand, zeker wat het toerisme vanuit België betreft. In 2012 steeg het aantal Belgische reizigers richting Thailand namelijk maar liefst met 14%. Het succes van de geopende rechtstreekse vluchtlijn Brussel-Bangkok van Thai Airways is hier natuurlijk niet vreemd aan, maar het land heeft nog heel wat potentieel om dat cijfers nog te doen groeien, zo bleek uit een Thailand Get together vorige maand. De klassieke Thailandprogramma's van touroperators in combinatie met nieuwe ontdekkingsprogramma's moeten het "land van de glimlach" nog lang tot één van de klassieke verre bestemmingen doen blijven.

Travelcoop naar Albanië voor congres 2013

Voor haar jaarlijks buitenlands congres trekt Travelcoop dit jaar met haar leden en leveranciers naar een niet zo voor de hand liggende bestemming, namelijk Albanië. Van 4 tot en met 7 oktober zal het samenwerkingsverband van onafhankelijke reiskantoren, naast de traditionele congresvergaderingen en de gebruikelijke interacties tussen leden en leveranciers, via het programma de nodige aandacht besteden aan Tirana en de omliggende regio. Het is een Travelcoop-organisatie met vluchten via Alitalia.

Skyteam: "Niet de grootste, wel de beste"

Skyteam heeft op zijn jaarlijkse networkevenement op het Circuit van Zolder een 70-tal reisagenten en partners ontvangen. Bij die gelegenheid stelde Victor Cruz, de communicatiecoördinator van de luchtvaart-alliantie

'dat wij helemaal niet de ambitie hebben om de grootste alliantie worden, maar wel willen dat onze klanten de beste ervaring hebben'. Gemeenschappelijke lounges, Sky priority en dergelijke moeten daartoe bijdragen. Van een uitgebreid netwerk is alvast het afgelopen jaar grondig werk gemaakt met

de toetreding van enkele nieuwe maatschappijen tot de alliantie: Saudia en Middle Eastern Airlines in het Nabije Oosten, Aerolineas Argentinas ('onze eerste partner in Zuid-Amerika die tussen Buenos Aires en Sydney nonstop vliegt, ideaal voor round the world-formules') en ook Xiamen in China ('de vierde partner in China'). In 2014 zal

Garuda formeel lid worden van Skyteam. Cruz liet overigens weten dat ook Kenya Airways binnenkort start met een niet-alledaagse verbinding: Nairobi-Sao Paulo. (EB)



Marco Van Nieuwkerk



Guy Gijsbrechts



Het Skyteam



Crystal Serenity in Zeebrugge

Het ultra-luxe cruiseschip Crystal Serenity legde vorige maand aan in Zeebrugge. De haven van Brugge gold als eerste stop in een weektraject tussen Dover en Kopenhagen. Deze zomer vertoeft het schip vooral in de Baltische Zee, in de herfstmaanden zal de Crystal Serenity actief zijn in de Middellandse Zee. De terugkeer tussen Noord- en Zuid-Europa verloopt via Ierland (en dus niet via de Noordzee). In december vaart het cruiseschip dan transatlantisch tussen Barcelona en Miami, om daar aan een rondreis in de Caraïben te beginnen.

De Crystal Serenity heeft net een vijfjarenplan achter de rug, waarbij in totaal 65 miljoen dollar gependend werd in de totale makeover van het hele schip. Bedoeling was zowel stijl, comfort als toegankelijkheid verder op te waarderen. Daarvoor werd een beroep gedaan op gerenommeerde interieurdesignfirma's uit de States en de UK. Dat zorgt voor een leuke mix tussen de dynamiek van Broadway en het Europees savoir-vivre. Zowel de gemeenschappelijke ruimtes – van theatterruimtes tot taal-labo's - als de 535 staterooms – het woord cabine is nog amper van toepassing gezien de gevorderde mate van luxe – kregen een grondige beurt. Er is ook een uitdrukkelijke differentiatie, met onder meer Penthouses Suite en Deluxe Staterooms met veranda in het aanbod. Maar ook in de gastronomische voorzieningen aan boord is luxe is duidelijk het kernwoord.

Spijts deze upscale worden de Crystal Serenity en de Crystal Symphony, de twee cruiseschepen van Crystal Cruises (met zetel in Los Angeles), all-inclusive aangeboden. De twee cruiseschepen werden vorig jaar nog wereldwijd door de lezers van Condé Nast Traveller verkozen tot de nummers 1 en 2 in de categorie midships. Footprints vertegenwoordigt de rederij op onze markt. Meer info via chris@footprints.be. (DS)

Travelport: reissector mist inzicht in betalingskosten

Onderzoek van eNett – een joint-venture waarin Travelport participeert – en PhoCusWright toont een kloof tussen perceptie en realiteit aan als het gaat om de werkelijke kosten van betalingen in de reisbranche. Creditcardkosten worden veelal gezien als een probleem, maar een creditcard blijkt gemiddeld 37% goedkoper voor reisbedrijven dan alternatieve betalingsmethoden. De misvatting rond creditcards komt doordat organisaties voornamelijk kijken naar de merchant fee en de toeslagen van luchtvaartmaatschappijen, zonder de kosten van handmatige verwerking, reconciliëren, fraude, het verwerken van terugstortingen, factuurrapportages en commissies van meerdere betalingsplatformen in beschouwing te nemen. De kosten van deze processen kunnen voor reisbureaus oplopen van 300 tot 6.000 dollar per week.

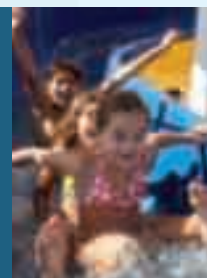
Amadeus Insurance nu op de Belux-markt

Amadeus kondigt de introductie van Amadeus Insurance op de BeLux-markt aan. Het biedt reisagentschappen een snelle, nauwkeurige en rendabele tool om reisverzekeringen te boeken in de vertrouwde Amadeus Selling Platform omgeving. Amadeus Insurance is ook beschikbaar in Web Services voor integratie in de online booking tools van reiskantoren. Met deze nieuwigheid kan de reisagent een reisverzekering boeken met slechts 3 muisklikken en bijgevolg een superieure klantenservice leveren door te zorgen voor gemoedsrust op de weg. Het betekent een snelle en efficiënte verkoop en is leuk meegenomen als extra inkomst zonder extra kost. Allianz Global Assistance, een toonaangevende reisverzekeraar in de BeLux, is de 'launch partner' en biedt een uitgebreid pakket via Amadeus Insurance. Meer info via www.belux.amadeus.com/insurance



Costa Cruises
wordt 65 en geeft
uitzonderlijke
kortingen tot 65%

*Kinderen reizen gratis
tot 18 jaar!*



Griekse eilanden
Costa Magica
8 dagen/7 nachten
Vertrekken uit Venetië
Juli, augustus en
september
vanaf

€ 399 pp

Costa
CRUISES

Aanbiedingen geldig op basis van een dubbele bezetting in cruise only. Forfait voor het verblijf aan boord niet inbegrepen. Niet geldig voor suites, Samsara en Wellness hutten. Kortingen zijn niet retroactief en onderworpen aan Value Price voorwaarden.

