



ZAGRANICZNE WAKACJE POLAKÓW 2017

W sezonie letnim 2017 (28.04.2017 - 16.08.2017)

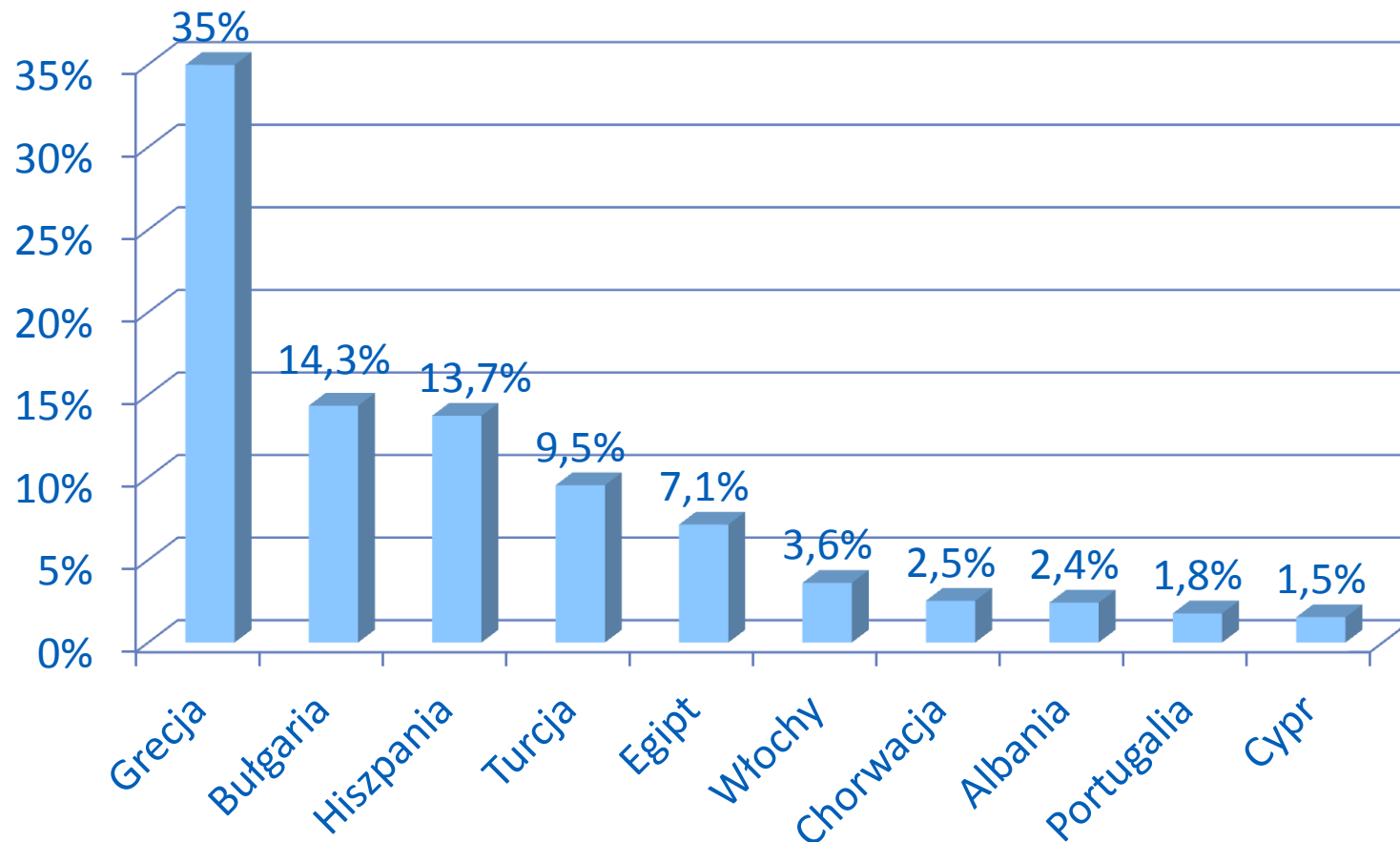
METODOLOGIA RAPORTU

- Raport dotyczy zorganizowanych wyjazdów Polaków w okresie od 28 kwietnia do 31 sierpnia 2017 r., rezerwowanych do 16 sierpnia 2017
- Raport podsumowuje trendy w zorganizowanej turystyce wyjazdowej klientów polskich biur podróży w sezonie letnim 2017
- W celu sporządzenia raportu zebrano dane o sprzedaży oferty i o odbywanych podróżach klientów. Dane pochodzą z systemów rezerwacyjnych trzech wiodących na polskim rynku multi-agentów turystycznych: Fly.pl, Travelplanet.pl i Wakacje.pl, którzy dystrybuują oferty wszystkich polskich touroperatorów, prowadzących sprzedaż w modelu agencyjnym.
- Zebrane dane zostały przetworzone tak, aby reprezentowały przekrojowo polski rynek letnich podróży zorganizowanych
- Ze względu na równomierny udział oferty największych polskich touroperatorów, dane są reprezentatywne dla całego rynku.



