

RAPORT PODRÓŻNIKA 2020



SPIS TREŚCI

- 3** FAKTY I LICZBY
- 4** JAK ODPOCZYWALIŚMY W 2019 R.
- 5** TERMIN WYLOTU
- 6** TERMIN REZERWACJI
- 8** WARTOŚĆ REZERWACJI
- 10** DOKĄD LATAMY NA WAKACJE
- 12** TOP 3 DESTYNACJI
- 13** CZY WYPOCZYWAMY LUKSUSOWO?
- 15** JAK DŁUGIE WAKACJE Z BIUREM PODRÓŻY
- 17** LICZBA OSÓB NA REZERWACJĘ
- 18** BADANA GRUPA
- 19** METODOLOGIA
- 20** IDEA
- 21** KONTAKT
- 22** LISTA TABEL

FAKTY I LICZBY

7% o tyle więcej trzeba było w 2019 roku zapłacić za przeciętne wakacje w porównaniu z 2018

32% taki odsetek turystów wyjechał na urlop w najbardziej popularnych miesiącach, a więc w lipcu i sierpniu

42% tylu turystów zarezerwowało swoje wakacje na przynajmniej 2 miesiące przed wylotem

24% tylu turystów zdecydowało się na wakacyjny wyjazd na 10 i mniej dni przed wylotem

30 dni tak długo trzeba było pracować na przeciętne wakacje w 2019 roku (średnia rezerwacja to 6026 zł)

22% tylu turystów wyleciało na wakacje do Grecji w 2019 roku

21% tylu turystów wyleciało na wakacje do Turcji w 2019 roku

27% taki odsetek turystów wypoczywał w 2019 roku w hotelach 5*

80% taki odsetek turystów wybrał wyżywienie All Inclusive

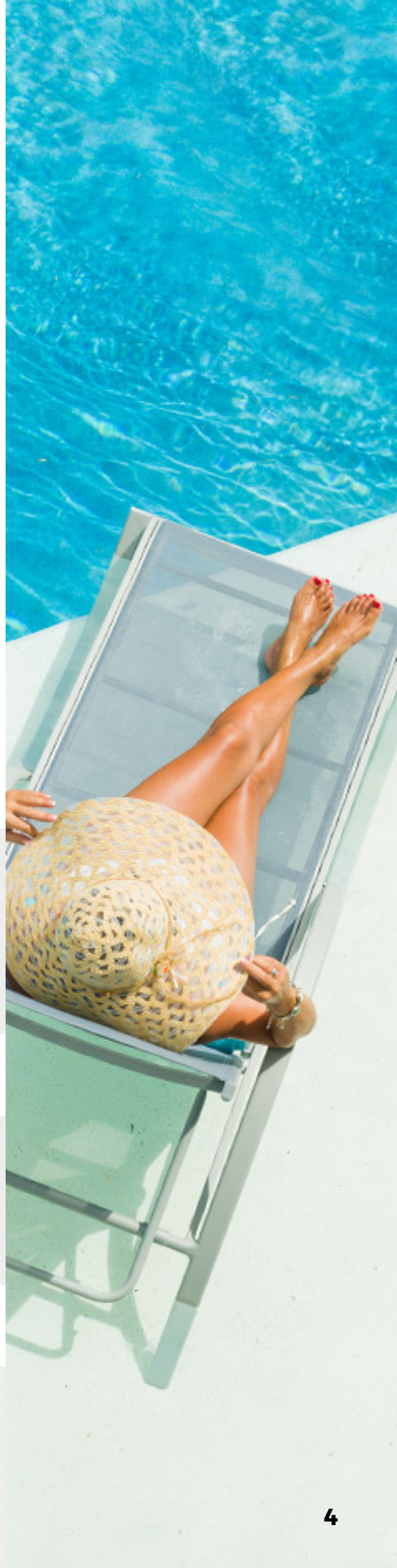
71% tylu turystów wyjechało na wakacje trwające tydzień

JAK ODPOCZYWALIŚMY w 2019 r.

41-letnia kobieta planując wakacje ma poważny dylemat: **wypoczynek w Grecji czy w Turcji?** Za rezerwację wczasów z jedną lub dwoma osobami towarzyszącymi, **zapłaci ok. 7% więcej** niż rok wcześniej, ale komfort będzie taki jak nigdy: hotel cztero- a może nawet pięciogwiazdkowy, wakacje definitywnie w formie **All Inclusive**. Ważne, by kupić je przynajmniej na dwa, trzy miesiące przed wylotem. Wypoczynek najchętniej w lipcu i sierpniu, ale równie dobrze w czerwcu bądź we wrześniu. Potrwa tydzień, z opcją ewentualnego wydłużenia go o parę dni.

Taki obraz przeciętnego polskiego klienta biur podróży oraz jego preferencji wakacyjnych w 2019 roku wyłania się z analizy wyjazdów ponad 200 tysięcy klientów Travelplanet.pl, rezerwowanych za pośrednictwem internetu, telefonicznego Centrum Rezerwacji, oraz Punktów Obsługi Klienta Travelplanet.pl, rozmieszczonych w polskich miastach (blisko 180 placówek).