Inlichtingen en reservaties: www.costaclick.be of 070.2.3.4.5.6.7

Your Booking Center for Ferries



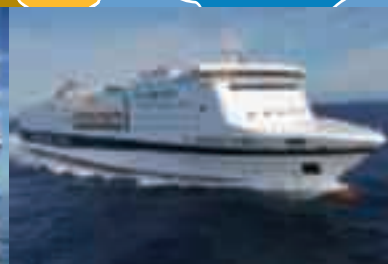
T +32(0)2 549 08 80
resa.benelux@sncm.fr



New
Booking System
for FERRIES

SEAWEB

contact :
hperrotin@sncm.fr



www.sncm.be

Member of



RIU Hotels & Resorts blijft wereldwijd vernieuwen en uitbereiden

Sinds kort ligt de nieuwste RIU winterbrochure in de rekken van de Belgische reisagent. Daarin ondermeer opnieuw een mooi aanbod aan RIU hotels in de Caraïben (35 hotels in het Caraïbisch gebied + Mexico en de Bahamas) en dat komt goed uit aangezien exclusieve TO-partner Jetair/VIP Selection dit najaar weer volop op deze regio inzet. Met rechtstreekse Jetairfly vluchten vanuit Brussel naar Jamaica, Mexico, Cuba en de Dominicaanse Republiek (zelfs aan stuntprizen voor snelle beslissers) ligt de RIU hotelgast in geen tijd met een cocktail aan het zwembad van zijn hotel. Naar Punta Cana wordt de vluchtfrequentie deze winter zelfs nog verder uitgebreid (van 3 tot 4 vluchten per week) zodat de klant zijn verblijfsduur nog flexibeler kan kiezen.

Met 5 verschillende RIU hotels op deze laatste exotische bestemming is het grote aanbod aan directe vluchten vanuit Brussel uiteraard een zegen voor de hotelketen. Elk hotel heeft hier trouwens zijn eigen publiek. De RIU Palace Punta Cana (met Belgische onderdirecteur Niels Alossery) is nog een Palace hotel van de klassieke generatie. De RIU Palace Bavaro, het nieuwste vlaggeschip van RIU op de Dominicaanse Republiek (dat eind 2011 opende en gebouwd werd ter vervanging van de RIU Taino, het allereerste internationale RIU Hotel nota bene) daarentegen trekt dan weer een hip volkje aan door de trendy architectuur en de frisse designkamers. Clubhotel RIU Bambu is door zijn uitgebreid animatieprogramma ideaal voor gezinnen met kinderen en de RIU Naiboa (volledig vernieuwd in 2011 met ondermeer een prachtig zwembad) staat bekend als een budgetvriendelijk dynamisch hotel. En wie echt in alle rust van een vakantie wil genieten, kan terecht in de RIU Palace Macao, het allereerste volledige Adults Only RIU Hotel in het Caraïbisch gebied. Alle deze hotels bieden de All Inclusive Formule, die op de Caraïben trouwens ontstond, aan. In Puerto Plata telt RIU dan ook nog eens twee hotels.

Succesbestemming

"De Dominicaanse Republiek is met die 7 hotels echt een succesbestemming voor RIU" vertelt Peter Hahn (Head of Market Development RIU Hotels & Resorts). "In 2012 telde RIU hier zo'n 2, 2 miljoen verblijven. De Amerikaanse en Canadese toeristen maken hier het grootste deel van onze klanten uit, gevolgd door de Dominicanen zelf (die nemen blijkbaar regelmatig enkele dagen RIU vakantie in eigen land) en daarna de Duitsers, maar ook Belgen houden van deze bestemming. En hoewel ABTO-cijfers spreken van een boekingsdaling bij de Belgische TO's van 24% voor de Dominicaanse Republiek vorige winter, telde RIU toen net zo'n 13% meer Belgische klanten. De omzet voor de Dominicaanse ging zelfs met 25% vooruit. Uiteraard speelt het feit dat de RIU Macao vorige winter gesloten was, daarin ook wel een rol, maar we voelen gewoon dat deze zonzekere bestemming erg in trek is bij het Belgisch publiek" aldus Hahn. Opvallend: meer dan 50% van de Belgische RIU gangers blijkt zijn vakantie meer dan 3 maanden voor vertrek te boeken. Dit wil zeggen dat veel RIU liefhebbers/repeaters zeker willen zijn van hun hotel en niet riskeren te wachten tot de last-minute aanbiedingen. En die RIU liefhebbers willen vooral uitrusten, zo blijkt ook. "80% van de klanten komt echt voornamelijk om

te genieten van zon, zee, (bounty)strand & de faciliteiten van het hotel" aldus Peter Hahn. "En wij verwennen ze dan ook graag op alle nodige vlakken, vooral ook culinair met onze verschillende specialiteitenrestaurants, waarvan elk hotel er minstens vier heeft".

Veelzijdig eiland

Voor wie dat uitrusten aan het idyllische strand van Punta Cana of zwembad toch wil combineren met enkele excursies, kan terecht bij de Belgische Jetair hostess Liesbet die de RIU gasten in Punta Cana verwelkomt en tijdens hun verblijf met raad en daad bijstaat. Wij vonden vooral de "Hispaniola Explorer tour" een aanrader. Tijdens deze dagexcursie krijgt de hotelgast immers het echte leven van de Dominicaanse bevolking (en de ingeweken Haïtianen) te zien en ontdekt hij de veelzijdigheid van het eiland. Het enthousiasme van gids "Mama Gina" (een Belgische met sappig Brugs accent die in een ver verleden nog even op het hoofdkantoor van Jetair werkte) draagt zeker bij tot het succes van deze excursie. Wanneer zij over het land, zijn bevolking en het leven op de Dominicaanse Republiek begint te vertellen, hangt elke toerist gegarandeerd aan haar lippen. En de "vitaminas" (locale rum) die ze te pas en te onpas tijdens de dag uitdeelt, maken de trip alleen nog maar gezelliger.

Voor wie van actie houdt, raden we ook het canopy adventure aan: een parcours van 8 kabels en 13 platforms waarbij je in totaal zo'n 2.100 meter door de lucht zoeft, over het tropisch woud heen. Een geweldige ervaring!

Prikkelen en aantrekken

Niet alleen de Caraïben scoren goed bij RIU Hotels & Resorts. Door constante innovatie en renovatie wereldwijd wil de hotelketen trouwe klanten blijven prikkelen en nieuwe klanten aantrekken. Zo bevat de nieuwste RIU brochure nieuwe hotels in Belek (Turkije), Montego Bay (Jamaica) en Hammamet (Tunesië), kwam er een Adults Only sectie in Clubhotel Ocho Rios bij en word er gerenoveerd in o.m. Torremolinos (RIU Nautilus), Mexico (RIU Yucatan) en Turkije (RIU Kaya Palazzo).

Maar de grootste innovaties, de opening van het eerste RIU Plaza Hotel in Europa (Berlijn, voorzien voor aankomende winter) en één in de Verenigde Staten (New York, voorzien voor 2015) zitten er nog aan te komen. Met deze stadshotels boort RIU immers sinds kort een volledig nieuw publiek aan. Ook de Belgische markt (waarvoor de RIU Tikida Agadir deze zomer het bestverkopende hotel blijkt) kijkt uit naar deze hotels. De Plaza hotels in Panama en Guadalupe tonen alvast dat een hotelketen perfect het leiden van business-hotels en vakantieresorts succesvol kan combineren. Wordt ongetwijfeld succesvol vervolgd ... (BB)



RIU Palace Macao

RIU Hotels & Resorts heeft zijn plaats op de Caraïbisch markt meer dan veroverd. Dat kon Travel Express onlangs zelf ontdekken tijdens een perstrip van de Spaanse hotelketen naar de Dominicaanse Republiek. Goedgevulde hotels & een mooie reputatie (o.m. door constante renovaties en innovaties) bij de bevolking ter plaatse zelf vielen ons meteen op. Maar ook buiten de Caraïben heeft de Spaanse hotelketen de afgelopen tijd duidelijk niet stilgezeten...