KIERUNKI – UDZIAŁ W RYNKU

Najbardziej popularne kraje

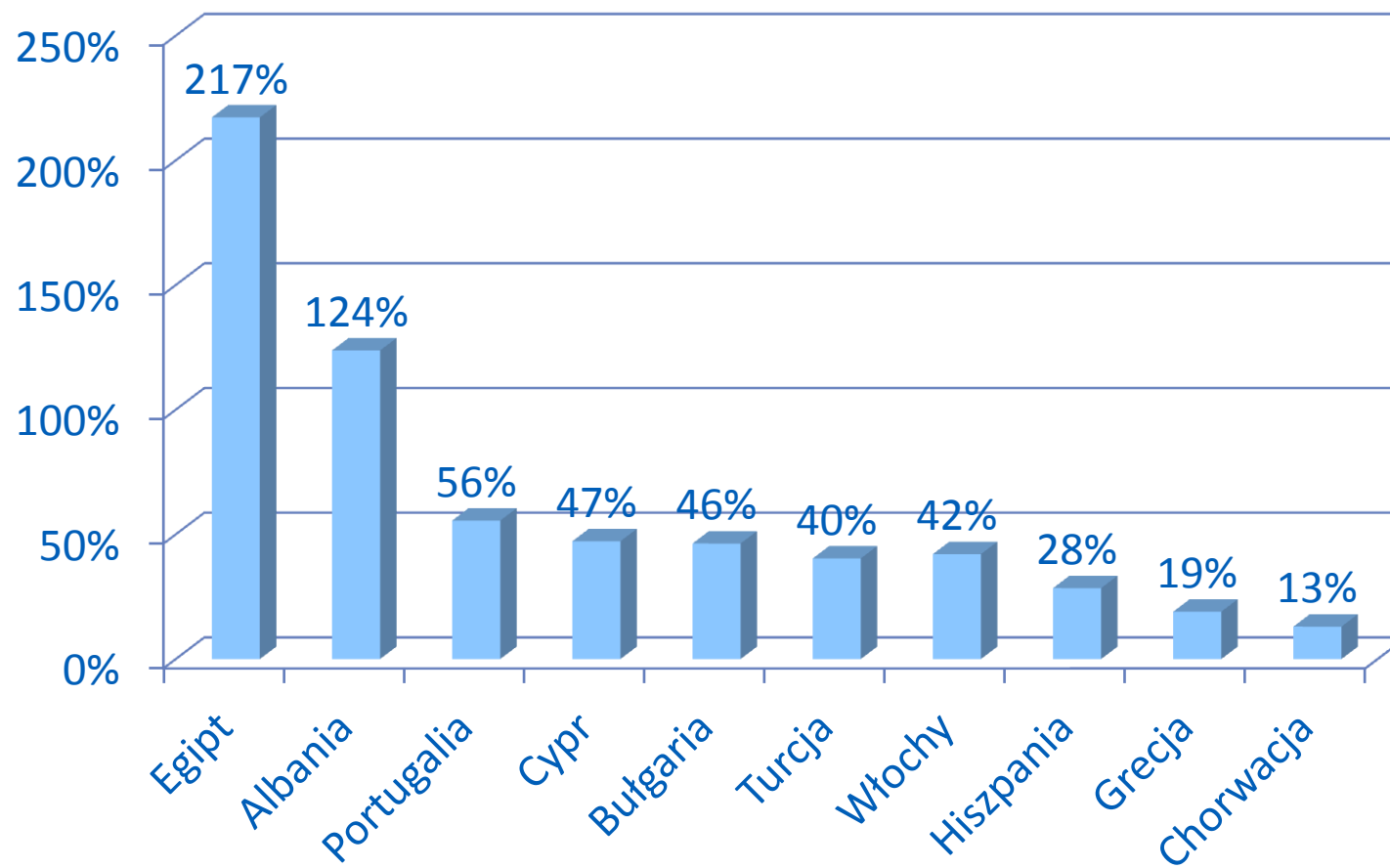


NAJWAŻNIEJSZE KIERUNKI WYJAZDÓW

- Kontynuacja zapoczątkowanego w 2015 roku trendu wypierania krajów Egiptu i Turcji z pierwszej trójki ulubionych kierunków wakacyjnych
- Podobnie jak rok temu, Grecja była ulubionym kierunkiem Polaków udających się na letnie wakacje z biurami podróży
- Bułgaria w wysokim sezonie wychodzi na drugą pozycję przesuwając Hiszpanię na trzecie miejsce. Pokazuje to wciąż wysokie zapotrzebowanie na relatywnie tańsze produkty w okresie wakacji szkolnych
- Nadal bardzo wysoka sprzedaż Turcji, która jednak po zawirowaniach politycznych w 2016 nie wróciła do pierwszej trójki ulubionych kierunków
- Chorwacja w tym roku notuje ogromne wzrosty popularności wśród polskich turystów, jednak ponieważ jest to kierunek wybierany częściej przez podróżujących indywidualnie z dojazdem własnym. W biurach podróży obserwujemy niższą jego sprzedaż i dlatego zajmuje niższą pozycję na liście



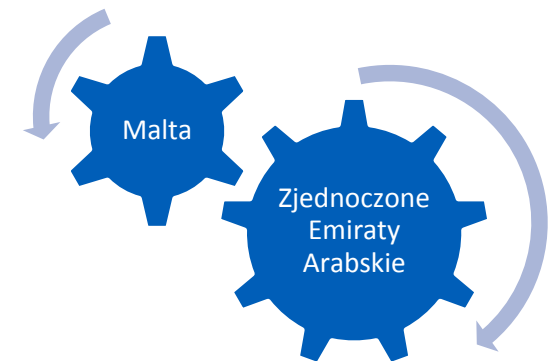
NAJPOPULARNIEJSZE KIERUNKI I ICH DYNAMIKA WZROSTU 2016/2017



Porównanie dynamiki wzrostu popularności poszczególnych krajów w wyjazdach Polaków z biurami podróży w okresie od 28 kwietnia do 31 sierpnia 2017 do analogicznego okresu w roku 2016

NAJWAŻNIEJSZE KIERUNKI WYJAZDÓW

- Trzy najbardziej popularne kierunki – Grecja, Bułgaria i Hiszpania skumulowały 2/3 ruchu turystycznego, organizowanego przez biura podróży.
- 30 proc. wszystkich klientów biur podróży odpoczywało od maja do końca sierpnia na 5 greckich wyspach (Kreta, Rodos, Zakynthos, Korfu i Kos), jednak dynamika wzrostu Grecji spadła
- Egipt wydobywa się z turystycznej zapaści. W tym sezonie bardzo pomógł mu wyjątkowo wysoki poziom wczesnych rezerwacji.
- Trzecim krajem o najbardziej rosnącej popularności jest Albania. To największy beneficjent wstrzemięźliwości turystów przed wyjazdami do Egiptu i Turcji.
- Bardzo duża (ponad 250%) dynamika sprzedaży Zjednoczonych Emiratów Arabskich, które od niedawna weszły do oferty wyjazdów letnich

