



EXCLUSIEF GENIETEN  
OP VAKANTIE

Oostende, 2 december 2009

## Pakket champagne voor wie bij jarig VIP Selection boekt **20 jaar : luxevakanties dankzij VIP-selectie en VIP-service**

In 2010 viert VIP Selection haar 20<sup>e</sup> verjaardag. Het luxevakantiemerk van Jetair NV werd in 1990 gelanceerd met de ambitie om de meest veeleisende vakantiegangers een afzonderlijk *haut de gamme* vakantieaanbod aan te reiken. Daarvoor werd – en wordt – een hoogstaande selectie van tophotels gecombineerd met een VIP-service.

Vandaag is VIP Selection een naam met faam, mede omdat het in ons land tijdens de twee voorbije decennia voor vernieuwing en een upgrade van luxevakanties zorgde.

De 20<sup>e</sup> verjaardag wordt op passende wijze gevierd met een pakket kwaliteitschampagne voor iedereen die vóór eind januari een VIP Selection-zomervakantie boekt.

### 20 jaar VIP Selection

Ruim 20 jaar geleden – eind jaren '80 – detecteerde Jetair een vraag in de markt naar luxevakanties op klassieke vakantiebestemmingen, zoals o.m. de Canarische eilanden en Griekenland. Terzelfdertijd werd Jetair – toen al één van de Belgische hoofdrolspelers voor vliegvakanties – gesolliciteerd door luxe-hotels en hotelketens die hun paradepaardjes ook in onze brochures wilden gepubliceerd zien. Gedurende enkele seizoenen werden deze hotels met een "VIP Selection"-pictogram opgenomen in de Jetair-brochure. Eind 1989 werd beslist om een volwaardig nieuw merk te starten vanaf **zomer 1990**, met een eigen brochure en een afzonderlijk luxe-vakantieaanbod onder de merknaam VIP Selection.

De eerste VIP Selection-brochure telde exact 100 pagina's en stelde 22 vakantie regio's voor, in Spanje, Griekenland, Tunesië en Italië. Het concept was innovatief, door naast een VIP-productselectie ook een eigen VIP-service aan te bieden. Die bestond uit een VIP-reistas, een rechtstreekse transfer van de luchthaven naar het hotel en een fles champagne in de hotelkamer.

### Onze VIP-selectie anno 2010

De VIP Selection zomer 2010-brochure is bijna vier maal lijvigter dan de eerste brochure uit 1990. Zo verwonderlijk is dat niet, gezien ook het aantal voorgestelde reisbestemmingen in de voorbije twee decennia sterk gestegen is. In 2010 worden luxevakanties aangeboden in **51 vakantie regio's**, verspreid over **19 landen**. Dat zijn er 15 meer dan in de eerste brochure, met de Caraïben, Egypte en Turkije als voornaamste blikvangers onder de vakantie landen die de

voorbij de decennia werden toegevoegd. Het vakantieaanbod bestaat voornamelijk uit klassehotels. Ook rondreizen of combinatieformules worden aangeboden, met Nijlcruises in Egypte en safari's in Kenya/Tanzania als voor de hand liggende voorbeelden.

Rode draad doorheen de VIP Selection-programmering is de **zero tolerance** stelregel, die wij sinds 2001 toepassen. Qua hotelservice en -kwaliteit wordt een nultolerantie gehanteerd op diverse criteria. Deze situeren zich op het niveau van het comfort, zowel in de kamers als in de gemeenschappelijke ruimten, de ligging van het hotel en zijn omgeving, de kwaliteit van de keuken en – belangrijk – de kwaliteit van het onthaal en de dienstverlening.

Dat het ons menens is met deze nultolerantie, bewijzen liefst 40 hotels, die onze strengste VIP Selection-normen niet haalden voor zomer 2010 en uit het aanbod werden gehaald. Anderzijds hebben we wel 53 nieuwe, échte tophotels toegevoegd. We willen daarmee de belofte tegenover onze reizigers waarmaken. Dat wij voor hen een absolute topselectie maakten, met *zero tolerance*, aangevuld met een attentvolle VIP-service.