Peter Hahn,
Head of Market
Development RIU
Hotels & Resorts



RIU Palace Bavaro





La nouvelle version du «creative packaging» d'EurAm sera lancée le 5 septembre

C'est le 5 septembre que sera officiellement lancée la nouvelle version du programme d'EurAm. Testée depuis plusieurs mois par trois clients en France, trois autres aux Pays-Bas et quatre en Belgique, plus d'une centaine de leurs remarques et suggestions avaient déjà été prises en compte fin juin.

Le Creative Packaging, une notion inventée par EurAm qui en a déposé le nom, était déjà très facile d'utilisation, par rapport en tous cas à la toute première version, baptisée Dino, qui apportait ce nouveau service aux agents de voyage dans l'élaboration de circuits aux Etats-Unis puis, progressivement, au Canada, au Mexique, au Costa Rica, en Argentine et tout récemment à Cuba. Mais l'informatique n'est jamais assez conviviale... La nouvelle version, avec plus d'informations que jamais, est aussi plus que jamais orientée vers les besoins et les attentes des agences de voyage, avec lesquels elle va permettre d'établir un rapport intuitif.

Le dynamic packaging, une technologie du siècle dernier!

On ne parle plus, en tous cas, de « dynamic packaging », « une technologie du siècle dernier », selon Peter Keijers, fondateur et directeur d'EurAm. Le creative packaging est un outil de la troisième génération d'Internet, comme Google, qui propose déjà des suggestions en fonction de ce qu'il sait de l'internaute qui consulte son moteur de recherche. Mais l'agent de voyage a besoin d'éléments objectifs. « Aujourd'hui, explique Peter Keijers, nous allons plus loin que le dynamic packaging, notamment grâce à l'exploitation d'une masse d'informations et de spécificités, qui permet de fournir en un instant les meilleures suggestions pour le client final ».

Une navigation repensée

En fait, c'est nouvelle version n'a plus rien à voir avec les précédentes : EurAm a complètement réécrit le programme et repensé la navigation. Pour autant, l'utilisateur de la version actuelle ne devrait pas s'y sentir pas.



Peter Keijers
fondateur
et directeur
d'EurAm

Encore plus intuitive, la nouvelle version a été développée progressivement par étapes, en fonction d'objectifs bien établis. Elle comprend de nombreuses fonctionnalités inédites, dont la possibilité d'afficher simultanément des images et des vidéos des hôtels, ou des cartes de la ville, sur

un deuxième écran — celui d'une tablette, par exemple, une fonctionnalité bien utile lorsque le client est assis en face de l'agent de voyage. EurAm a notamment « repensé » la présentation d'une ville d'un point de vue touristique plutôt que géographique, en plongeant directement l'utilisateur dans l'environnement.

Tous les pays désormais couverts par EurAm, Etats-Unis, Canada, Mexique, Costa Rica, Argentine, Cuba,... bénéficieront bien sûr aussi des derniers développements du Creative Packaging, qui permettront aussi d'adapter le produit au fur et à mesure de l'expérience qu'en auront ses utilisateurs agents de voyage.

A Las Vegas, il n'y a pas que les casinos!

EurAm, qui n'est pas un tour-opérateur, a toujours constitué un formidable outil de travail pour les agences soucieuses de proposer à leurs clients des voyages outre-Atlantique à la carte. Mais aucun tour-opérateur généraliste n'a une telle connaissance des destinations, aucun ne propose un tel choix d'hôtels et d'activités. Ainsi, New York n'est pas la première destination demandée par les clients d'EurAm, mais il y a pourtant le choix entre... 150 hôtels ! Autre exemple : Las Vegas. Tout le monde croit qu'on y va pour les casinos, et qu'il faut absolument être sur le Strip. Mais « les casinos ne sont plus le seul atout de Las Vegas », observe Peter Keijers — les responsables du tourisme du Nevada l'ont d'ailleurs bien compris. Ainsi, en Europe, les « resorts » se vendent mieux, et EurAm dispose d'une base de données de tous les hôtels situés aux alentours.

« Par rapport aux généralistes, notre différence, explique encore Peter Keijers, c'est que le chiffre d'affaires n'est pas notre seule ambition ». Et d'ajouter : « Avec cette nouvelle version, les tour-opérateurs vont cesser d'être indispensables ! ».

Un outil fiable et rentable

Depuis le début de ses activités sur le marché, EurAm — autant présent aujourd'hui en France et aux Pays-Bas qu'en Belgique — a eu le souci de mettre à la disposition des professionnels un outil fiable et qui leur permet de gagner de l'argent. Les prix affichés dans le système, dont l'utilisation est gratuite, sont des prix nets pour l'agence de voyage, à elle d'appliquer la marge qu'elle souhaite.

EurAm a désormais doublé sa force de vente, compte aujourd'hui 17 collaborateurs rien qu'en Belgique et s'appête à ouvrir une filiale en Pologne en août prochain. Parmi ces nouveaux collaborateurs, Olivier Dewit, qui a travaillé successivement pour Uniclam et Arthema, et qui a récemment rejoint EurAm en tant que Business Development Manager. « Grâce à la nouvelle version du programme d'EurAm, s'enthousiasme-t-il, l'agent de voyage qui connaîtrait mal la destination dispose maintenant de tous les outils nécessaires ».

Claude Boumal

Veilig en verzekerd op zakenreis

Met conferenties en networking meetings wil BATM, de Belgian Association of Corporate Travel Management, haar leden up-to-date houden over de meest recente ontwikkelingen binnen de sector. Het vorige BATM-forum vond plaats in het Ramada Brussels Hotel en de herziening van de rechten van luchtvaartpassagiers en de zorg voor het welzijn en de veiligheid van werknemers op zakenreis kwamen er uitgebreid aan bod.

‘Een netwerk creëren van travel professionals en ideeën uitwisselen met elkaar zijn de belangrijkste focuspunten van BATM’, benadrukt de nieuwe voorzitter Geert Behets in zijn welkomstwoord. ‘Door ervaringen te delen, kunnen we van elkaar leren. Of je reisbeleid nu al heel sterk is ontwikkeld, of nog veeleer bescheiden is, iedereen kan frisse ideeën aanbrengen en net die uitwisseling is interessant.’

Die gemoedelijke, veeleer informele aanpak blijkt ook in het verdere verloop van het forum. Vooraleer de grote specialisten over de hoofdthema's aan het woord te laten, vertelt een lid van de vereniging over zijn ervaringen en jobinhoud als travel manager. Tijdens dit forum staat Marc Busscher, travel manager bij Alcatel Lucent, in de spotlights.

‘Aanvankelijk was ik alleen maar met travel management bezig’, stelt Busscher. ‘Maar wegens taakverdelingen zijn daar de voorbije jaren nog enkele andere verantwoordelijkheden bijgekomen, zoals het carlease management voor België en Nederland.’ Net zoals in vele andere bedrijven het geval is, probeert Busscher bij Alcatel Lucent het reisbeleid te realiseren binnen een context van ‘savings, savings, savings’. Wat Alcatel Lucent betreft, is het reisbudget de voorbije jaren van 8 miljoen euro naar minder dan 3 miljoen euro gezakt. Maar zijn motivatie is er daarom niet minder om: ‘Het klinkt misschien vanzelfsprekend, maar ik wil er alles aan blijven doen om binnen de beperkingen onze medewerkers veilig en in de meest comfortabele omstandigheden te laten reizen.’

Wie kent zijn rechten als passagier?