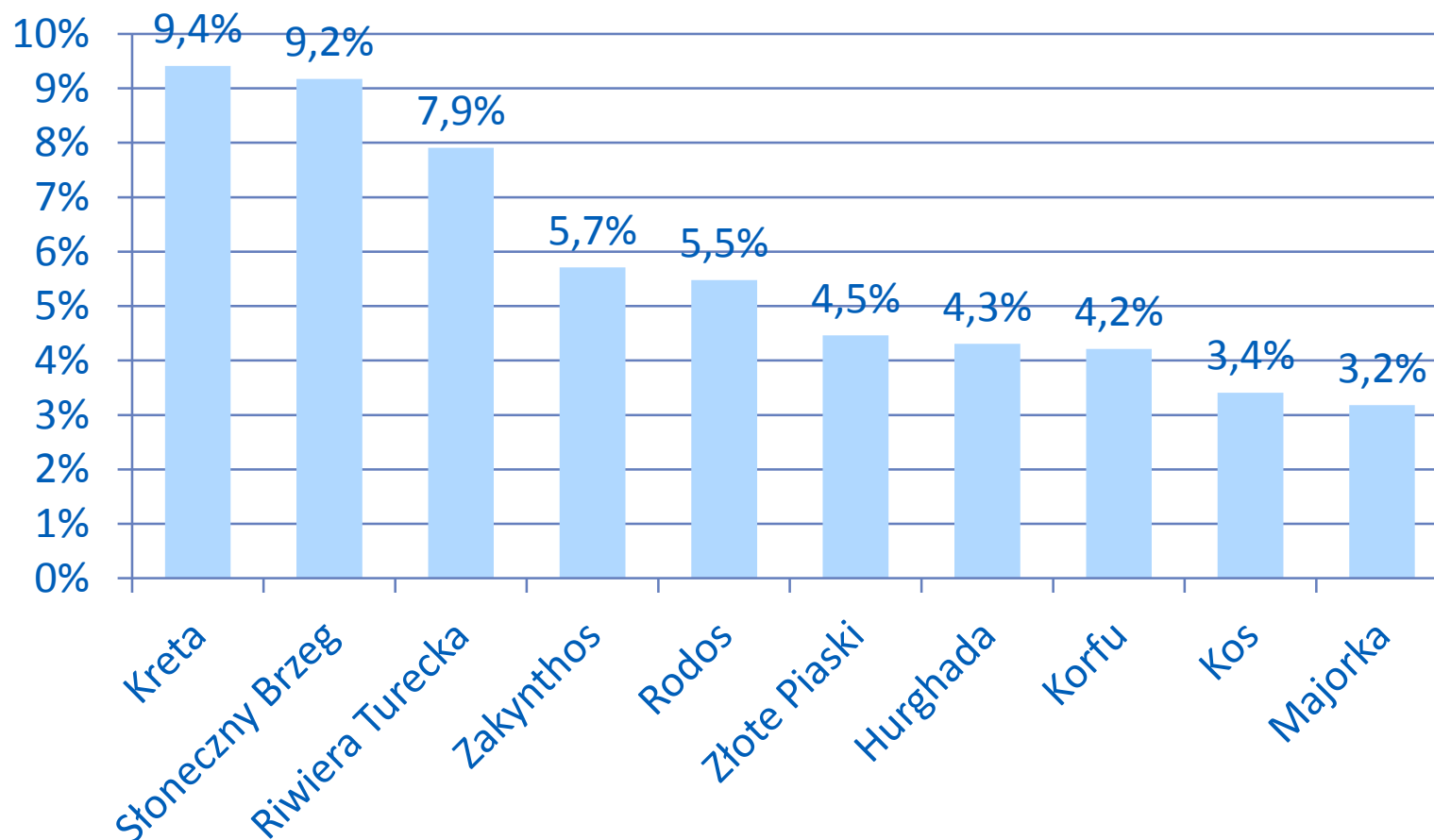


Kraje poza pierwszą dziesiątką najpopularniejszych, charakteryzujące się dużą dynamiką wzrostu sprzedaży



NAJPOPULARNIEJSZE MIEJSCA TURYSTYCZNE TOP 10

Udział w rynku

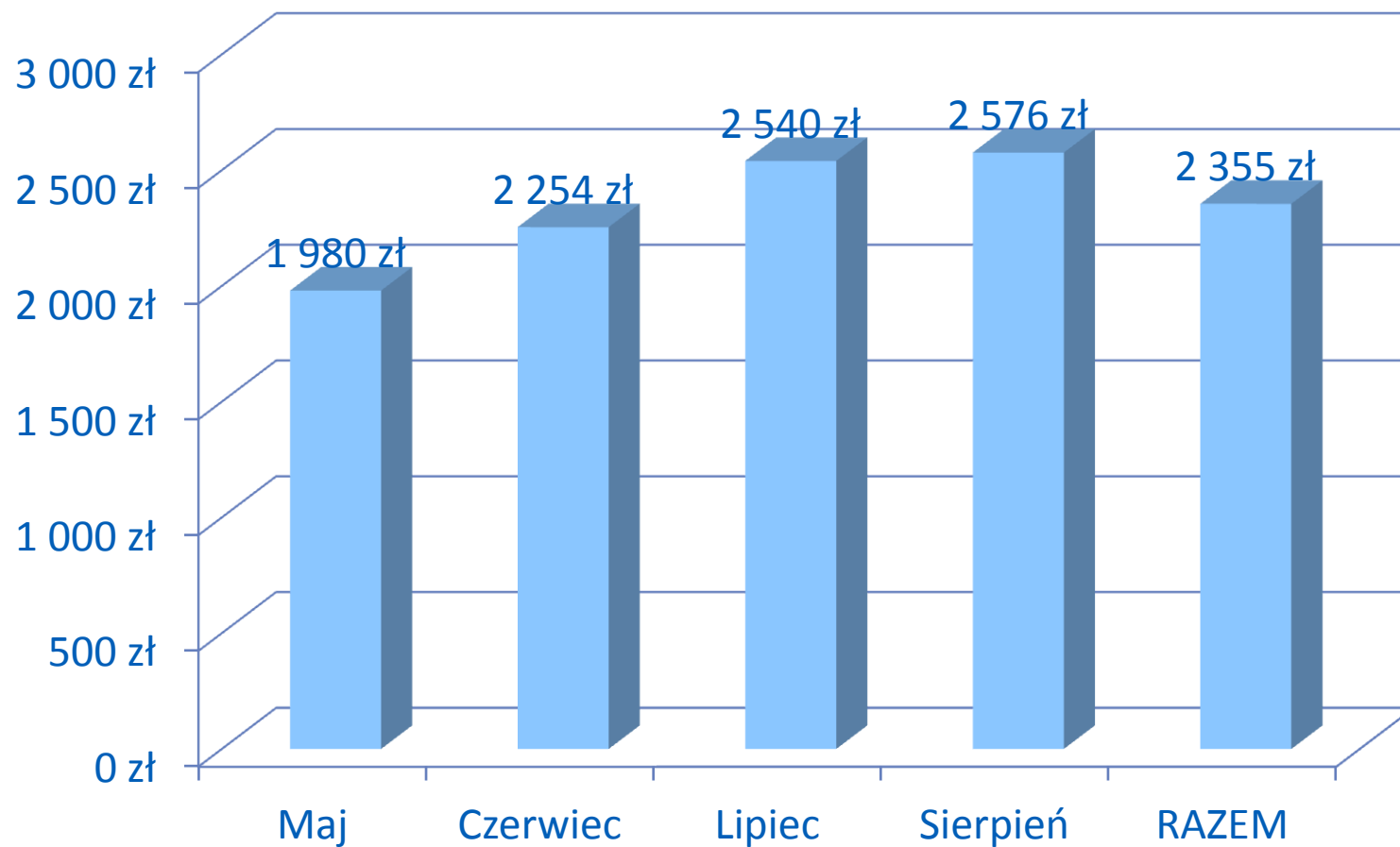


ŚREDNIA CENA WAKACJI

- Za wakacje w Grecji, Bułgarii i Hiszpanii Polacy musieli w tym roku zapłacić więcej od 3% (Bułgaria i Hiszpania) do 10% (Grecja).
- Cena wakacji rok do roku zmieniała się zaledwie o 2-3%, a wzmożona popularność Egiptu wynika z atrakcyjności cenowej względem innych kierunków.
- O 22% wzrosła cena wyjazdów do Turcji, mimo to znajduje duże zainteresowanie wśród polskich turystów.
- Zwiększony popyt na wyjazdy powoduje wzrost cen, mimo spadku cen paliwa lotniczego.
- W pierwszej dziesiątce najpopularniejszych krajów spadek cen odnotowała Portugalia (-4%) i Chorwacja (-8%). Niższa cena spowodowała, że Portugalia osiągnęła dynamikę 56%.
- Chorwacja – spadek średniej wartości rezerwacji spowodowany jest faktem, że turyści znacznie częściej wybierali tańsze niż samolotowe wyjazdy autokarowe oraz z dojazdem własnym.

