

Zaventem, 21 september 2017

Beste,

Zoals aangekondigd bij de start van het nieuwe ABTO, is een vernieuwde aanpak van onze Management Informatie, ofwel marktonderzoek, één van de strategische peilers van ons strategisch toekomstplan. De werkgroep van ABTO (M.I. 2.0), onder leiding van **Pierre Fivet**, heeft enkele ervaren bedrijven aangesproken om een voorstel te maken voor deze vernieuwde aanpak.

Het verheugt ons enorm dat we jou vandaag kunnen melden dat de voorstellen afgewerkt zijn en door de werkgroep aan de ABTO Board zijn voorgesteld. Na evaluatie van de voorstellen heeft de werkgroep eveneens een advies uitgebracht met welke partij in zee te gaan.

Op basis van dit voorstel heeft de ABTO board **unaniem** besloten om de toekomstige marktstudies toe te vertrouwen aan **de firma GfK**.

Voor ABTO is dit een bijzonder belangrijke stap in het kader van het nieuwe ABTO naar de toekomst.

Wim Mathues, Industry Lead Travel & Logistics bij GfK:

“Toen Pierre Fivet ons bij GfK inlichtte over de ABTO-intenties om meer innovatie en vernieuwing in hun market intelligence te gaan integreren, wisten we dat we voor een loodzware maar tegelijk uitzonderlijk boeiende uitdaging stonden. Wekenlang hebben we ons over de verschillende noden, wensen en bezorgdheden van de ABTO-stakeholders gebogen, zonder daarbij de continuïteit van de voorbije decennia uit het oog te verliezen. Dat ABTO uiteindelijk unaniem voor een partnership met GfK koos, onderstreept dat we de juiste tools, expertise én mensen in huis hebben om hen te versterken in een snel veranderend travellandschap. Het verheugt ons dan ook enorm aan zo’n mooi project in een fascinerende en uitdagende sector te gaan meewerken.”

Het alomgekende ABTO-cijfer van vroeger is niet meer. Lang leve het nieuwe **ABTO Travel Trends Rapport** waarbij zowel de georganiseerde als de niet georganiseerde reismarkt op maandelijkse basis in kaart zal worden gebracht. Samen met verschillende geïnteresseerde partijen wordt dit rapport op geregelde tijdstippen doorheen het jaar, verrijkt met extra parameters en invalshoeken. Op die manier zal ABTO voor haar leden, en haar geassocieerde leden, systematisch de vinger aan de pols houden van zowel de huidige als de toekomstige sector evoluties en consumentgedragingen via **moderne dashboards en rapporten**.

Samen met GfK gaat onze werkgroep nu volop aan de gang om de verschillende mogelijke opties nu verder uit te werken en vorm te geven.

Wij kijken er dan ook enorm naar uit, om de eerste resultaten binnenkort in primeur aan onze leden en aan jou te kunnen voorstellen.

Met vriendelijke groeten,

Luc Coussement
President of the ABTO Board