Een van de twee hoofdthema's tijdens dit BATM-forum is het plan van de Europese Commissie om in de nabije toekomst de rechten van de luchtvaartpassagiers te herzien. Het betreft een herziening van de EU-verordening 261/2004 inzake passagiersrechten, die al sinds 2005 van kracht is. Frank Laurent, beleidsmedewerker bij het Directoraat-generaal Mobiliteit en vervoer van de Europese Commissie, licht de toekomstige herziening toe: ‘Binnen Europa bestaan er passagiersrechten voor alle mogelijke manieren van transport. De meest recente verordening die van kracht werd, is die betreffende de rechten van autobus- en touringcarreizigers. Sinds vorig jaar is er een verordening voor passagiers van maritiem transport en al enkele jaren bestaat er een voor treinreizigers.’

De Europese verordening inzake luchtvaartpassagiers dateert uit 2005 en is daarmee de oudste. In de loop van de voorbije jaren is de toepassing ervan gestaag verbeterd. ‘Toch is een herziening nodig’, zegt Laurent. ‘Een van de problemen bij de huidige situatie is de effectieve



Moderator
Corrado
Simontacchi



BATM Frank Laurent Europese Commissie
Moderator Phindile Dube en Athar Husaim-Khan
Association of European Airlines

toepassing van de rechten. Die problemen binnen het huidige kader worden volgens Laurent onder andere veroorzaakt door een grijze zone in de wetgeving: ‘De omstandigheden, waarbij passagiers recht hebben op compensatie of een vergoeding, zijn niet heel duidelijk. De in de verordening omschreven omstandigheden geven een hint, maar er zijn verschillende interpretaties mogelijk. Voor de passagier is het ook niet altijd duidelijk wie verantwoordelijk is en bij wie hij of zij moet gaan aankloppen voor compensatie. Bovendien bestaan er nogal wat verschillen tussen de verschillende landen op vlak van sanctiebeleid, waardoor luchtvaartmaatschappijen ook niet eenvormig reageren.’

Nog een minpunt van de huidige situatie zijn de financiële kosten, die voor de luchtvaartmaatschappijen soms heel hoog kunnen oplopen.

Bij deze herziening van de rechten van luchtvaartpassagiers is het de bedoeling om heel concreet rekening te houden met de actuele problemen. De grijze zones zullen worden verduidelijkt door heel nauwkeurige tijdsindicaties te geven m.b.t. wachttijden, vertragingen op de tarmac of de herroutering. In het voorstel is omschreven dat in de luchthaven zelf klachten kunnen worden ingediend. De passagier zal ook beter beschermd bij insolventie van de luchtvaartmaatschappij. Anderzijds worden ook de maatschappijen beschermd door een beperking van de bijstand in tijd (een gevolg van de aswolkcrisis). ‘We hebben een evenwichtige herziening opgesteld’, beweert Laurent. ‘We hebben rekening gehouden met opmerkingen uit de luchtvaartsector en bij passagiers. Nu is het uiteraard nog wachten op toepassing. Er wacht ons alvast nog een stevig debat in het Europese parlement. Bovendien zal de goedkeuring naar alle waarschijnlijkheid vertraagd worden door de Europese verkiezingen in 2014.’

Athar Husaim-Khan, secretaris-generaal van de

Association of European Airlines, weet zich te vinden in heel wat elementen van de geplande herziening. Toch blijft hij ook waakzaam.

Risky business

Vertraging tijdens een vliegtuigreis kan heel wat businessafspraken de mist in doen gaan, maar het kan nog veel erger. Maarten Van Ingelgem van het advocatenbureau Altius somt enkele nieuwsfeiten en krantenkoppen op: Belgisch zakenman vermoord in Mexico, kidnapping in Peru, bomaanslag in Boston, enzovoort. Uiteraard zijn dit extreme voorbeelden van wat kan mislopen, maar het brengt ons wel

bij de vraag in welke mate de werkgever verantwoordelijk is voor het welzijn en de veiligheid van een expat of een werknemer op zakenreis. ‘De wetgeving

hieromtrent is bijzonder vaag’, zegt advocaat Van Ingelgem, die vooral het belang van risicomanagement benadrukt. Het dynamic risk management system is daarvoor een interessante tool met een twintigtal richtlijnen. Cruciaal daarbij is preventie. Toegepast op zakenreizen zou bijvoorbeeld voor elk land een checklist van mogelijke risico's kunnen worden opgesteld, gaande van o.a. culturele gebruiken (b.v. houding ten aanzien van vrouwen in de Arabische landen), veel voorkomende ziektes (gekoppeld aan eventueel verplichte vaccinaties voor vertrek) tot en met de politieke situatie.

Uiteraard is het belangrijke dat het risicomanagement en de duty of care ten aanzien van personeel op zakenreis ook daadwerkelijk wordt toegepast. ‘Maar in tijden van besparingen wordt daar vaak te weinig aandacht aan besteed’, betreurt Anna Smets, business development manager bij AXA Assistance. ‘Nochtans is er wel degelijk nood aan, want inzake business travel hebben heel wat factoren een effect op het almaar uitgebreidere domein van de duty of care: politieke spanningen en terrorisme, een werknemer met medisch probleem, de onervarenheid van de werknemer op reis, enzovoort. AXA specialiseert zich in de uitwerking van marktoplossingen. Soms beperkt zich dat tot het verstrekken van informatie over de politieke toestand ter plekke, maar in sommige gevallen wordt gezorgd voor geolocation aan de hand van satellieten.’

‘Al te vaak wordt er gereageerd als het te laat is’, beweert Jean Kramarz, head of B.U. Health bij AXA. ‘Telkens er in een bepaald land iets gebeurt, worden we bedolven door oproepen. Tijdens de ramp van Fukushima in Japan wilden plots duizenden expats en zakenreizigers het land uit. Maar op zo een moment gaan we vanzelfsprekend eerst onze klanten uit de nood helpen.’ Gelukkig verlopen de meeste zakenreizen wel vlot, al is echt wel belangrijk om op voorhand een plan te hebben uitgewerkt voor als er wat zou mislopen in het buitenland.

Kris Clerckx

Tip

Download de app inzake reizigersrechten:
<http://ec.europa.eu/transport/passenger-rights/nl/mobile.html>

Arthema wil toeristen weer verleiden tot Egypte



Toeristen laten Egypte nog steeds links liggen. Dat blijkt niet alleen uit de meest recent vrijgegeven ABTO-cijfers, maar dat konden wij als vakblad ook zelf ter plaatse concluderen na een achtdaagse perstrip op uitnodiging van touroperator Arthema. Lege winkels, sites zonder bezoekers en verkopers die reageren alsof ze nooit eerder een toerist hebben gezien. Nochtans heeft het land van de farao - met een schitterend klimaat, een heerlijke keuken en cultuur om U tegen te zeggen - nog steeds alles om een fantastische vakantiebestemming te zijn. Arthema doet er alvast alles aan om de klant hiervan opnieuw te overtuigen...