## Onze VIP-service anno 2010

Wie een VIP Selection-vakantie boekt, weet zich vanaf de start van zijn vakantie omringd door luxe en verwennerij. In de continue zoektocht naar meerwaarde voor de reizigers, werden de voorbije twee decennia diverse aanvullingen gedaan aan de VIP-service.

- Een afzonderlijke check-in balie bij de heenreis, en in de meeste gevallen eveneens voor de terugreis. Op die manier wordt het aanschuiven tot een minimum beperkt en verloopt de check-in stressvrij.
- 25 kg gratis ingecheckte bagage per reiziger, wat 5 kg meer is dan voor Jetair-reizigers. Zelfs voor baby's (jonger dan 2 jaar) mag 20 kg gratis bagage meegenomen worden.
- Bij afreis ontvangt men een stijlvolle VIP Selection-strandtas. **Nieuw model** anno 2010.
- Onze reizigers passeren via de Fast Lane sneller door de security screening in Brussels Airport. VIP Selection was in 2008 **de eerste touroperator** die deze extra service includeerde in haar vakanties.
- Toegang tot de VIP-lounges in Brussels Airport.
- VIP Selection-reizigers zitten vooraan in het vliegtuig en – voor langeafstandsvluchten – in Comfort Class.
- Een sterrenmaaltijd aan boord van alle Jetairfly-vluchten, ontworpen door één van de ambitieuze jonge chefs van de groepering **Jeunes Restaurateurs d'Europe**. VIP Selection was in 2008 **de eerste touroperator** die zijn klanten een sterrenmaaltijd aanbood tijdens de vlucht. De maaltijden werden achtereenvolgens ontworpen door :
  - \* (winter 2008/09) Chef Kristof Coppens van Restaurant A Priori in Haaltert, 1 Michelinster
  - \* (zomer 2009) Chef Franky Vanderhaeghen van Hostellerie Saint-Nicolas bij Ieper, 2 Michelinsterren
  - \* (winter 2009/10) Chef Paul Hendrickx van Restaurant Aneth in Brugge, 1 Michelinster
  - \* **Nieuwe chef zomer 2010** : Chef Mario Elias, Restaurant Le Cor de Chasse in Barvaux, 1 Michelinster
- **Nieuw** is dat de Jeunes Restaurateurs d'Europe vanaf zomer 2010 ook instaan voor de creatie van het ontbijt dat onze VIP Selection-reizigers krijgen aan boord van de Jetairfly-vluchten.
- Bij aankomst (zowel heen als terug) genieten onze reizigers van een *priority luggage* behandeling, waardoor hun bagage als eerste van de band rolt. Dit maakt deel uit van de *VIP Improved Service*, waarbij men ook champagne krijgt tijdens de vlucht, alsook een dagverse Belgische krant op de terugvlucht.
- Bij aankomst op de vakantiebestemming zorgt een rechtstreekse transfer van de luchthaven naar het hotel ervoor dat men zo snel mogelijk kan genieten van zijn vakantiehotel. **Nieuw** vanaf volgende zomer is dat we voor veel hotels niet enkel een rechtstreekse transfer voorzien, maar zelfs een individuele rechtstreekse transfer, per reservering. Op die manier verloopt de doorstroming aankomst – bagageclaim – transfer naar het hotel werkelijk naadloos, wat opnieuw resulteert in meer vakantiecomfort en -genot.

## VIP-trends in de voorbije twee decennia

Het vakantiegedrag is in constante beweging. Ook VIP Selection heeft een evolutie vastgesteld in zowel de vraag als het aanbod van luxevakanties.