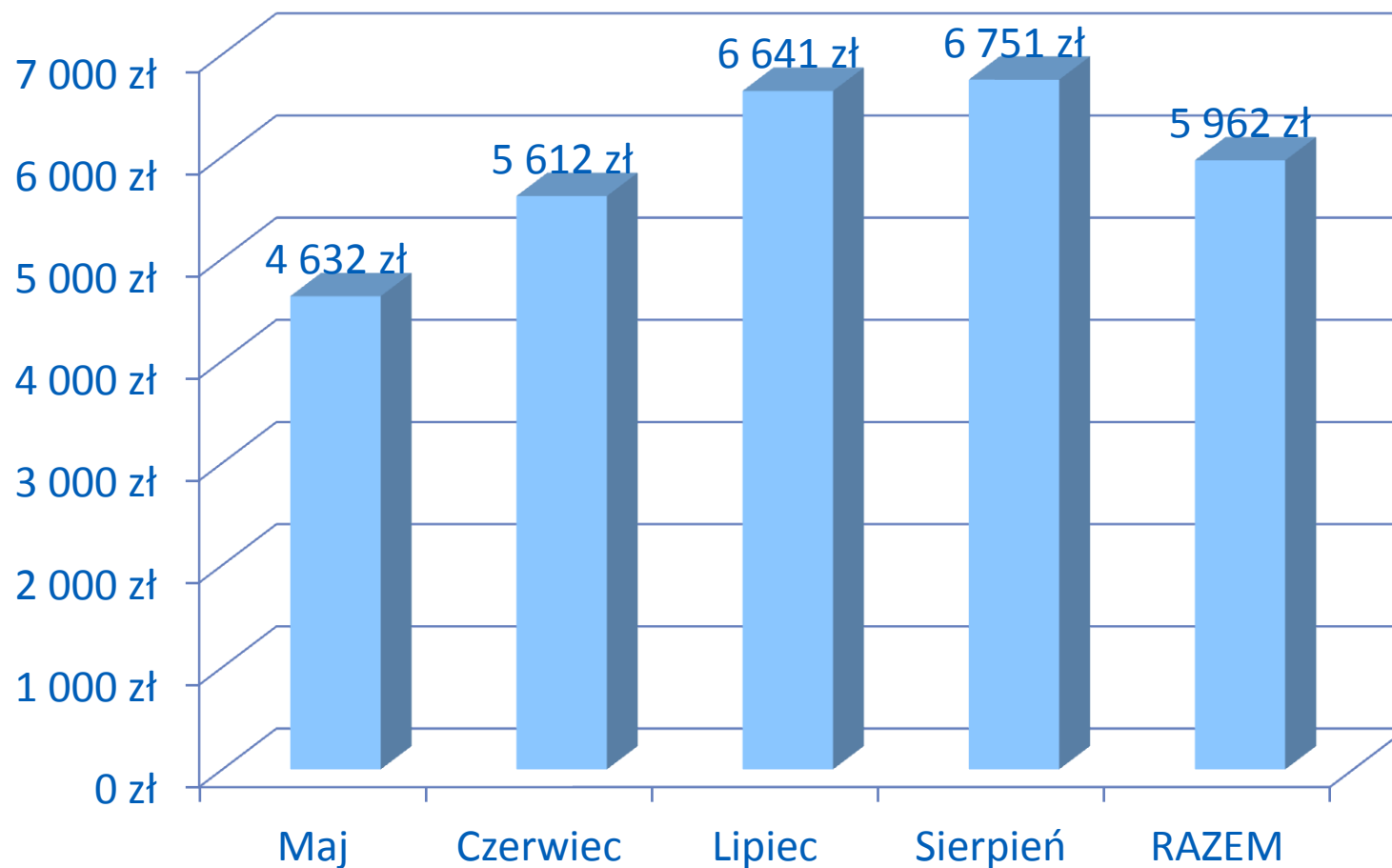


ŚREDNIA CENA WYCIECZKI NA JEDNĄ OSOBĘ



Średnie ceny wycieczki z biurem podróży, liczonej na jednego klienta (łącznie z dopłatami za dzieci)

