

Communiqué de presse

5 ans d'étude approfondie du comportement de voyage des Belges par l'ABTO et GfK

June 22, 2022

Christine de Boer
Marketing Manager Benelux
T ++31 6 28 11 77 11
Christine.deBoer@gfk.com

Leuven, June 22, 2022 – En collaboration avec GfK, l'Association des organisateurs de voyages belges (ABTO) publie depuis cinq ans l'ABTO Travel Trends Report (ATTR). Chaque mois, pas moins de 43 éléments du comportement des Belges en matière de voyages sont ainsi dévoilés. Le GfK Travel Intentions Report (GTIR) donne quant à lui un aperçu des intentions de voyages des Belges. Un ensemble de données unique, détaillé et extensif sur le marché, qui est maintenant également étudié par l'ECTAA pour être déployé dans d'autres pays européens.

Les 43 paramètres comprennent des données sociographiques, des données sur la réservation, le transport, l'hébergement, le mode de réservation, les données de destination, les périodes de départ et de réservation, les activités prévues, la composition du groupe et le comportement général en matière de voyage.

Le GTIR étudie les intentions de voyage des consommateurs belges. Ceux qui n'ont pas encore réservé donnent un aperçu de ce qu'ils prévoient de faire dans les 24 prochains mois. Ont-ils l'intention de voyager et où iront-ils ? Par quel moyen de transport ? Pour quel budget ? Et quel type d'hébergement choisira-t-il ?

« Cette large source d'informations, continuellement mise à jour, sur le voyageur belge nous permet de disposer d'un outil précieux, d'une connaissance unique et stratégique du marché. Une 'boule de cristal' qui nous permet de savoir non seulement quels séjours sont déjà prévus, mais aussi ce que les Belges prévoient encore pour les 24 prochains mois et quels changements émergents dans le comportement des voyageurs nous pouvons attendre. Nos membres actifs dans le secteur du voyage peuvent non seulement créer leurs propres rapports sur mesure, mais aussi identifier des macro-tendances au sens large et intégrer les différentes informations dans la planification et la budgétisation de leurs activités, leurs campagnes de marketing et leurs actions

GfK Belgium
Arnold Nobelstraat 42
3000 Leuven
Germany

T +32 1674 24 24

:



promotionnelles », explique Pierre Fivet, chef de projet Market Intelligence à l'ABTO.

La Belgique est le seul pays d'Europe qui est en mesure d'offrir un ensemble de données aussi détaillées et complètes. Les deux rapports sont également rapidement devenus la principale source d'information sur le secteur du voyage pour les médias belges grâce à la publication régulière des dernières tendances, données et analyses. En période d'incertitude, l'accès à une source personnalisée telle que celle-ci est essentiel pour apporter une perspective et rendre compte de la réalité sur le terrain, plutôt que de spéculer sur celle-ci.

Un partenariat solide

L'ABTO est particulièrement fière de ces deux outils de recherche développés avec GfK. Pierre Fivet nous confie : « La collaboration avec GfK a été cruciale pour atteindre ces objectifs. L'équipe comprend notre activité et nous aide à tirer le meilleur parti des données. Tout au long de notre collaboration, et plus récemment pendant la pandémie, nous avons apprécié la flexibilité et le

Et Wim Boesmans, Directeur Commercial chez GfK d'ajouter : « Au cours des quatre dernières années, nous avons créé une belle et unique collaboration avec l'ABTO, dont GfK est très fier d'ailleurs. Grâce à des contacts très étroits et à une communication ouverte et transparente, nous parvenons à garder le doigt sur le pouls et à bien répondre aux besoins de l'ABTO. La période de la pandémie n'a fait que renforcer cette relation. Aujourd'hui, l'ABTO et GfK ont franchi ensemble un nouveau cap et nous préparons le déploiement européen du projet. Cette fois encore, nous unissons nos forces et, bien entendu, nous espérons prolonger et développer davantage notre histoire unique ».

Pour en savoir plus sur les outils de recherche et la coopération entre ABTO et GfK, nous vous invitons à consulter l'article [ci-joint](#).

GfK. Growth from Knowledge.

For over 85 years, we have earned the trust of our clients around the world by solving critical business questions in their decision-making process around consumers, markets, brands and media. Our reliable data and insights, together with advanced AI capabilities, have revolutionized access to real-time actionable recommendations that drive marketing, sales and organizational effectiveness of our clients and partners. That's how we promise and deliver "Growth from Knowledge".

Press contact: ABTO: Pierre Fivet,, T +32 479 99 43 91, pierre@fivetconsulting.be

Press contact: GfK: Laura Gilson, T +32 472 59 73 02, Laura.Gilson@gfk.com