

Voyager en 2022 : retour à la normale ou continuation de la nouvelle normalité ?

An aerial photograph of a coastal town built into a cliffside at sunset. The town is illuminated with warm lights, and several boats are visible in the harbor. The sky is a mix of orange and blue, and the sea is calm. A large, semi-transparent white circle is overlaid on the left side of the image.

Rapport des tendances 2022

Avant-propos

Cher(ère) journaliste, cher(ère) blogueur(se), cher(ère) professionnel(le) du secteur touristique,

À l'heure où nous écrivons ces lignes, notre gouvernement envisage de réunir le Comité de concertation pour la troisième fois en autant de semaines. Il y a à peine quelques jours nous parvenait l'inquiétante nouvelle de l'apparition d'un nouveau variant dangereux, l'Omicron. Nous devons bien l'admettre : nous non plus, nous ne l'avions pas vu venir. Il y a encore quelques mois, le coronavirus commençait peu à peu à ressembler à un mauvais rêve, le monde nous souriait à nouveau. Mais dire que ce virus nous empêche de faire la moindre prévision à long terme est un euphémisme.

Nous avons malgré tout demandé à nos clients de nous dire ce que, selon eux, nous réserve l'avenir. L'année 2022 sera-t-elle enfin celle où nous retrouverons le royaume de la liberté ? Ou encore une année pendant laquelle notre vie tournera au ralenti ? Nos experts nous révèlent les secrets de leur boule de cristal.

On constate que la plupart des organismes de voyage et des destinations sont convaincus que notre manière de voyager a changé pour de bon. L'attention accordée à la sécurité et à l'hygiène continuera à jouer un rôle clé lors de la réservation de vacances. Le besoin de se reconnecter à la nature et les voyages en plus petit groupe ne sont pas près de disparaître. D'ailleurs, l'année prochaine sera encore en grande partie marquée par des réservations de dernière minute, par crainte d'une annulation ou de nouvelles mesures imposées par la destination.

Mais il ne fait aucun doute que l'envie de voyager est grande et qu'en 2021, les Belges n'ont pas vraiment pu la satisfaire. La plupart des organismes de voyage

espèrent dès lors pouvoir revenir aux chiffres de réservation d'avant la pandémie. Cela vaut pour les destinations européennes, mais également pour une destination lointaine comme la Thaïlande. Une autre chose est sûre : les gens essaieront de voyager plus durablement, en accordant davantage d'attention aux initiatives et entrepreneurs locaux, et tâcheront de limiter leur empreinte écologique.

La tendance du slow travel, qui implique que les gens restent plus longtemps à une même destination et la découvrent ainsi plus en profondeur, en est une conséquence logique. Tout comme celle du workation, qui devrait encore gagner en popularité en 2022, d'après la plupart de nos experts.

Personne ne peut toutefois savoir avec certitude si ces prévisions se réaliseront. Nous vivons des temps incertains, mais ce qui est sûr, c'est qu'en 2022, nous continuerons à faire de notre mieux pour vous tenir informés et vous inspirer avec toutes ces chouettes destinations et les produits de voyage que nos clients ont à offrir.

Avec la création de Thx.agency cette année, nous avons d'ores et déjà jeté les bases de notre avenir, un avenir auquel nous croyons fermement. Car peut-on trouver mieux que la possibilité de vivre de nouvelles expériences ? On pense que non ;-)

Toute l'équipe Thx vous souhaite, à vous et à votre famille, d'excellentes fêtes ! En route pour 2022 et de nouvelles aventures !

Lynse, Heleen, Julija, Jo, Kris et Jeroen



En partenariat avec

Interhome	4
Corendon	5
Sunny Cars	6
Visit Brabant	7
Visit Portugal	8
Office national croate du tourisme	10
Office du tourisme de Thaïlande	12
Beaujean Vacances	13



Thibault Van Look
Directeur commercial Belgique



Quelles sont les attentes pour Interhome en 2022 ?

Chez Interhome, nous nous attendons à une excellente année 2022. Le besoin de voyager n'a encore jamais été aussi fort. Alors qu'en 2020, on voyait les nouvelles règles liées aux voyages comme compliquées et décourageantes, nous nous y sommes entre-temps habitués. Elles font désormais tout simplement partie du jeu. Et tout le monde perd peu à peu patience pour ce qui est d'attendre une ère post-covid pour voyager. Nous le remarquons aussi dans nos réservations. Nous constatons en effet une reprise sur toute la ligne pour nos maisons de vacances. Les chiffres actuels pour 2022, tant pour les vacances d'hiver que pour les vacances d'été, sont considérablement meilleurs que ceux enregistrés en 2019 (avant la pandémie). Cela s'explique par le fait que la demande et l'envie de voyager sont actuellement très fortes. Les maisons de vacances sont en outre idéales dans un monde de « bulles sociales » et ont par conséquent fortement gagné en popularité.

Quelles campagnes sont au programme pour 2022 ?

En 2022, nous souhaitons mettre en avant la diversité et les possibilités de l'offre d'Interhome. Les gens ont tendance à penser que nous ne proposons que des maisons de vacances avec piscine dans le sud de l'Europe, mais le portefeuille d'Interhome est bien plus vaste, allant de chalets dans les Alpes à des maisons de vacances à la côte belge, en passant par des appartements en ville. Étant donné que le profil de nombreux voyageurs belges a grandement changé à cause du COVID-19, nous trouvons important de montrer au moyen de nos campagnes

que nous avons une offre répondant aux souhaits de chacun.