ŚREDNIA CENA CAŁEJ REZERWACJI



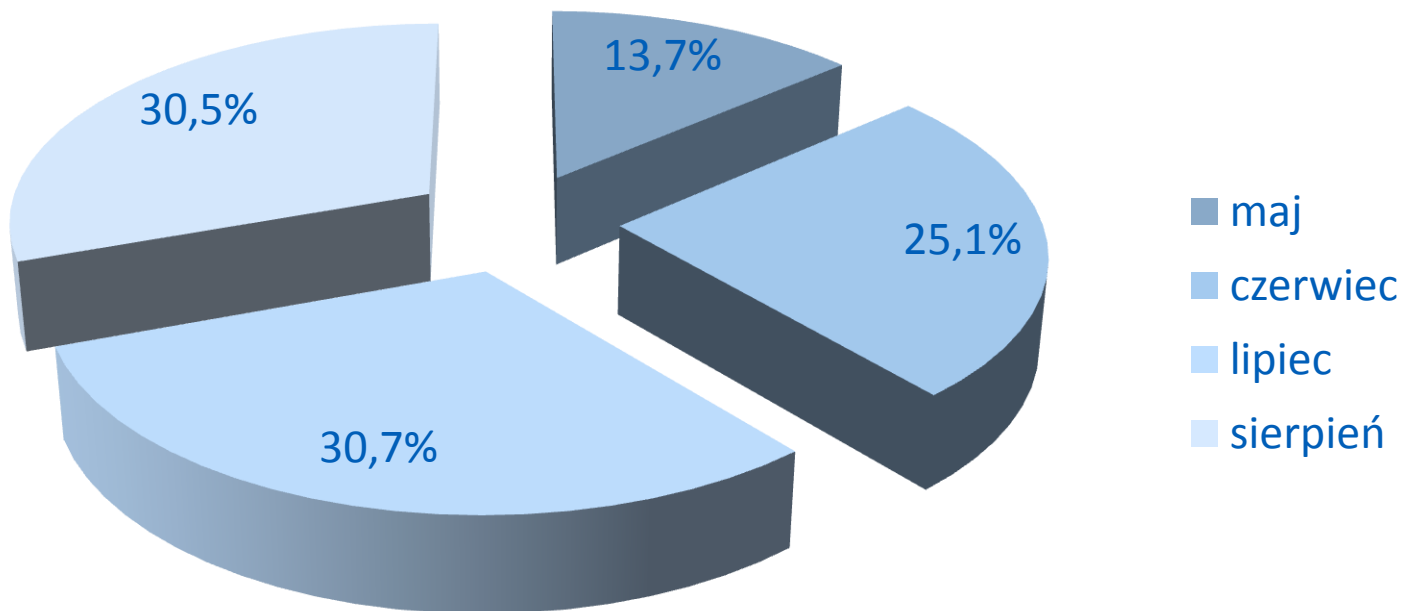
TERMIN WYLOTU

- Klienci w przeważającej mierze wybierają wyjazdy w miesiące wakacyjne: lipiec i sierpień
- W tym roku pod względem sprzedanych wyjazdów wyjątkowo udany był czerwiec. To efekt m.in. o tydzień wcześniej rozpoczętych wakacji szkolnych
- Maj powoli dołącza do „miesiący wakacyjnych”, na co wpływ miały sprzyjające okoliczności: bardzo ciepła wiosna na południu Europy
- Branża szacuje, że wrzesień również będzie „przedłużeniem wakacji”. Poziom rezerwacji na tygodnie wrześniowe (niepokazane w raporcie) jest bardzo wysoki



TERMIN WYLOTU W SZCZYCIE SEZONU

Udział procentowy



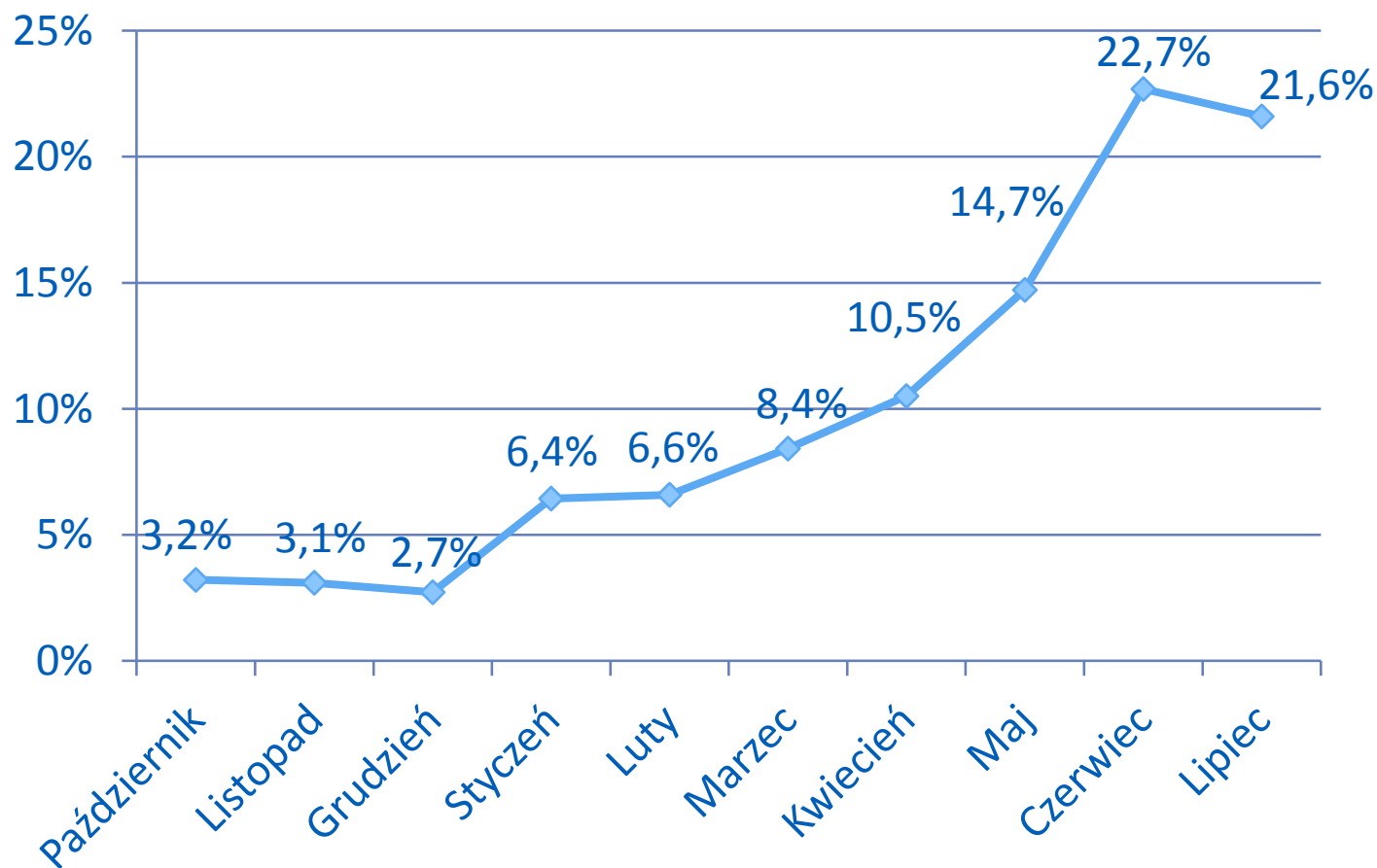
TERMIN REZERWACJI

- Polacy kupują coraz więcej i coraz wcześniej. Prawie 8 % klientów jest gotowych do rezerwacji letniego urlopu prawie rok wcześniej (październik, listopad, grudzień)
- Wzrost udziału first minute to również oznaka dojrzałości rynku. Klienci przekonali się w ubiegłych latach, że kupując na ostatnią chwilę mamy znacznie mniejszy wybór ofert.
- Nadal króluje last minute, ale na przestrzeni ostatnich lat sprzedaż rozkłada się coraz bardziej równomiernie. Dla branży turystycznej to dobra tendencja, ponieważ sprzedaż przenosi się poza szczyt sezonu
- Dobre prognozy na rok 2018: większość organizatorów turystyki już we wrześniu zacznie przedsprzedaż sezonu letniego 2018