Egypte, kwam het afgelopen laatste jaar meestal niet al te positief in het nieuws. Het was dan ook met grote nieuwsgierigheid dat we eind mei op uitnodiging van touroperator Arthema met enkele journalisten richting Caïro vlogen. Missie: een achtdaagse op de Nijl, van Luxor naar Aswan, aan boord van "Dahabiya Hadeel". Een cruise op de Nijl is en blijft sowieso de beste manier om Egypte te ontdekken, dat is na onze reis ook bevestigd. Toeristen kiezen voor een klassieke Nijlcruise, of gaan voor iets anders, dat tikkeltje méér en dan is een trip aan boord van de Dahabiya Hadeel - geloof ons - een echte aanrader. Het schip is geïnspireerd op de ambachtelijke houten zeilschepen die in de jaren '20 werden gebruikt om de Nijl af te varen. De Hadeel kan (exclusief bemanning) 16 personen vervoeren. In vergelijking met de mastodonten die je gewoonlijk ziet op de Nijl, is De Hadeel een klein exemplaar. Kleiner van formaat maar helemaal niet in beleving want nét door zijn formaat, kan de Hadeel aanmeren op plekje waar een grote boot nooit kan komen. Om enkele voorbeelden te geven: tijdens de afvaart naar Kom Ombo stopten we 's middags voor een lunch. De kapitein en zijn bemanning legden het loopbrugje aan wal en de chefs verplaatsten zich richting palmbomen. We werden uitgenodigd om plaats te nemen op kleine poefjes en genoten van een heerlijk koud buffet. Enkele dagen later meerden we dan weer aan op een plekje om te barbecueën. De hele rondreis zijn we culinair verwend, met Europese en typische Egyptische gerechten. Lekker en gevarieerd. Wel belangrijk om weten, is dat men op de Hadeel geen alcohol mag verkopen. Maar daarvoor bestaat een eenvoudige oplossing: reizigers brengen hun eigen drank mee, het zaalpersoneel zorgt voor glazen en ijsmixers.... én bedient met de glimlach!

Must-sees

Waardoor blijft Egypte nu eigenlijk zo'n fantastische vakantiebestemming? Door zijn klimaat en lekkere keuken natuurlijk, maar zeker ook door de authenticiteit, geschiedenis en cultuur. De verschillende steden langs de Nijl vormen één groot openluchtmuseum. Ongelofelijk wat je er allemaal te zien krijgt. Tijdens de achtdaagse Arthema cruise met de Hadeel, bezochten wij verschillende sites: de Vallei der Koningen, de tempels van Hatchepsoet, de Kolossen van Memnon, de wondermooie tempels van Kom Ombo, Edfoe en Philae en nog veel andere adembemende bezienswaardigheden. Tijdens elk bezoek, zorgde de gids voor een aangename uitleg. Spijtig genoeg stelden we vast dat er

maar weinig andere bezoekers vertoefden. Dat zorgt logischerwijze voor een zwerm verkopers die de weinige potentiële kopers steeds aanklachten. Als je ze geen aandacht geeft, lukt het. Bekijk je hun goederen, dan hang je eraan. Het lijkt ons volkomen normaal om af en toe iets te kopen. De prijzen zijn zodanig laag, dat je soms geen nee kunt zeggen. En zo steunen we toch nog een beetje de plaatselijke economie.

Eens terug voet aan wal in Caïro, staan opnieuw heel wat must-see's op het programma: het Egyptische Museum, de piramides van Gizeh: een van de meest klassieke maar ook prachtigste schatten van het Oude Egypte. Wat ons zeker ook heeft kunnen bekoren in Caïro, was een tripje doorheen Khan El-Khalili, de grootste soek (Arabische markt) ter wereld. De Egyptenaren verkopen er souvenirs, waterpijpen, juwelen in goud en zilver aan toeristen en kledij, speelgoed, specerijen aan landgenoten. Het is een heuse beleving om door de smalle straatjes te kronkelen en te proeven van het echte Egypte. De geur van thee en het zicht op schoenpoetsers en beeldhouwers verklappen hoe de mensen er vandaag werkelijk leven. Last but not least bezochten we ook het Tahrirplein, waar de betogingen zwaar uit de hand liepen. De revolutie is er nog steeds zichtbaar in het straatbeeld, maar zelf voel je er als toerist gelukkig niets meer van.

De harde realiteit

Zoveel moois en toch: 'Egypte is niet meer hetgeen het is geweest'. Althans, dat denken de toeristen, als we de meest recente cijfers bekijken. Door de vele gebeurtenissen in Caïro, die uiteindelijk op 11 februari 2011 voor een revolutie hebben gezorgd, en door het aantreden van President Morsi heeft het Egypte van vandaag geen al te beste reputatie. En dat heeft een grote weerslag op het toerisme: het kampt met een zware daling inzake toeristen. "Enige positieve punt dat we kunnen meegeven, is dat de Benelux Egypte in mindere mate heeft laten vallen dan andere landen" aldus Benoît Hodeige van Arthema. "Vooral de Belgen bleven in Egypte geloven. In 2010, nog voor de problemen, reisden maar liefst 200.000 Belgische toeristen naar



Egypte. In 2012, na de revolutie, waren het nog er nog 155.000. Dat is niet slecht, maar de Belgen, Nederlanders en Luxemburgers zijn wél de eersten die na de Arabische Lente de weg naar Egypte terug hebben gevonden. Anderen bleven en blijven weg. Een ramp, als je weet dat men er leeft van de toeristen. Uitzondering op de regel is het gebied rond de Rode Zee. Hurghada en Sharm-el-Sheikh blijven het goed doen. Het zijn vooral steden als Luxor, Aswan en omgeving die achterop hinken". Volkomen onterecht. Het is er veilig, en wij kunnen het weten!

Caïro geeft verkeerd beeld

De overheid zal maatregelen moeten nemen, als het wil dat de regio erboven op komt. Als het van de gouverneur van Luxor - Ezzat Saad - afhangt, wordt Caïro komend seizoen zoveel mogelijk vermeden. Dat vertelde hij tijdens een lunch aan boord van de Hadeel. "Wij betalen een hele hoge prijs voor hetgeen is gebeurd in Caïro", aldus de gouverneur. "De betogingen en onrust waren wereldnieuws en bezorgden de toeristen van Europa en de rest van de wereld een gevoel van onveiligheid. Geheel Egypte, uitgezonderd de regio rond de Rode Zee, kreeg en krijgt nog steeds klappen op vlak van toerisme. Maar dat is volkomen onterecht. Mensen denken dat het ook onrustig was elders, maar het is enkel in Caïro dat het een tijd lang niet goed ging. In Luxor is het trouwens nooit onrustig geweest."

We zijn positief onder de indruk van de schoonheid van het land, maar onze trip heeft toch ook een wrange nasmaak. Vooral omdat we hebben gezien hoe slecht het gaat ten opzichte van enkele jaren geleden. Weinig tot geen toeristen, dat is bijna ondenkbaar in een streek met zoveel potentieel. Maar net daarom zijn we er ook van overtuigd dat het weer goed komt. Het wordt een werk van lange adem, maar het moet, kan en het zal goedkomen met het land van de farao. Aantrekkelijke reisaanbiedingen zoals die van Arthema, waarmee de klanten het land echt "beleven" zijn daarvoor uitermate geschikt. Nu de klant daarvan nog overtuigen.