Quelles tendances en matière de voyage prévoyez-vous pour 2022 ?

Pour 2022, je m'attends (comme en 2020 et en 2021) à ce que nombre de gens continuent à se concentrer sur les voyages en Europe. Grâce au pass sanitaire européen, il est assez simple et attrayant de voyager au sein de l'Union européenne. Par ailleurs, nombreux sont les voyageurs à avoir découvert d'autres formules de voyage par la force des choses durant la pandémie. Pensez par exemple aux voyages en voiture plutôt qu'en avion, ou en maison de vacances plutôt qu'à l'hôtel, ou individuels plutôt qu'en groupe, et surtout plus proches de chez soi plutôt que lointains. Ces changements ont fait que nombre de gens ont décidé de voyager autrement. Il n'est par conséquent pas inconcevable que ces nouvelles manières de voyager aient été adoptées par beaucoup de voyageurs. Voilà pourquoi je pense qu'à l'avenir également, bien plus qu'avant la pandémie, nous voyagerons plus près de chez nous et plus individuellement. Dans les années à venir, le tourisme de masse sera de ce fait relégué au second plan.

Quel impact le COVID-19 aura-t-il encore sur les voyages ?

Le COVID-19 a des répercussions sur l'ensemble de la société. Tous les secteurs sont confrontés à des règles, des restrictions et des changements. Et nous semblons nous y habituer de plus en plus. Alors qu'en 2019, il était impensable de devoir se faire vacciner et remplir un Formulaire de Localisation du Passager pour un voyage en France, ce sont aujourd'hui des choses qui vont de soi. L'impact majeur réside donc dans le fait qu'il

faillie bien se renseigner sur les règles en vigueur à destination et avant votre départ. Ce n'est pas évident, mais les voyageurs parviennent à l'intégrer parfaitement dans la « nouvelle normalité ». L'impact du COVID-19 sur la plupart des destinations n'est par ailleurs pas plus fort ou plus limité qu'en Belgique. Porter un masque, faire scanner son Covid Safe Ticket ou réserver la visite d'un musée ou d'une attraction font désormais simplement partie de la vie. L'impact a donc été sans précédent en 2020, mais sera beaucoup moins déboussolant en 2022. Je pense dès lors que l'impact du COVID-19 sur les voyages se normalisera progressivement en 2022.

Quelle importance sera accordée à la durabilité en 2022 ? Quelles sont les initiatives que prendra Interhome ?

La durabilité est l'une des principales priorités. La conférence de Glasgow a abouti à la « Déclaration de Glasgow sur l'action climatique dans le tourisme ». Les entreprises du secteur touristique qui signent cette déclaration doivent réduire de moitié leurs émissions d'ici 2030 et atteindre l'objectif « net zéro » le plus tôt possible avant 2050. Le groupe Hotelplan, la société mère d'Interhome, a signé la Déclaration et s'engage même à déjà être une entreprise climatiquement neutre à partir de 2022. Une équipe suisse d'experts en durabilité met actuellement la dernière main à l'ensemble des initiatives qui seront prises. Étant donné que la Suisse est pour l'heure l'un des pays les plus durables au monde (le mot Swisstainable ne ment pas), nous sommes ravis de recevoir l'aide de l'équipe suisse afin d'optimiser notre durabilité.



Audrey Denkeleer
PR Manager en Woordvoerder

corendon.

Quelles sont les attentes pour Corendon en 2022 ?

Corendon s'attend à une très bonne année 2022. Les gens veulent partir en vacances et nous sommes convaincus qu'une manœuvre de rattrapage s'opérera dans le secteur des voyages. Par ailleurs, des acteurs tels que Thomas Cook et D-reizen ont disparu, mais ces chiffres ne se répercutent pas encore tout à fait sur les marchés belge et néerlandais. Corendon étendra en outre ses activités au Danemark et nous proposons plus de destinations (notamment Zanzibar et la République dominicaine). Pour le moment, le client est encore un peu réticent à déjà réserver ses vacances pour l'été 2022, mais dès que la situation sanitaire s'améliorera, les choses changeront rapidement, comme ce fut le cas l'année dernière. En bref, Corendon porte un regard positif sur l'avenir. Quand la situation sanitaire sera sous contrôle, nous parviendrons probablement à déjà égaler le niveau d'avant la pandémie durant l'année en cours.

Quelles campagnes sont au programme pour 2022 ?

L'année prochaine, Corendon prévoit de lancer une nouvelle campagne télévisée et de sponsoriser des programmes tels que Dancing with the Stars et The Masked Singer. Lors de la diffusion de Dancing with the Stars, les téléspectateurs auront en outre à chaque fois la possibilité de remporter de magnifiques voyages. Nous sommes également présents dans les principaux journaux belges, tant en Flandre qu'en Wallonie, nous diffuserons des spots radio et ferons de la publicité sur les chariots à bagages de Brussels Airport.

Quelles tendances en matière de voyage prévoyez-vous pour 2022 ?

Au cours de l'année écoulée, nous avons constaté une augmentation considérable de la demande pour des produits de qualité supérieure et de luxe. Un constat qui se reflète également dans la popularité de nos hôtels Sélection Premium, et nous pensons que cette tendance se poursuivra en 2022. Nous observons par ailleurs toujours une tendance à la hausse pour le segment des voyages lointains. Curaçao continue ainsi à gagner en popularité, le Cap-Vert a du succès et nos dernières destinations tropicales en date, Zanzibar et la République dominicaine, enregistrent également des chiffres positifs. La célèbre chaîne d'hôtels Iberostar n'y est probablement pas étrangère. Pour terminer, notre offre pour la Turquie était assez limitée l'année dernière, nous pensons donc que la demande sera plus forte en 2022. Après tout, ce pays offre encore et toujours un rapport qualité-prix imbattable en matière de voyages all inclusive.