TERMIN REZERWACJI WYJAZDÓW

Udział procentowy



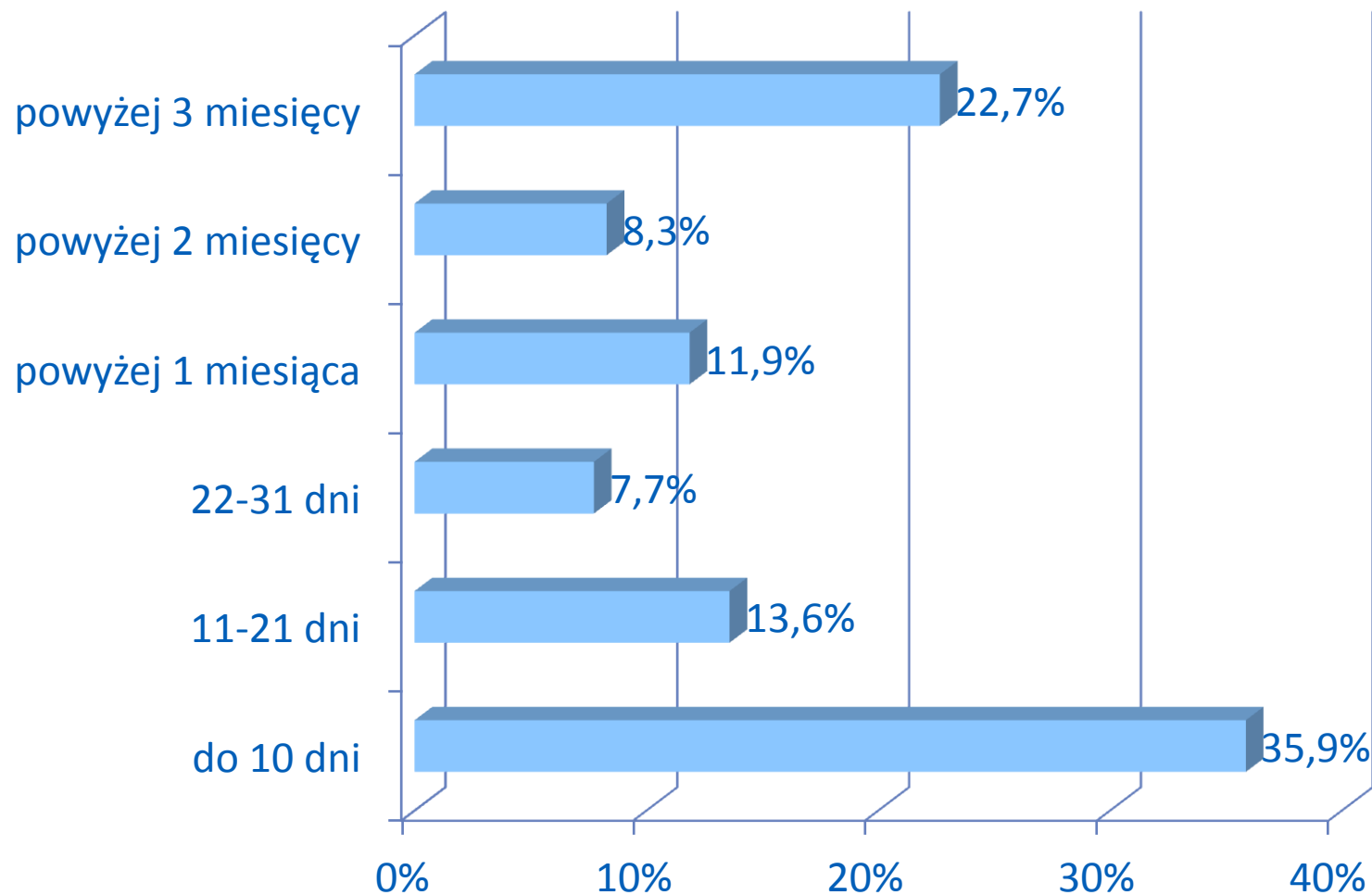
Udział procentowy rezerwacji dla wylotów w okresie od 28 kwietnia do 31 lipca 2017, dokonywanych w poszczególnych miesiącach (od października 2016 do lipca 2017)

TERMIN REZERWACJI – ODLEGŁOŚĆ OD WYJAZDU

- Zaobserwować można wyjątkowo niski odsetek rezerwacji do 10 dni przed wylotem oraz wyjątkowo wysoki odsetek rezerwacji przynajmniej na dwa miesiące przed wylotem.
- Spadek tendencji do zakupu ofert last minute oraz wzrost sprzedaży w opcji first minute obserwujemy od kilku sezonów, jednak obecnie obydwa trendy zostały bardzo wzmocnione.
- Duża przedsprzedaż spowodowała, że oferta last minute dla najbardziej popularnych kierunków była skąpa i mało atrakcyjna cenowo (z wyjątkiem Egiptu i Turcji, które dzięki temu zdobyły wyjątkowo wielu klientów, nastawionych na ciekawe cenowo oferty o wysokim standardzie pobytu i wyżywienia).
- Można zaryzykować stwierdzenie, że z powyższych powodów przyszły sezon będzie sprzedawany w jeszcze większym stopniu na kilka miesięcy wcześniej



ODLEGŁOŚĆ TERMINU REZERWACJI OD TERMINU WYJAZDU



Udział procentowy terminów rezerwacji dokonywanych dla wylotów w okresie od 28 kwietnia do 31 sierpnia 2017

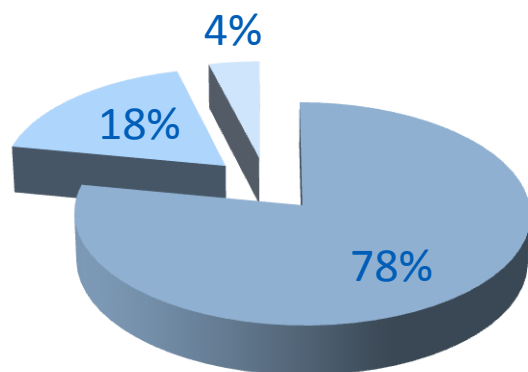
DŁUGOŚĆ POBYTU

- Polacy wolą jeździć częściej, ale na krócej. Urlopy dwutygodniowe w szczycie sezonu planuje mniej niż co piąta rodzina
- W wyjazdach zorganizowanych powoli powstaje nowy segment rynku: wyjazdy 3,4-dniowe, city-breaks, przedłużone weekendy
- Wyjazdy dwutygodniowe pozostają domeną lipca i sierpnia i zainteresowane są nimi głównie rodziny z dziećmi
- Poza sezonem wakacji szkolnych dominują wyjazdy jednodniowe dwóch osób dorosłych
- Branża od dawna postuluje u ustawodawcy „wydłużenie” wakacji letnich i ich zdywersyfikowanie na województwa, podobnie jak to kilka lat temu zostało zrobione z feriami zimowymi.