- In het eerste decennium (jaren 90) werd vooral een diversificatie van het aantal bestemmingen genoteerd. Oorspronkelijk was er vooral interesse voor klassieke vakantiebestemmingen, zoals de Canarische eilanden of Griekse bestemmingen. Eenmaal kennis gemaakt met de formule van VIP Selection, groeide de vraag naar meer topvakanties op meer bestemmingen. VIP Selection kon daarop inspelen omdat ondertussen ook aan de aanbodzijde het gamma van luxehotels groeide. In de Caraïben werden de Dominicaanse Republiek, Mexico en later ook Jamaica sterk gevraagde VIP-bestemmingen, terwijl bij voorbeeld ook Turkije aan belang bleef winnen.
- Het voorbije decennium heeft **Turkije** zich gemanifesteerd als het land waar de meest tot de verbeelding sprekende nieuwe luxeresorts het daglicht zagen. In het oog springende voorbeelden hiervan zijn Rixos Premium Belek, Calista Luxury Resort en Amara Dolce Vita Tekirova, die qua architectuur, luxe en veelzijdigheid van de voorzieningen tot de top behoren van wat VIP Selection aanbiedt.
- De **allinclusiveformule** werd ook in het luxesegment geïntroduceerd en kent er de laatste jaren een zeer grote bijval. Deze all in onderscheidt zich onder meer door de keuze uit diverse restaurants – al dan niet à la carte, inbegrepen internationale alcoholische dranken, beauty & wellness, sporten,...
- De vraag naar, en het aanbod van **vakantievilla's** die deel uitmaken van luxueuze hotelresorts. De meerwaardezoeker vindt er een ideale combinatie van de privacy van een eigen villa met de verwennerij van hotelservice en -voorzieningen.
- Privacy en verwennerij behoren tot de sleutelwoorden van wie voor VIP Selection kiest. Een recente trend is de vraag naar **swimup-kamers**. Men heeft er onmiddellijke toegang, vanop het terras van zijn hotelkamer, tot het zwembad (9 hotels in ons aanbod). Andere hotels bieden zelfs upgradeted kamertypes aan, die beschikken over een eigen privé-zwembad (20 hotels in ons aanbod).

## 20 jaar VIP Selection : gerestylede brochure

Aan de vooravond van haar 20<sup>e</sup> verjaardag heeft VIP Selection tijdens panelgesprekken met reisagenten gepolst naar diverse desiderata. We hebben daaruit geleerd dat de VIP Selection-brochure hoog aangeschreven wordt wat inhoud, informatie en documentatie betreft.

Om tegemoet te komen aan de vraag om de brochure qua klasse nog een niveau hoger te tillen, worden in de nieuwe brochure naast de informatie nog meer – en meer tot de verbeelding sprekende – foto's gepubliceerd. Om hiervoor ruimte vrij te maken, worden de prijstabellen niet langer bij de hotelbeschrijving, maar in een afzonderlijk prijzenkatern gepubliceerd.

Ter gelegenheid van de 20<sup>e</sup> verjaardag, kreeg ook het VIP Selection logo een nieuwe look.



## "Le VIP" – "Culinair" – "Honeymoon"

VIP Selection richt zich tot de meest veeleisende categorie reizigers, waarbinnen men enkele subdoelgroepen kan onderscheiden. In ons aanbod richten wij ons onder meer tot liefhebbers van een goede gastronomie. Hotels die hiervoor sterk scoren, krijgen sinds vele jaren het **logo "Culinair"**. In het kader van de brochurerestyling wordt hieraan nu meer aandacht geschonken, met een foto en een motivatie waarom het hotel ons "Culinair" logo krijgt. Wij zijn ook hierbij zeer selectief tewerk gegaan. Slechts 29 van de in totaal 271 hotels krijgen dergelijk logo.

Het **"Le VIP" logo** werkt op dezelfde manier, met foto en argumentatie, en wordt toegekend aan dié hotels die werkelijk de top zijn op hun vakantiebestemming en die zich onderscheiden door hun luxe, service en architectuur. Opnieuw zeer selectief toegekend : 26 "Le VIP" logo's op een totaal van 51 bestemmingen.

Een belangrijke doelgroep – die vaak op zoek is naar deze beide logo's – zijn **honeymooners**. Ook voor hen is een logo voorzien, dat erop wijst dat in deze hotels speciale voorwaarden voor huwelijkskoppels gelden.

## 20 jaar VIP Selection : gratis pakket champagne voor snelle beslissers

Reizigers die vóór 31 januari een zomer 2010 vakantie reserveren, ontvangen **een pakket van drie flessen Champagne Autréau Brut Premier Cru**. Een topchampagne die o.m. wordt geschonken in klasserestaurants als Hof ter Eycken (Ninove), Duc de Bourgogne (Brugge), Sir Anthony van Dijck (Antwerpen) en La Truffe Noire (Brussel).

**VIP Selection** : brochure, info en reserveringen bij de reisagent of op [www.vip-selection.be](http://www.vip-selection.be)