Quel impact le COVID-19 aura-t-il encore sur les voyages ?

Les mesures sanitaires changeantes propres aux destinations ont malheureusement toujours des répercussions sur le processus de réservation capricieux. Chez Corendon, nous constatons encore principalement davantage de réservations en last minute que de réservations anticipées. En 2021, ces dernières étaient déjà meilleures qu'en 2020, nous voyons donc progressivement la situation évoluer.

Quelle importance sera accordée à la durabilité en 2022 ? Quelles sont les initiatives que prendra Corendon ?

Notre enquête auprès des clients nous a appris que ces derniers trouvent important de voyager de manière plus durable. Nous sommes du même avis et investissons par conséquent dans un monde vivable pour tous. Sur notre site web, nous permettons aux clients d'opter pour un logement plus durable. Nous fournissons des lignes directrices à nos partenaires hôteliers pour une plus grande durabilité. Nous ne proposons par ailleurs plus que des excursions respectueuses de l'environnement et du bien-être animal. Les spectacles avec animaux et la possibilité de nager avec des dauphins n'en font donc plus partie. La Turquie est également une destination importante pour Corendon et la nature y a malheureusement beaucoup souffert des feux de forêt de l'été dernier. Afin de reverdir le littoral turc, nous replanterons dans le courant de l'année 100 000 arbres dans une forêt du pays. Pour terminer, Corendon étudie également les possibilités d'investir dans du biokérosène. En tant que compagnie aérienne, nous polluons indéniablement l'environnement et simplement compenser nos émissions de CO₂ n'est pas une solution en soi. Nous devons à long terme trouver un moyen d'éviter à tout prix le rejet de gaz carbonique dans l'air et Corendon entend y contribuer.





Suzanne Al
Directrice marketing Belgique



RENT A SMILE

Quelles sont les attentes pour Sunny Cars en 2022 ?

À l'instar de cet été et de cet automne, nous nous attendons à ce que la demande en matière de location de voitures soit très élevée en 2022.

Nous ne parviendrons toutefois pas encore à revenir au même niveau de réservations qu'avant la pandémie. Cela est, d'une part, dû au fait que des restrictions seront probablement encore en vigueur pour les voyages vers des destinations populaires pour la location de voitures telles que les États-Unis et le Canada. Mais il y a aussi et surtout moins de voitures de location disponibles sur place. Durant la pandémie, nombre d'agences de location ont vu leurs flottes se réduire et à cause de la pénurie de matières premières telles que les puces et l'aluminium, la production de voitures neuves est actuellement ralentie. Nous ne pouvons donc pas réapprovisionner les parcs automobiles en suffisance. Si la pénurie de voitures de location se poursuit, ce qui devrait être le cas, nous ne pourrions pas répondre à toutes les demandes. Qui plus est, le prix des locations va augmenter, ce qui sera un frein pour certains.

Quelles campagnes sont au programme pour 2022 ?

Dès que les réservations pour l'été reprendront, nous lancerons notre campagne dédiée aux réservations anticipées : réservez à temps pour être certain d'avoir votre voiture de location. Nous travaillerons en outre de manière ad hoc, en fonction de la demande et de l'offre à destination.

Quelles tendances en matière de voyage prévoyez-vous pour 2022 ?

Nous ne voyons pas vraiment de changement dans les destinations choisies. Les plus populaires en matière de location de voitures sont toujours les pays du sud de l'Europe comme l'Espagne, le Portugal, l'Italie et la Grèce. En 2020, nous avons lancé un service de Collection Sans Contact et on constate que la demande est relativement importante. Nous étendons donc ce concept en 2022 parce qu'en plus d'être coronaproof, c'est aussi une façon plus rapide de prendre possession de sa voiture de location sur place. Vous ne devez en effet pas passer par la réception : vous réglez le contrat de location à une borne automatique ou parfois même sur votre smartphone.

Quel impact le COVID-19 aura-t-il encore sur les voyages ?

Les règles relatives aux voyages continueront à impacter le choix de la destination et un certain nombre de gens continueront à préférer partir en vacances avec leur propre voiture plutôt qu'en avion. Nous

attendons toutefois à une forte demande de location de voitures pour les voyages en avion. Une voiture de location vous permet en effet de voyager avec les personnes de votre choix et de partir par vous-même à la découverte d'endroits calmes. Un besoin qui restera aussi très présent l'année prochaine.

Quelle importance sera accordée à la durabilité en 2022 ? Quelles sont les initiatives que prendra Sunny Cars ?

Pour la location de voitures à la destination de vacances choisie, le thème de la durabilité importe assez peu pour les consommateurs. Les infrastructures sur place doivent être bien équipées pour les véhicules électriques si l'on veut pouvoir se déplacer l'esprit tranquille à bord d'une voiture de location de ce type. Là où nous proposons des voitures électriques, à Majorque et dans les pays scandinaves par exemple, ces dernières sont relativement peu réservées. Le prix rebute probablement les clients.





Tamara Ernst
Communication, RP et stratégie de contenu

**VISIT
BRABANT**

Quelles sont les attentes pour le Brabant-Septentrional en tant que destination de vacances en 2022 ?