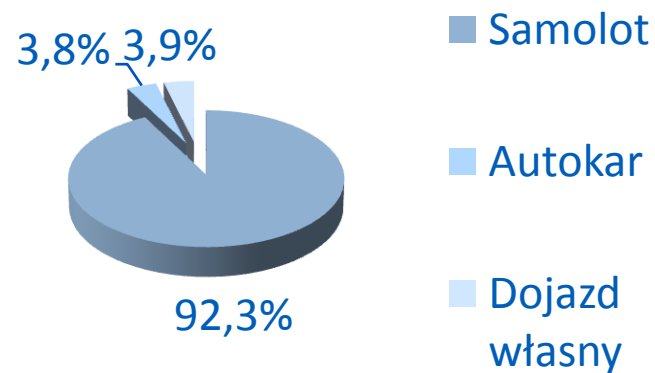
DŁUGOŚĆ POBYTU I RODZAJ DOJAZDU

Długość pobytu



- Do 7 dni
- 8-14 dni
- Inne

Dojazd



- Samolot
- Autokar
- Dojazd własny

RODZAJ DOJAZDU

- Widać zdecydowaną dominację wycieczek samolotowych
- Spada udział turystyki autokarowej (w ubiegłych latach wynosił on odpowiednio 5% i 4 %)
- Rosnącą popularność wycieczek samolotowych można tłumaczyć tym, że jesteśmy coraz bardziej wygodni oraz faktem, że spadły ceny połączeń lotniczych z południem Europy.
- Z wyjątkiem klientów mieszkających na południu Polski spada udział w rynku wycieczek z dojazdem własnym
- Na polskim niebie pojawili się nowi przewoźnicy czarterowi. Ponadto trwa zaostrzona walka pomiędzy tanimi liniami lotniczymi oraz przewoźnikami regularnymi. Oznacza to więcej dostępnych połączeń i niższe ceny przelotów.



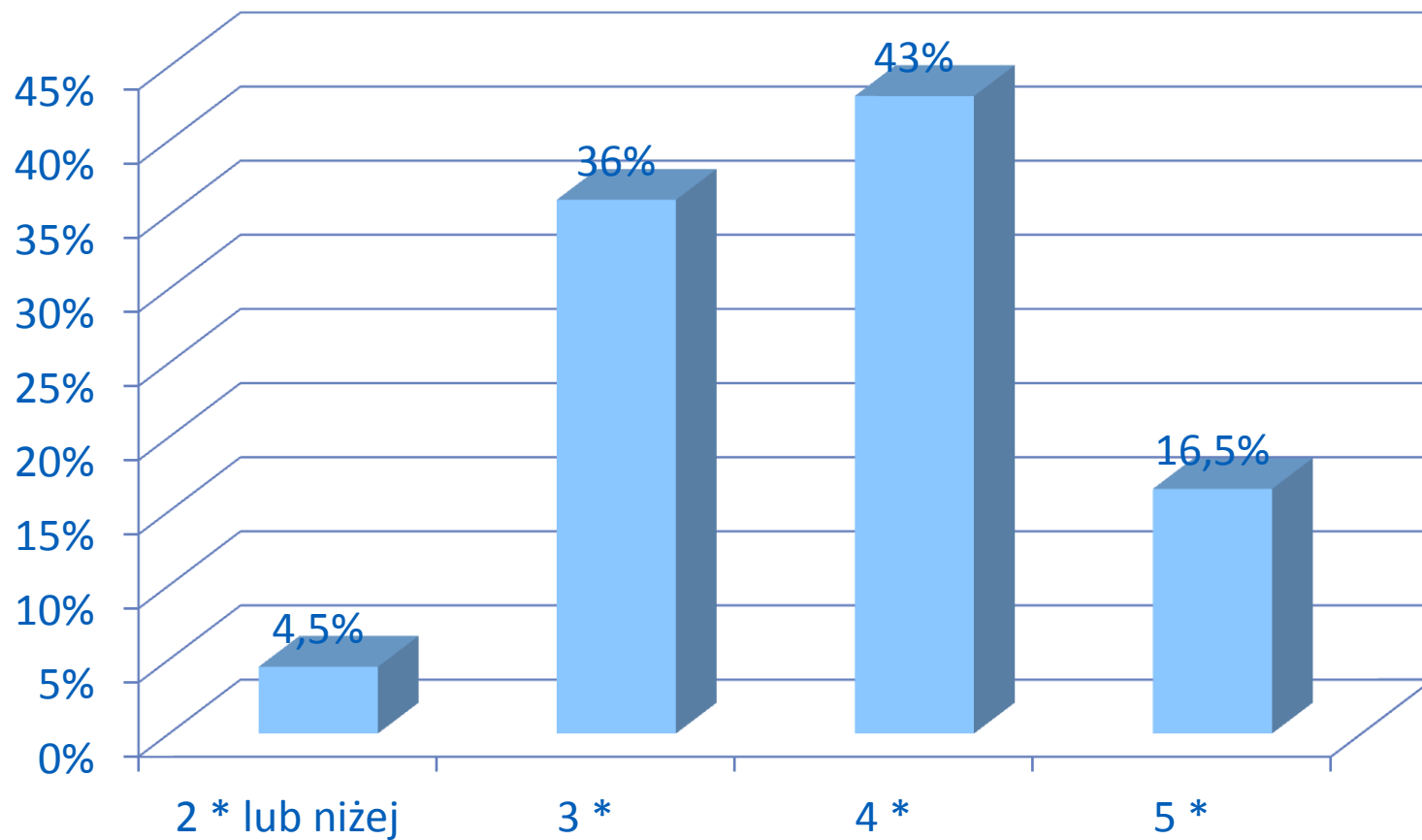
OPCJE POBYTU

- Polski turysta najchętniej wyjeżdża na tygodniowe wakacje w hotelach o wysokim standardzie.
- Polacy coraz częściej wyjeżdżają na zagraniczne wakacje, co wpływa na rosnące oczekiwania i bardziej świadomy wybór miejsca wypoczynku.
- Zwracają uwagę na położenie i standard hotelu, dodatkowe atrakcje czy wyżywienie. Za większy komfort decydują się płacić więcej.
- Wyżywienie all inclusive jest dzisiaj standardem, a nie luksusem. Polacy oczekują takiej formuły wyżywienia nie tylko na kierunkach dotychczas z nią kojarzonych (Egipt, Turcja, Tunezja), ale również na kierunkach europejskich. Wynika to z potrzeby wygodny, jest to też wybór bardziej ekonomiczny.