Vraag aan reisagent om Egypte extra te promoten

De trip richting Egypte werd georganiseerd door nichetouropoperator Arthema. Deze TO, die na de overname door Desti Travel (nu exact een jaar geleden) nog steeds uitsluitend via de reisagent werkt, is gespecialiseerd in culturele rondreizen in het Midden-Oosten, met bestemmingen Egypte, Marokko, Jordanië, Oman, Turkije, en de Verenigde Arabische Emiraten. "Voor Egypte zijn we gespecialiseerd in Nijlcruises, eventueel verlengd met strandverblijf", benadrukt sales

and marketing manager **Benoit Hodeige (foto)**. "We werken zowel voor de Franse (85%) als Nederlandstalige (15%) markt. Zo'n 90 procent van de klanten vertrekt in de winter (15 sept tot eind mei) naar Egypte, slechts 10 procent in de zomer (juni- aug). Vanaf twee personen is een gids in de moedertaal van de klant gegarandeerd." Volgens Benoit Hodeige is de Hadeel het perfecte middel om Egypte weer in de etalage te zetten. "Het is een schitterende manier om Egypte te verkennen. Al promoot ik ook graag de andere boten waar wij het grootste vertrouwen inzake kwaliteit in hebben. Maar, varen met De Hadeel biedt gewoonweg een totaal andere beleving. Het is veel intiemer, je staat in nauw contact met de bemanning. Het is onder meer ideaal voor families." Ook Benoit is vastberaden dat het weer goed komt met het toerisme in Egypte. "Het kan toch moeilijk anders? Wij doen prospectie en zien met onze eigen ogen dat reizen naar Egypte niet gevaarlijk is. We vragen ook dat het land zelf, de dienst toerisme en de Belgische reisagenten een extra inspanning doen om Egypte als vakantiebestemming te promoten. Het is té mooi om zomaar links te laten liggen."

Tekst & foto's: Nikita Vindevogel



Vakantie
zonder
omwegen

Alicante, Mallorca, Tenerife, Malaga, Gran Canaria, Kreta,
Kos, Rhodos, Izmir, Antalya, Bodrum, Enfidha (Monastir)
en Djerba → nieuwe bestemming!

Je deur uit, en weg ben je. **Zonder filestress. Zonder pijnlijk duur parkeerticket. Zonder ellenlange wachtrijen** aan check-in en security. **Zonder zoektocht naar de juiste gate.** Vanuit Ostend Airport vertrek je in geen tijd naar dertien zonnige bestemmingen. Met een ontspannende strandwandeling of een terrasje op de zeedijk als enige omweg. Kwestie van helemaal in vakantiestemming op je vliegtuig te stappen.



Begin juni verkende Travel Express in het zog van enkele Nederlandse en Belgische to's de regio rond de Noord-Poolse havenstad Gdansk. Een heel leerrijke ervaring, vonden alle deelnemers na afloop.

Touroperators verkennen Gdansk en omstreken

Het gezelschap was bepaald heterogeen: de touroperators Eurocult-Lito, Polenreizen, Natuurlijk Reizen en incentivebureau Citruzz zorgden voor de Nederlandse inbreng. Langs Vlaamse zijde waren travelconsultant Chris Beeck, Universitas Reizen en VTB-Jetair Specialists present.

Opvallend: weinig deelnemers kenden Gdansk en de Tricity, 'vandaar dat ik vooral kom om te leren', vertolkte Francine Godderis (Universitas) een veelgehoorde mening. Ook Edouard Hulst van Eurocult-Lito vindt zulke trips nuttig: 'Het laat toe om je terreinkennis te vergroten'. Net om die reden werd het programma ter plaatse uitgebreid met een bezoek aan het imposante bakstenen kasteel van Malborg, zetel van de Teutoonse Orde die in de vroege middeleeuwen de plek zwaaide in Gdansk.

Hoogst interessant, vonden alle deelnemers. 'Julie mogen beslist fier zijn dat jullie dergelijk stukje wereld-erfgoed bezitten', stelde Chris Beeck zonder schroom. Ook Francine Godderis vond deze extra uitstap een nuttige aanvulling: 'Wij krijgen geregeld vragen voor Malborg, vandaar dat het goed is dat je dit met eigen ogen gezien hebt. Sowieso merken wij dat er een groeiende interesse is bij schoolreizen voor Polen. Toegegeven, het hangt vaak af van de leraar die zulke reizen organiseert. Italië blijft als bestemming de onbetwiste nummer 1, maar Polen wint aan belangstelling, dus is zo'n bezoek wel leerrijk'.

Het begrip leerrijk geldt beslist ook voor de voormalige hanzestad Gdansk zelf: de deelnemers waren allen erg gecharmeerd door aangename sfeer en talrijke bezienswaardigheden, niet enkel vanwege de vele historische links met de Lage Landen, maar evenzeer omdat deze stad voor een stuk de bakermat is geweest van de democratiseringsbeweging die eind jaren 80 Oost-Europa heeft overspoeld.

De deelnemers aan de studiereis kregen nog heel wat meer te zien: een boottocht bracht hen van Gdansk naar Hel, een (kuur)stadje op een smalle landstrook die de baai van Gdansk afsluit van de zee. 'Dit is echt wel een plek waar ik na een bezoek aan Gdansk een paar dagen zou kunnen relaxen', merkte Raphael ten Horn van Citruzz Incentives in Sittard op. Ook over het gloednieuwe voetbalstadion (van buitenaf oogt het

als een arena in amberkleuren, het typische gesteente van de Baltische kust) was ten Horn zeer te spreken: 'Ik heb een aanvraag lopen van een klant die daar een bijeenkomst wil organiseren. Het is een prachtig stadion. Je kan er zelfs over de grasmat zweven. Schitterend!'

Nog meer sportieve activiteit biedt de landelijke Kaszubyregio, ten zuidwesten van Gdansk. 'De meren in combinatie met fietsen en kajakken was best wel vermoeiend, maar het is wel leuk om weten dat je hier meer actieve formules kan aanbieden. Dat was voor mij ook het belangrijkste: wij organiseren traditioneel heel veel reizen naar Krakow, maar het is de bedoeling dat we ook Gdansk in de toekomst gaan aanbieden', liet Michaël Ros van Polenreizen.nl noteren. In dezelfde zin liet ook Anne Van den Boogaert van Natuurlijk Reizen zich uit: 'We hebben de voorbije dagen veel gezien, en ik ben onder de indruk. Dit was een heel mooie trip voor het soort reizen dat we met Natuurlijk Reizen (kleinschalig, bij de boer ed.) organiseren'.

Interessant en leerrijk, zijn ook de impressies van Sofie Vanderstichele, sinds kort werkzaam op de Euro-padesk van Jetair Specialists-VTB. 'Het is altijd nuttig om met je producten op het terrein kennis te maken. Wij hebben al een rondreis in Polen in het aanbod, en op basis van de info kunnen we die misschien verder verfijnen'.

Ook ouderdomsdeken Chris Beeck reisde mee om een groepsreis naar Polen te finetunen. 'Sinds ik mijn zaak heb overgelaten aan het Jetaircenter in Haacht doe ik nog wat kleine opdrachten, onder andere het begeleiden van een groepsreis met ex-klanten van mij. Dit jaar zijn we naar Kroatië geweest, volgend jaar willen we naar Polen trekken. In die zin was deze studietrip perfect om wat extra hotels te bezoeken'. Onder meer de Radisson Blu in hartje Gdansk, hotel Gdansk (onze uitvalsbasis én tevens de plek waar de Spaanse voetbalploeg heeft verbleven tijdens Euro 2012) of de Sofitel in de badplaats Sopot, aan de langste houten pier van Europa, konden rekenen op zijn bijzondere interesse.

Erik Brusten



Vlaamse week in Gdansk

'We hebben binnenkort een persreis rond de Vlaamse connecties (mennonieten) die zich hier eertijds hebben gevestigd. Jammer dat u dan niet kon komen', meent Agata Grzegowska van de toeristische dienst Pommeren. De regio, net zoals de hanzestad Gdansk zelf, herbergt inderdaad diverse connecties met Vlaanderen en de Lage landen. Uw verslaggever heeft daarvan reeds enkele jaren geleden melding gemaakt in dit blad (zie Travel Express 258, februari 2009). Intussen is bekend geworden dat in de loop van 2014 een Vlaamse week zal worden georganiseerd in wat 'een van de best bewaarde geheimen van Europa' mag worden genoemd.