Au cours de l'année écoulée, les gens ont découvert qu'il ne fallait pas nécessairement aller loin pour se sentir vraiment en vacances, passer des moments uniques ou vivre des expériences inoubliables. Le Brabant-Septentrional a encore bien plus à offrir que ce qu'on en connaît déjà. Incroyablement innovant et créatif, il a tout pour plaire : villes, villages, nature, culture et événements de choix. L'offre récréative et touristique du Brabant-Septentrional est diverse et variée. Il s'agit de la destination par excellence pour découvrir à la fois de l'ancien et du moderne. Tous ces lieux contrastés se situent en outre à proximité les uns des autres, mais aussi aux quatre coins du Brabant. C'est précisément cette diversité qui rend notre province aussi singulière et attrayante. Les locaux sont quant à eux réputés pour leur hospitalité et leur capacité à apprécier les bonnes choses de la vie. Nous aimons les traditions et raffolons des surprises. Ici, les gens se sentent bienvenus. Tous les ingrédients sont donc réunis pour passer de bonnes vacances.

Quelles campagnes sont au programme pour 2022 ?

Notre province dispose d'un vaste et excellent réseau d'itinéraires pour les cyclistes et les marcheurs, qui va bien au-delà de la signalisation et des sentiers. Il raconte les histoires liées à la région et invite en outre à une récréation saine. L'année prochaine, plusieurs circuits de découverte seront ouverts, notamment sur le thème des mythes et des légendes. Il s'agit de parcours cyclistes sillonnant

les plus belles routes de notre province. Les marcheurs y trouveront également leur compte avec, entre autres, de nouveaux itinéraires à thème dans le Van Gogh Nationaal Park, dédié comme son nom l'indique à Vincent van Gogh.

Quelles tendances en matière de voyage prévoyez-vous pour 2022 ?

L'incertitude quant à l'évolution de la situation sanitaire ne dissuade pas les gens de planifier des voyages. Et de recommencer à rêver à des destinations lointaines. Cette même incertitude et la redécouverte des staycations font aussi que les destinations proches restent en vogue. Éventuellement comme destination de vacances principale, mais en particulier pour un week-end d'évasion ou pour un court séjour hors période des grandes vacances. Le tourisme a beaucoup souffert et ne sera pas encore complètement rétabli en 2022. Les habitudes en matière de voyages ne reviendront pas encore à ce qu'elles étaient avant la pandémie.

Quel impact le COVID-19 aura-t-il encore sur les voyages ?

Pour l'instant, le coronavirus nous empêche toujours de partir en voyage l'esprit serein. Le besoin de s'évader entre amis ou en famille, de recharger ses batteries et de se vider la tête ne cesse de s'intensifier. C'est donc formidable de ne pas devoir aller loin pour en profiter, non ?

Quelle importance sera accordée à la durabilité en 2022 ? Quelles sont les initiatives que prendra VisitBrabant ?

Les gens veulent de plus en plus découvrir les histoires authentiques

de la région et veulent vivre des expériences. Une tendance qui n'a fait que se renforcer avec la pandémie. Nous avons découvert qu'il ne faut pas nécessairement aller loin. Le vélo et la marche ont gagné en popularité auprès des nouveaux et des plus jeunes groupes cibles, et la combinaison de ville et de verdure est de plus en plus prisée. Les visiteurs recherchent davantage une offre locale à plus petite échelle et optent toujours plus pour d'autres moyens de transport. À cet égard, le Brabant-Septentrional a justement beaucoup à offrir. Venez y découvrir de petites pépites à pied ou à vélo, combinez le tout avec nos villes hors du commun et vous aurez d'agréables (mini-)vacances. Sans avoir besoin de prendre l'avion. Mieux encore : vous pouvez même vous rendre dans le Brabant-Septentrional à vélo depuis la Belgique.





©Lars Heppner



João Rodeia
Directeur Belgique et Pays-Bas



Quelles sont les attentes pour le Portugal en tant que destination de vacances en 2022 ?

Le Portugal est prêt pour la reprise du tourisme. Afin de l'encourager, Visit Portugal a lancé le plan d'action Reactivate Tourism | Building the Future, qui sert de fil conducteur au secteur du tourisme et offre une stratégie coordonnée pour la reprise de l'économie nationale. Bien que le tourisme ait été mis à mal partout dans le monde, nous sommes entre-temps prêts à passer à la vitesse supérieure. Il y a quatre ans d'ici, nous nous sommes fixé comme objectif de générer 27 milliards d'euros de recettes touristiques d'ici 2027. Selon les prévisions, le tourisme au Portugal ne reviendra au niveau de 2019 qu'en 2023. Nous pensons toutefois qu'il sera alors possible d'accélérer la croissance de manière à pouvoir atteindre notre objectif pour 2027.

Le Portugal et les Portugais disposent toujours des caractéristiques et des compétences qui ont positionné le pays au rang de destination de choix en Europe. L'ambition reste donc d'ouvrir la voie au tourisme de demain. Le Portugal s'efforce d'être et de rester une destination où tout le monde se sent le bienvenu et où toutes les différences sont respectées.