OPCJE POBYTU

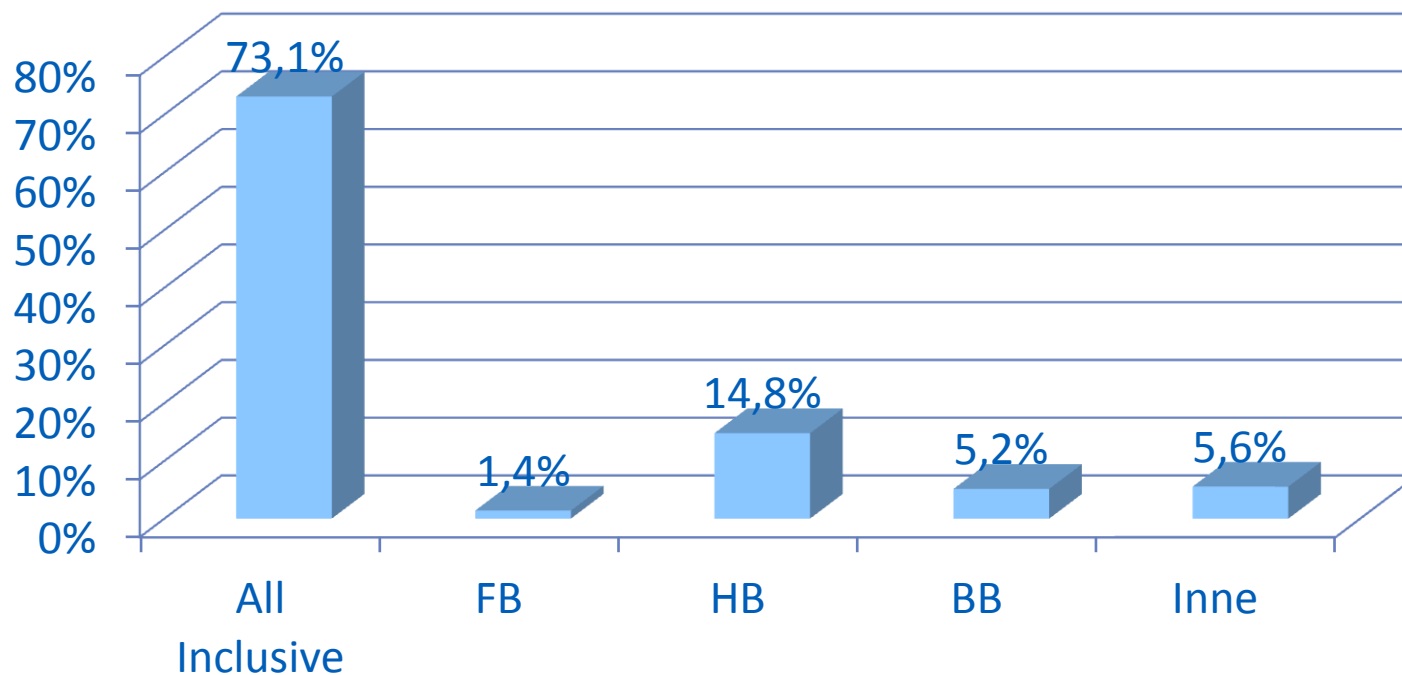
Kategoria zakwaterowania



Udział procentowy imprez turystycznych ze względu na wybierany standard zakwaterowania

OPCJE POBYTU

Rodzaj wyżywienia



FB – Full Board (śniadanie, obiad i kolacja)
HB – Half Board (śniadanie i obiad)
BB – Bed & Breakfast (tylko śniadanie)

AUTOR RAPORTU



Polska Izba Turystyki jest największą ogólnopolską organizacją samorządu gospodarczego przemysłu turystycznego, której dwudziestopięcioletnie działalność to okres skutecznych starań o nowy kształt biznesu turystycznego w Polsce. Jest pełnoprawnym członkiem Europejskiej Organizacji Związków Biur Podróży Unii Europejskiej (ECTAA). Polska Izba Turystyki posiada swoje przedstawicielstwa w: Białymstoku, Bydgoszczy, Katowicach, Łodzi, Olsztynie, Poznaniu, Gdańsku, Warszawie, Szczecinie, Wrocławiu i Krakowie.

Członkami Polskiej Izby Turystyki są najważniejsze i największe: biura podróży, agencje turystyczne, towarzystwa ubezpieczeniowe, wyższe szkoły turystyczne, znani przewoźnicy, gestorzy bazy noclegowej, atrakcji turystycznych i kulturalnych, korporacje targowe, a także inni przedstawiciele szerokiej reprezentacji branży turystycznej.

Europejska Organizacja Związków Biur Podróży Unii Europejskiej (ECTAA) to stowarzyszenie zrzeszające samorządy gospodarcze krajów członkowskich Unii Europejskiej, w których zrzeszeni są agenci turystyczni i organizatorzy turystyki. Organizacja założona została w 1961 roku w Bad Kreuznach w Niemczech przez sześć organizacji założycielskich. Obecnie ECTAA reprezentuje interesy stowarzyszeń agentów i touroperatorów 26 krajów członkowskich UE. Jedynym przedstawicielstwem Polski w ECTAA jest Polska Izba Turystyki.



PARTNERZY RAPORTU



Działające od 2007 roku internetowe biuro podróży, oferujące pod adresem www.fly.pl starannie dobraną, kompletną ofertę wszystkich największych organizatorów turystyki, a także bilety ok. 640 linii lotniczych z całego świata i ok. 230.000 hoteli i obiektów wakacyjnych. Firma jest członkiem Polskiej Izby Turystyki, Polskiego Związku Organizatorów Turystyki, członkiem-założycielem Izby Gospodarki Elektronicznej, uczestnikiem programu lojalnościowego Payback, a także laureatem wielu prestiżowych tytułów i konkursów, m.in. „Strona Roku 2015” eCommerce Awards. Wszystkie rezerwacje Klientów Fly.pl objęte są Gwarancją Najniższej Ceny oraz Gwarancją Zwrotu Środków.



Największy polski multiagent w turystyce sprzedający przez internet, call center oraz salony podróży, ofertę starannie sprawdzonych, największych polskich organizatorów wyjazdów. Ma w ofercie także bilety lotnicze, hotele, ubezpieczenia podróżne i umożliwia wynajem samochodów w dowolnym miejscu na świecie. Travelplanet.pl to laureat platynowego trofeum "NAGRODA FAIR PLAY" oraz najlepszy serwis rezerwacyjny według portalu interaktywnie.pl, który sporządził ranking w oparciu o oceny ekspertów branży internetowej. W 2015 roku po raz dziewiąty Travelplanet.pl zajął pierwsze miejsce w rankingu sklepów internetowych (turystyka) Money.pl. W 2014r. Travelplanet.pl został Narodowym Championem w konkursie European Business Awards na najbardziej innowacyjne i dynamiczne firmy w Europie.



Pionier polskiej e-turystyki i największy multiagent zorganizowanej turystyki wyjazdowej, na rynku od 1999 r. Szerokie i kompleksowe portfolio produktowe tworzą oferty zorganizowanych wyjazdów zagranicznych i krajowych ponad 100 biur podróży, bilety lotnicze, ubezpieczenia podróżne, parkingi przy lotniskach i bony turystyczne. Z oferty Wakacje.pl skorzystało ponad 1 000 000 klientów. Firma prowadzi działalność w trzech kanałach dystrybucji: w Internecie, call center i ponad 90 salonach sprzedaży. Wakacje.pl to również unikalna i największa baza polskojęzycznych opinii o hotelach oraz największe turystyczne forum dyskusyjne. Wakacje.pl zdobyły wyróżnienia konsumenckie oraz branżowe, w tym Złoty Laur Konsumenta 2014 – 2016. Flagowa marka spółki Wakacje.pl S.A., od 2016 roku należącej do Wirtualna Polska Holding SA.





Dziękujemy za uwagę!

Więcej informacji:

Marzena Markowska

rzecznik@pit.org.pl

22 826 55 36

698 400 088