Caribou Travel: une spécialité porteuse

Dans une commune favorisée du sud de Bruxelles, Patrick Elias surfe depuis de nombreuses années sur la vague canadienne. Cet agent de voyage charismatique distille, à travers son TO de niche, ses produits dont il assure avec une belle réussite la vente en direct.

Voilà une personnalité ayant déjà eu plusieurs vies et qui aurait pu ne jamais atterrir dans le secteur du voyage. Doté d'une licence en sciences politiques, les hasards de la vie et les relations l'ont mené sur diverses voies. Patrick Elias: « Après l'unif, j'avais certes un beau diplôme, mais j'étais surtout en quête d'opportunités. L'occasion s'est présentée de tenir une petite imprimerie, ce que j'ai fait pendant une dizaine d'année. Mais avec la révolution numérique, tout a périclité ! » Son père gérait alors depuis quelques années une agence spécialisée sur le Canada et lui avait déjà demandé de le rejoindre à maintes reprises. Nous sommes en 1998 et Patrick franchit le pas, en prenant sur lui de dynamiser l'affaire familiale. « A l'époque, j'étais mordu par l'informatique et d'emblée, j'ai cru dans l'avenir d'internet. Dès le début, mon but a été de tout informatiser et de construire moi-même un site, qui ne semble toujours pas formaté par un professionnel. C'est sans doute ce côté artisan du voyage, dans le bon sens du terme, qui m'apporte encore de nombreux clients. »

Un précurseur

Précurseur ou non dans l'évolution des processus de vente, Patrick a toujours évité de vendre par l'intermédiaire des agents de voyages, préférant la vente directe en recevant les clients personnellement dans ses bureaux. Pas la moindre vitrine donc, du moins physiquement, car son site internet fait office de vitrine. Le reste de la clientèle lui vient du bouche-à-oreille de clients satisfaits. La tâche est d'autant plus ardue, à priori, que la majorité des clients, de son aveu même, ne réalisent qu'une seule fois le voyage tant désiré au Canada. Il faut donc sans cesse gagner de nouvelles âmes. « Lorsque j'ai lancé le site, le pari était total. La question était simple. Qu'est-ce que cela va donner ? Depuis une véritable osmose s'est opérée avec la clientèle qui a naturellement

augmenté. Le plus amusant, c'est qu'au-delà du côté virtuel du site, je rencontre 9 clients sur 10, tous de Bruxelles ou du Brabant wallon. Mêmes quartiers de prédilection, même âge que la plupart de mes clients, au total, je suis vraiment gâté, car le courant passe généralement très bien. Au cours d'une année, j'ai en tout et pour tout 1 client embêtant, ce qui n'est rien. Il est vrai que la destination induit un type de clientèle respectueux et visant la qualité. Ma force est de limiter les intermédiaires et de me concentrer sur une destination dont l'image est très forte. »

Une exigence accrue

Tout n'est pas simple pour autant. Car dans ces conditions de vente, il faut assumer davantage de responsabilités. En recevant chaque client individuellement, à raison d'1 heure d'explications fouillées, cartes et documentations à l'appui, l'investissement personnel est conséquent. « Vous ne pouvez trahir des clients avec lesquels vous établissez une certaine proximité. L'avantage, c'est qu'à la base, je ne suis pas un aventurier et je n'ai pas particulièrement le sens de l'orientation. Du coup, je me mets facilement à place des clients et je déploie des trésors d'information pour éviter toute incertitude, avant même d'embarquer dans l'avion. Je les prends au sens littéral par la main. » Et les perspectives semblent bonnes d'année en année puisque de nouveaux micro-marchés se créent. « Mes programmes destinés aux familles ont un franc succès, car les enfants même grands ne résistent pas à vouloir accompagner leurs parents une dernière fois dans un grand voyage. Le pain béni aussi, ce sont les séjours linguistiques qui se multiplient avec les parents qui veulent parfois précipitamment rejoindre leurs ouailles pour s'assurer que tout se passe bien. »

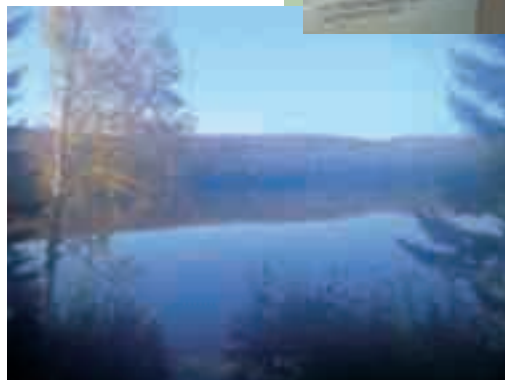
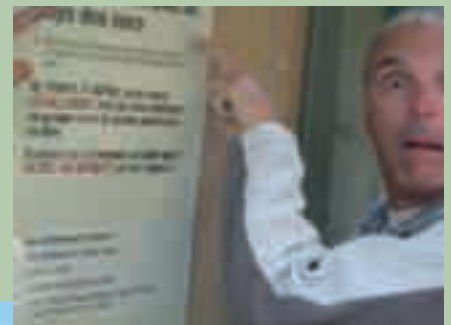
Vers d'autres horizons

Malgré la valeur intrinsèque de la destination Canada, le besoin de varier s'est fait sentir au point d'élargir l'offre aux USA et de tenter même pendant un temps d'exister comme un spécialiste des sports d'hiver. « L'ouverture de nos programmes aux Etats-Unis s'est faite naturellement, il y a 9 ans. L'image est moins idyllique que pour le Canada quoique très attractive aussi. Depuis l'élection d'Obama, nous avons



senti un renouveau d'intérêt. Il est à noter que peu de demandes visent à combiner les 2 destinations, sauf sur la côte est au départ de New-York, pour remonter ensuite vers Montréal. » Patrick souligne l'image de perfection attachée au Canada comparable à la Suisse ou à la Norvège. Cette époque gangrenée par une certaine instabilité ne peut que renforcer l'attrait pour ces pays. « L'éventail des possibilités est tout simplement fabuleux. L'amateur de nature avec un grand N se régalerait à l'est, tandis que le Québec est idéal comme première approche en Amérique du nord sans être trop dépaycé. » Evidemment, toute médaille a son revers, car en se spécialisant, on fait abstraction du reste du monde. « En me consacrant à l'Amérique du nord, je n'ai quasiment pas la possibilité de découvrir d'autres latitudes. J'aimerais un jour fouler l'une des plus belles plages du monde. Mais j'en serais lassé au bout de 2 jours probablement. » Pas le moindre blues chez notre interlocuteur, car lorsqu'on lui demande ce qu'il pense de son métier, il ne cesse de clamer la chance qu'il a de l'exercer. « Le matin quand je me lève, dit-il, les oiseaux se taisent, car je chante plus fort qu'eux ! »

Fabrice De Brouwer



La citation du mois

« La différence entre un homme et un enfant, c'est qu'un enfant, on peut le laisser tout seul avec la baby-sitter »

(Philémon Salairofisk)

Notre cours de latin

« Plaudite, cives ! »

A placer quand vous avez terminé un (bon) discours ou une présentation. Cela signifie : « Applaudissez, citoyens ! » C'est la formule qu'utilisaient les acteurs romains à la fin d'une pièce pour solliciter les applaudissements du public.

Notre dictionnaire

- La camisole : La drogue rend solitaire.
- Serviette : Cerf vietnamien.
- Un skieur alpin : Un boulanger aussi.
- Groupe sanguin : Les perdants du lotto.
- Maths et dessin : Cours favoris des étudiants.