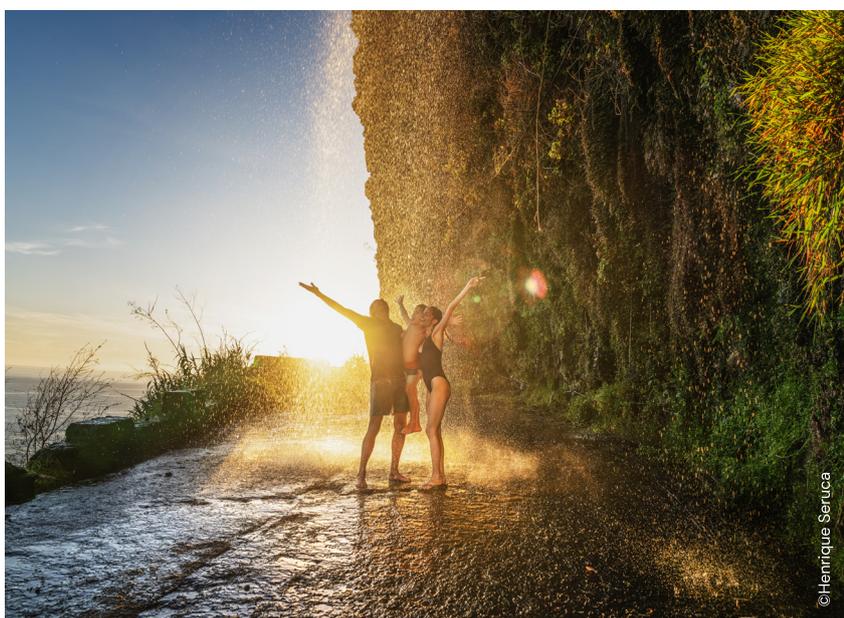
Quelles campagnes sont au programme pour 2022 ?

En 2022, notre stratégie de communication et de marketing numérique se concentrera principalement sur l'accueil des gens. À cet égard, la durabilité sociale, économique et écologique est importante, tout comme l'inclusion. Notre campagne de promotion fera primer la durabilité parce qu'en tant que destination, nous voulons

contribuer à une planète plus saine. Nous continuerons à faire en sorte de positionner le Portugal comme étant l'une des destinations les plus sûres et les plus durables au monde. Le pays figure ainsi déjà dans la liste des 30 pays les plus durables au monde, selon l'indice de performance environnementale 2020. De telles références indiquent que le Portugal s'engage à mener une politique responsable du point de vue de l'environnement et de la durabilité. Le secteur touristique, en tant qu'activité économique transversale et transformatrice, fait partie de ce plan national et peut effectivement contribuer à un monde meilleur.

Quelles tendances en matière de voyage prévoyez-vous pour 2022 ?

Nous constatons que les gens veulent à nouveau voyager et que notre secteur est prêt à proposer des expériences sûres et responsables en la matière. Il reste dès lors important de communiquer avec les voyageurs potentiels de la manière la plus claire et la plus cohérente possible. Voilà pourquoi nous avons mis en place des protocoles sanitaires et de sécurité qui sont recommandés par les autorités sanitaires portugaises afin de garantir la sécurité de nos visiteurs et de nos habitants. Nous travaillons ainsi, entre autres, avec le label Clean & Safe (www.portugalcleanandsafe.com) et formons plus de 80 000 professionnels pour renforcer davantage la confiance et la transparence. Outre l'importance de la transparence et de la sécurité, on voit aussi apparaître un touriste conscient : les voyageurs porteront un regard bien plus critiques sur les voyages qu'ils feront. Ils sont prêts



©Henrique Seruca



©Henrique Seruca



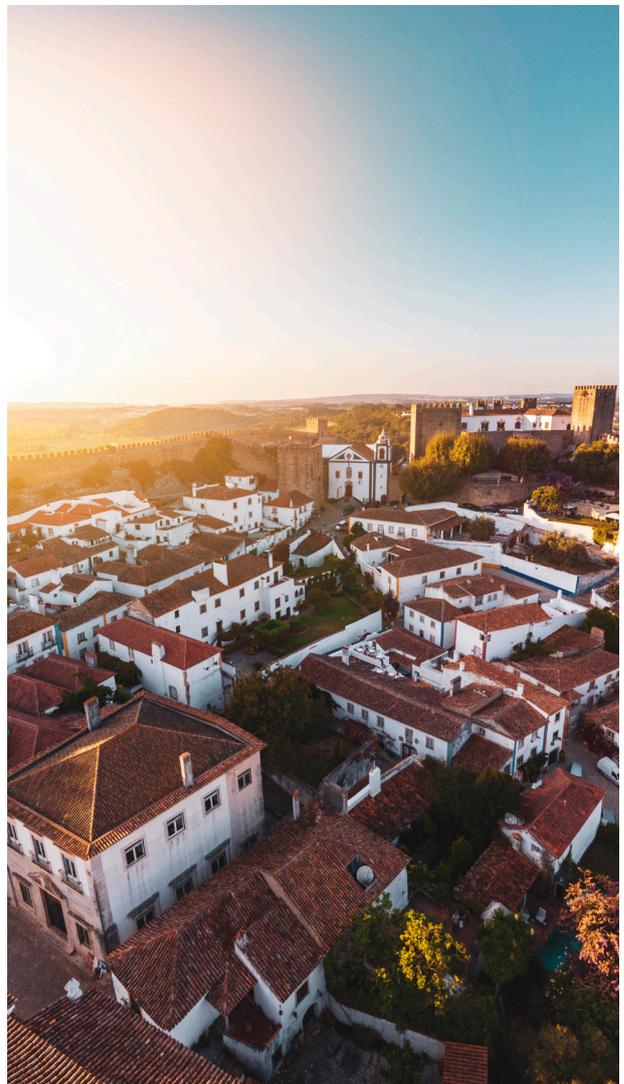
et en mesure de rester plus longtemps à l'étranger et apprécient davantage leur environnement et la population locale. Ils vont également être plus attentifs à leurs dépenses et être plus réfléchis. Durant leur voyage, les touristes veulent visiter plusieurs endroits et voyager à un rythme plus lent.