Ma réflexion du mois

L'A330 est un avion qui se vend bien. Moi, j'ai opté pour l'A3 qui se vend bien aussi. C'est un bon début.

Le rapport de police du mois

Il est à noter que les deux véhicules sont entrés en collision l'un avec l'autre exactement le même jour.

La photo du mois

Vu à l'entrée d'une réserve au Sénégal. Donc, il y aurait des touristes prêts à courir après les animaux ?



Bon début!

En inaugurant notre rubrique latine le mois dernier, il manquait le mot « aisément » à la fin de la phrase. Donc : « ...et les mots pour le dire arrivent ...aisément ! » Pas si aisément que cela, finalement, puisque le mot est resté coincé dans les rotatives !

S'il y a un truc qui m'agace...

...ce sont ceux qui jouent la démagogie en passant leur temps à critiquer en permanence les riches (je ne suis pas riche). Regardez cette histoire de supplément pour emprunter des « fast lanes » chez Walibi. Bon, d'abord, ce n'est pas une nouveauté. Et puis, on trouve ça partout et dans tous les secteurs : Business class et Economy, balcon ou parterre au théâtre, Quick Jumbo au lieu de simple tranche et j'en passe, tellement les exemples sont nombreux. Et l'autre ministre, là, il y va de son chagrin : « Que vont penser les petits enfants quand ils verront que ceux qui ont de riches parents peuvent les doubler ? » Ben que c'est la vie de tous les jours et que le mieux est de travailler pour devenir riche, plutôt que vouloir profiter du chômage dès 18 ans (j'en connais !). Ou alors, faire comme cet adolescent à Disneyland qui se proposait d'accompagner des grabataires en chaises roulantes pour passer devant tout le monde.

Concept de société

Ce qui précède me rappelle cette formule de 1968 : « Les gens de droite veulent que tous les pauvres deviennent riches et les communistes veulent que tous les riches deviennent pauvres. » Rien ne change.

A350

Il est bien beau le nouvel A350 d'Airbus. Et pour décrire la production de la Belgique sur ce bel oiseau, la RTBF a eu cette comparaison audacieuse lors du premier vol le 14 juin : « Les becs de bord d'attaque sont les pare-chocs des ailes. » Sûr ça ! Allez emboutir un autre avion pare-choc contre pare-choc. Vous verrez le résultat !

L'humour de Neckermann

Après avoir fait une tentative avec des voitures de sociétés, si je me souviens bien, Neckermann a envoyé un communiqué début juin pour proposer des « certificats d'incapacité de travail » (et pas « médicaux », comme repris par certains confrères) pour « autoriser » les enfants à partir la semaine avant les congés scolaires, période pendant laquelle les gosses ne font plus rien et où les tarifs sont plus bas. C'était évidemment de l'humour (puisque parfaitement illégal), mais cela pouvait donner de bonnes (?) idées. Ne me dites pas que c'était de l'humour flamand puisque les premiers à se plaindre furent les responsables du VVR. Cela dit, ceux qui étaient les plus furieux étaient les médecins qui délivrent illégalement des

certificats de complaisance (j'en connais aussi !). Parce que pour eux, c'est quand même une sacrée concurrence déloyale !

Celle de Philippart

A la formule de Marc Dans « Le prix du carburant va baisser ; c'est une information-bidon », Bernard Philippart a répondu : « Je ricane ! » En voici une autre : un mauvais danseur est un manche à ballet. Elle nous vient encore de Marc Dans à qui nous consacrerons une nouvelle rubrique dès la rentrée. « Dans avec les mots » me paraît un bon titre, sauf si vous trouvez mieux !

Pas qu'Alitalia!

On a beaucoup parlé des employés d'Alitalia qui se servaient dans les bagages directement dans les soutes des avions de la compagnie, mais cela arrive un peu partout et pas que dans des pays exotiques comme on pourrait le croire. Ainsi, quinze employés de LSG Sky Chefs récupéraient à la fin des vols American Airlines à JFK les mini-bouteilles restantes pour les vendre dans les magasins d'alcool locaux. On a estimé le butin à 750.000 USD pour quelque 100.000 miniatures. Ils ont été pincés de même que trois agents de sécurité. Lors d'une perquisition chez le chef de la bande, on a trouvé plus de 50.000 mignonnettes et 34.000 USD. En liquide, évidemment.

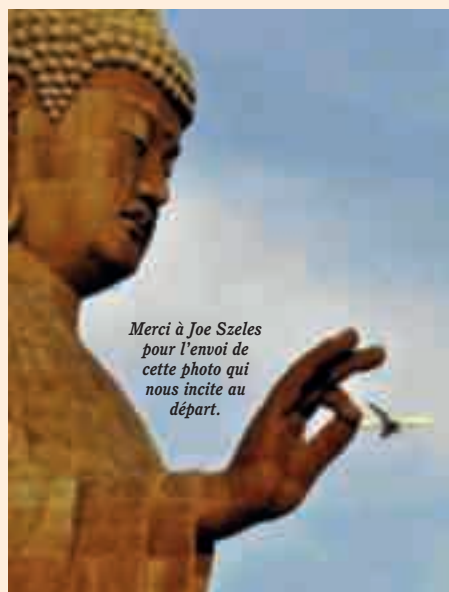
Une petite dernière?

Encore une qui vous permet de choisir la victime de la blague. Nous avons choisi une fois de plus l'autodérision.

C'est l'histoire d'un journaliste qui entre chez un médecin avec un crapaud sur la tête.

Le médecin : - Que puis-je pour vous ?

Et c'est le crapaud qui répond : « Eh bien, ça a commencé par un petit bouton sous la patte droite... »



Allez, nous souhaitons de bonnes vacances à vos clients et rendez-vous en septembre !

Patrick Anspach



verneem het uit goede bron...

Handelsinformatie
bron van zekerheid

Database Marketing
bron van succes

Call Center
bron van contact

Opleidingen
bron van deskundigheid

IT-Facility Management
bron van oplossingen

Archivering
bron van meerwaarde

Infos Commerciales
source de sécurité

Database Marketing
source de succès

Call Center
source de contact

Formations
source de compétence

IT-Facility Management
source de solutions

Archivage
source de plus-values

apprenez-le de bonne source...

Graydon Belgium nv/sa | Uitbreidingstraat 84-b1 | BE-2600 Berchem
T: 0032 (0)3 280 88 00 | F: 0032 (0)3 280 88 99 | info@graydon.be | www.graydon.be

WWW.GRAYDON.BE



GRAYDON



OASIS OF THE SEAS KOMT! 2014 MINISEIZOEN IN EUROPA

's Werelds grootste en meest innovatieve schip komt in de nazomer van 2014 naar Europa. Vijf afvaarten om te genieten van de revolutionaire innovaties en het spectaculaire entertainment.



TRANS-ATLANTISCH OOSTWAARTS

12-nachten cruise van Fort Lauderdale tot Barcelona
Afvaart op 1 september 2014

WESTELIJKE MIDDELLANDSE ZEE

5-nachten cruise van/tot Barcelona
Afvaarten op 13 en 18 september 2014

VAN DE MIDDELLANDSE ZEE NAAR DE NOORDZEE

7-nachten cruise van Barcelona tot Rotterdam
Afvaart op 23 september 2014

TRANS-ATLANTISCH WESTWAARTS

13-nachten cruise van Rotterdam tot Fort Lauderdale
Afvaart op 14 oktober 2014

Contacteer uw reisagent voor verdere inlichtingen en reservaties.