Quel impact le COVID-19 aura-t-il encore sur les voyages ?

Le rythme de la reprise sera certainement déterminé par l'évolution de la pandémie. Les solutions développées et leur déploiement à travers le monde joueront également un rôle clé, mais c'est principalement le retour de la confiance des gens qui sera un facteur décisif. Il est crucial que nous nous sentions tous totalement en sécurité lorsque nous voyageons.

Quelle importance sera accordée à la durabilité en 2022 ? Quelles sont les initiatives que prendra Visit Portugal ?

La durabilité occupera une place centrale dans notre campagne de promotion. Le défi que rencontre le Portugal afin de devenir une destination touristique durable entraîne avec lui une responsabilité partagée. Voilà pourquoi le Plan Tourisme + Durable 20-23 prévoit plusieurs actions de sensibilisation pour une conscience « plus verte » et pour une plus grande responsabilité en matière de durabilité économique, écologique et sociale. Pour atteindre nos objectifs, il est important de réaliser des investissements dans le domaine de la technologie, des infrastructures et des ressources humaines. Des lignes de financement spécifiques ont ainsi été créées pour stimuler le développement du tourisme dans le pays et nous proposons des outils qui permettent de mobiliser des entreprises touristiques et des instances publiques afin de garantir une offre touristique plus durable, plus accessible et plus inclusive.





Ivan Novak
Directeur Belgique et Luxembourg)



Quelles sont les attentes pour la Croatie en tant que destination de vacances en 2022 ?

La crise mondiale résultant de la pandémie nous a tous fait prendre conscience de la vulnérabilité du tourisme. Mais notre secteur est capable de se rétablir aussi rapidement qu'il ne s'effondre. Les résultats de 2021 ont même dépassé nos attentes. Bien qu'au printemps, pour diverses raisons (confinement, interdiction internationale de voyager, retards de vaccination, etc.), le tourisme était pratiquement à l'arrêt, les Belges ayant voyagé en Croatie l'année dernière étaient presque aussi nombreux qu'en 2019 (75 % du chiffre de 2019). En 2021, ils étaient même deux fois plus nombreux qu'en 2020. En 2022, nous nous attendons à nous rapprocher encore plus des résultats de 2019. Même si nous ne pouvons bien entendu pas être certains de

véritablement les atteindre l'année prochaine. La pandémie reprend vigueur presque partout en Europe et les gens conservent d'autres habitudes en matière de voyage (moins de voyages en groupe par exemple). Elle continue en outre à s'accompagner d'une certaine imprévisibilité. Quoi qu'il en soit, nous avons pris conscience cette année que même avec un plus petit nombre de visiteurs, la Croatie enregistre d'excellents résultats. Je pense qu'il s'agit également de la direction que prendra le tourisme : à l'avenir, les gens seront moins nombreux à voyager, mais ils le feront à des prix plus élevés.

Quelles campagnes sont au programme pour 2022 ?

Sécurité, respect des mesures sanitaires sur place, sentiment d'être entre de bonnes mains et qu'on prenne bien soin de vous :

voilà quelques-uns des éléments clés de 2021. La Croatie a rassemblé ces mesures dans le label national Safe Stay in Croatia, qui reprend les protocoles de sécurité mis en place en 2021 dans le secteur du tourisme et de l'horeca. Ce label de premier plan informe les visiteurs qu'une infrastructure touristique respecte les recommandations en vigueur du World Travel and Tourism Council (WTTC) et de l'Institut croate de santé publique. Avec l'introduction de ce label, la Croatie fait primer la sécurité des visiteurs. Ces mesures de sécurité resteront un élément central de nos campagnes en 2022, tout comme le riche patrimoine naturel et culturel de Croatie ainsi que le tourisme durable.

Quelles tendances en matière de voyage prévoyez-vous pour 2022 ? Quel impact le COVID-19 aura-t-il encore sur les voyages ?

Selon moi, les voyageurs chercheront de plus en plus un encadrement et des conseils professionnels pour chaque aspect de leur voyage : un contact humain est à nouveau plus important que les sites d'évaluation. Ils veulent être certains des mesures et des documents requis sur place, etc. Pour nombre de voyageurs, une agence de voyages peut aller un peu plus loin pour répondre à ce besoin. Des protocoles sanitaires liés à chaque attraction aux informations sur où et quand éviter la cohue, les voyageurs planifieront plus soigneusement leur voyage afin de garantir leur sécurité et celle de leurs proches. Nombreux sont ceux qui voudront renouer avec leur famille et leurs amis, mais les vacances en pleine nature resteront





populaires également. Les voyageurs continueront à chercher des perles cachées, des destinations de rêve et des activités axées sur la nature comme la marche ou le kayak. Ils veulent découvrir et profiter sans se presser. Pour ce qui est des logements, la propreté et la sécurité sont incontournables. Les voyageurs se sentent plus en sécurité lorsque des mesures sanitaires sont prises, cela restera donc une tendance du secteur des voyages en 2022. Par ailleurs, de plus en plus de gens rêveront à nouveau de voyages lointains, mais l'accent restera sur les activités en plein air et les destinations plus proches de chez soi. Les voyages d'affaires, MICE et

de groupe seront très probablement parmi les derniers types de voyages à reprendre vigueur à l'échelle internationale. En revanche, la combinaison travail (ou formation) et temps libre/vacances restera populaire après la pandémie. Pour terminer, les voyageurs continueront à vouloir une politique d'annulation et de réservation flexible tant que la situation restera incertaine.

Quelle importance sera accordée à la durabilité en 2022 ? Quelles sont les initiatives que prendra l'Office national croate du tourisme ?

Au fur et à mesure que les voyageurs internationaux prennent

conscience de la crise climatique, ils se préoccupent toujours plus de réduire leur empreinte et de profiter de vacances responsables. La Croatie est en train de développer sa nouvelle stratégie touristique à moyen et à long terme. Elle devrait être prête dans le courant du premier semestre. Il est déjà sûr qu'une attention accrue sera portée au tourisme durable. Nous pensons qu'à l'avenir, comme nous l'avons constaté cette année, la durée du séjour sera plus longue, du fait que le consommateur veut profiter au maximum de chaque endroit qu'il visite.



© Aleksandar Gopic



Soraya Homchuen
Directrice de la TAT pour la France,
le Benelux et l'Afrique du Nord



Quelles sont les attentes pour la Thaïlande en tant que destination de vacances en 2022 ?

Je pense qu'en 2022, le secteur touristique reviendra à la normale. Je ne veux pas dire par là qu'on doit s'attendre à retrouver le niveau d'avant la pandémie. Pour le secteur touristique thaïlandais, nous prévoyons qu'en 2022, nous enregistrerons environ 50 % des recettes de 2019. J'espère cependant que l'année prochaine marquera la fin de la pandémie. Je pense que nous devons trouver un moyen de vivre avec le coronavirus comme nous le faisons avec la grippe. J'espère dès lors que toutes les entreprises liées au tourisme se rétabliront rapidement.

Quelles campagnes sont au programme pour 2022 ?

En 2022, le tourisme en Thaïlande aura pour thème : « Visit Thailand Year 2022: Amazing New Chapters ». Dans le cadre de ce concept, les nouvelles activités marketing pour l'année prochaine souligneront les points forts de la Thaïlande en termes de diversité biologique et de richesse culturelle au moyen de trois chapitres. Premièrement, nous nous concentrerons sur les produits et services touristiques qui éveilleront les cinq sens des voyageurs, tels que la délicieuse cuisine thaïe et les magnifiques paysages naturels à découvrir partout dans le royaume. Ensuite avec le deuxième volet intitulé « The One You Love », la TAT ciblera les familles, les couples

et les amis, les encourageant à se créer ensemble de beaux souvenirs. Pour terminer, la campagne mettra aussi en avant comment la nature, grâce à la pandémie, a pu revivre et dans quelle mesure les voyageurs des quatre coins du monde sont devenus encore plus conscients de leur impact sur l'environnement et de l'importance de l'écotourisme. L'apparition de segments de voyage tels que le tourisme « Wilderness » (Escapers) et « Cult-Vacation » (Conscious) montre aussi que les voyageurs veulent passer plus de temps dans la nature et se rendent de plus en plus compte de l'influence qu'ils ont sur les ressources naturelles.

Quelles tendances en matière de voyage prévoyez-vous pour 2022 ?

Nous nous attendons à voir des touristes responsables et voyons apparaître de nouveaux segments comme la gastronomie, la santé, le bien-être et le workation, qui est devenu une tendance florissante du fait de la pandémie. Je pense en outre que nous verrons davantage de voyages multigénérationnels où enfants, parents et grands-parents partent tous ensemble en vacances. Nombre de familles ont été séparées pendant longtemps et 2022 sera donc l'année des vacances-retrouvailles. Les gens qui aiment voyager sont aussi sans aucun doute impatients de planifier à nouveau un voyage lointain. Ils partiront alors pour une plus longue période et voyageront à un rythme plus lent afin de profiter au maximum de leur destination.

Quel impact le COVID-19 aura-t-il encore sur les voyages ?

Le coronavirus peut encore avoir des répercussions pour ce qui est des restrictions de voyage, des prescriptions en matière de vaccination et de la volonté des destinations à rouvrir aux touristes. De nouveaux variants ou une nouvelle vague de COVID-19 constituent également une menace aux voyages internationaux.

Quelle importance sera accordée à la durabilité en 2022 ? Quelles sont les initiatives que prendra la Tourism Authority of Thailand ?

En 2022, nous accorderons bien plus d'attention à la durabilité. La Tourism Authority of Thailand (TAT) a récemment signé un mémorandum d'entente avec la Thailand Greenhouse Gas Management Organisation (TGO) et la Thai Ecotourism and Adventure Travel Association (TEATA) afin de favoriser un tourisme pauvre en CO₂ et la durabilité. Ce mémorandum d'entente cadre avec l'engagement permanent de la TAT à orienter l'industrie touristique thaïlandaise vers des voyages sûrs et durables en accord avec le modèle économique thaïlandais Bio-Circular-Green (BCG) ainsi qu'avec les Objectifs de développement durable (ODD) de l'ONU. L'objectif consiste à intégrer le tourisme dans l'engagement du pays à réduire ses émissions de gaz à effet de serre de pas moins de 50 millions de tonnes équivalent CO₂.



©Eleven Media



Daphne Beaujean
copropriétaire de Beaujean Vacances



BIJZONDERE VAKANTIEHUIZEN

Quelles sont les attentes pour Beaujean Vacances en 2022 ?

Nous avons déjà dépassé les résultats d'avant la pandémie. En raison des campagnes axées sur la sécurité en vacances et sur les voyages plus proches de chez soi ainsi que des mesures restrictives, les gens ont beaucoup plus voyagé dans leur propre pays qu'avant l'apparition du COVID-19. Vu l'actuelle quatrième vague, nous nous attendons à ce que cette tendance se poursuive en 2022. Nous remarquons en outre que les gens réservent moins longtemps à l'avance. Les réservations que nous recevons concernent en majeure partie un séjour dans un futur proche (dans les trois mois à compter de la date de réservation). Nous enregistrons par ailleurs moins de réservations pour de grands groupes, ce qui est également lié aux restrictions pouvant être en vigueur pour lutter contre l'épidémie.

Quelles campagnes sont au programme pour 2022 ?

En ce qui concerne les campagnes, Beaujean Vacances se concentrera davantage sur l'expérience dans son ensemble plutôt que sur la simple commercialisation de logements de vacances. Nous essaierons dès lors de mettre plus en avant le fait que nous sommes un spécialiste régional en matière de vacances au sens large du terme, plutôt que juste une agence de location. Nous voulons que notre groupe cible sache dans quelles régions nous proposons des maisons de vacances. Nous le ferons en mettant également ces

régions en avant. Nous partageons aussi les bons plans des locaux pour les choses à voir et à faire à ces endroits. Les gens veulent échapper à la foule et vivre des choses inédites. Et c'est ce que nous leur offrons.

Quelles tendances en matière de voyage prévoyez-vous pour 2022 ?

Au niveau des tendances, nous pensons que dès que le coronavirus ne sera plus un sujet de conversation omniprésent, nous reprendrons rapidement nos vieilles habitudes. Il y aura toujours un groupe qui restera malgré tout « prudent » ou préférera des vacances plus près de chez lui. Il s'agit bien entendu de celui qui nous intéresse le plus. Qui plus est, en raison de la pandémie, les gens ont découvert leur propre pays. On les entend souvent dire qu'ils

ignoraient que le sud des Pays-Bas ou le Limbourg belge était aussi beau. En attestent des réactions telles que « C'est exactement comme en France » ou « C'est la Toscane des Pays-Bas ». Voilà pourquoi nous pensons que la région des trois pays restera une destination très prisée après la pandémie, par exemple pour un court séjour, en plus d'un voyage lointain à l'étranger.

Quel impact le COVID-19 aura-t-il encore sur les voyages ?

Nous pensons que la situation sera déterminée par les derniers mois de 2021 (quelles seront encore les répercussions du coronavirus) : dans quelle mesure la vaccination semble-t-elle être efficace, dans quelle mesure la population est-elle prête à recevoir une troisième dose et, probablement le plus



©Eleven Media



© Eleven Media

Beujean
vacances
BIJZONDERE VAKANTIEHUIZEN

important, quelle importance le Covid Safe Ticket aura-t-il encore. Si tout referme à l'hiver, il y aura deux possibilités : soit les gens en auront assez et feront à leur guise, soit la division au sein de la société s'accroîtra davantage. Il est difficile d'en estimer l'effet sur les voyages. Nous pensons que notre entreprise sera moins durement touchée tant que le gouvernement n'imposera pas une fermeture des maisons de vacances. En dépit de la pandémie, les gens voudront échapper au quotidien, en particulier les couples avec enfants. Ce que l'on remarque déjà clairement, ce sont les conséquences du coronavirus sur le marché professionnel. Nous proposons également des formules pro, mais les entreprises annulent toutes les réservations en raison des mesures en vigueur : elles veulent malgré tout respecter les règles au maximum. En raison de l'obligation de télétravail, les réunions d'affaires physiques ne

sont plus possibles. Après l'été, les réservations professionnelles avaient commencé à reprendre : les gens avaient vraiment besoin de sorties ou de réunions physiques avec leurs collègues. Maintenant que les contaminations repartent à la hausse et que nous sommes en plein dans la quatrième vague, nous constatons que ces réservations professionnelles sont à nouveau annulées.

Quelle importance sera accordée à la durabilité en 2022 ? Quelles sont les initiatives que prendra Beaujean Vacances ?

Ces dernières années (grâce au coronavirus), les touristes ont de plus en plus souvent trouvé le chemin de notre région des trois pays. Conséquence : il y a plus de monde. Nous ne nous concentrons pas sur le tourisme de masse, mais sur la qualité. Grâce à des partenariats avec la fondation Het Limburgs Landschap et la société

néerlandaise Natuurmonumenten, les gens sont en mesure de profiter d'un patrimoine unique dans un cadre magnifique, mais d'une manière respectueuse de la nature et axée sur la qualité plutôt que sur la quantité. Nous faisons des choix réfléchis pour les collaborations que nous nouons, que ce soit en utilisant un maximum de matériaux recyclés pour notre matériel de promotion ou en faisant appel à une blanchisserie qui traite le linge de manière innovante et durable. Notre magazine est par exemple imprimé sur du papier recyclé, nos stylos sont fabriqués à partir de matériaux durables et nos sacs de bienvenue sont faits en tissu recyclé.

Thx.agency

Koning Albertstraat 76/1
3290 Diest
T 013 30 47 81

info@thx.agency
www.thx.agency