Największym zmartwieniem łowców superokazji, którzy liczyli na powtórkę wielkich przecen z 2018 roku była **bardzo mała liczba tanich ofert last minute**. Trzęsienie ziemi w Albanii i upadek Neckermann Polska to dwa najważniejsze wydarzenia, które mogły zatrząść polskim rynkiem turystyki wyjazdowej. Jednak katastrofa w Albanii nastąpiła jesienią, a więc już po głównym sezonie wyjazdów do tego kraju, a upadek biura Neckermann Polska w konsekwencji bankructwa jego właściciela, Thomasa Cooka, nie wymagał nawet interwencji Turystycznego Funduszu Gwarancyjnego. Roszczenia klientów pokryła bowiem w całości gwarancja ubezpieczeniowa polskiego touroperatora.

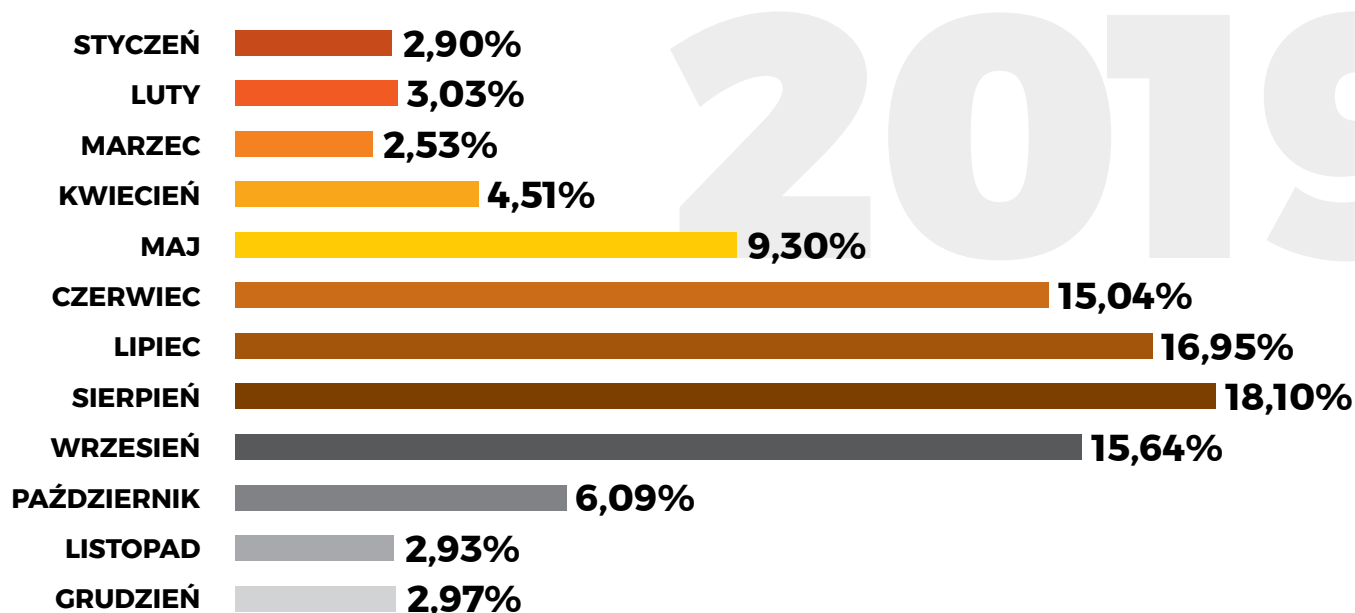


TERMIN WYLOTU

Na wypoczynek polscy turyści wciąż decydują się przede wszystkim w sezonie letnim. Ale 2019 był kolejnym rokiem, w którym ten sezon coraz bardziej rozciągał się na miesiące wiosenne i jesienne. **Szczyt sezonu letniego** 2019 (lipiec i sierpień) stanowi **32% wyjazdów**, czyli o 3 pkt procentowe mniej niż w takim samym okresie 2018. Wyjazdy w czerwcu i wrześniu to bardzo podobny odsetek w porównaniu z rokiem 2018 (ok. 31%). W roku 2019 sezon rozciągnął się natomiast w zauważalnym stopniu na październik – tu w porównaniu z październikiem 2018 wzrost wynosi 1,5 pkt procentowego (z 4,5% do po-

nad 6%). Przesuwanie wyjazdów na niski sezon związane jest najprawdopodobniej z optymalizowaniem kosztów wakacji w sytuacji, gdy trudno jest upolować korzystne cenowo oferty w szczycie sezonu.

Osobnym zjawiskiem w polskiej turystyce jest **długi weekend majowy**. Dzięki temu, kolejny rok z rzędu maj cieszy się **rekordową**, przekraczającą 9% frekwencją. Stoją za nią nie tylko kaprysy pogodowe w Polsce, czy korzystny układ kalendarza. Majówka na stałe wpisana została jako ważny termin wyjazdu na wypoczynek.



Wyższe ceny w lipcu i sierpniu oraz dostępność najpopularniejszych kierunków także jesienią sprawiły, że „sezon wakacyjny” wydłużył się o miesiąc. Korzystne oferty w październiku oraz dobra pogoda w basenie Morza Śródziemnego przyciągały klientów poszukujących okazji. Niewykluczone, że tendencja ta utrzyma się również w 2020 roku.

Robert Gołuński
prezes Travelplanet.pl

”

Szczegółowe dane i porównanie
w tabeli na stronie 23

TERMIN REZERWACJI FIRST CZY LAST MINUTE



VS



LAST MINUTE
(0-10 dni do wylotu)

24%



FIRST MINUTE
(2+ miesiące do wylotu)

42%

Od kilku sezonów turyści rezerwują wakacje wyjątkowo wcześnie. W ubiegłorocznym Raporcie Podróżnika pisaliśmy o **rekordach wczesnych rezerwacji** i skali tego zjawiska, która przekroczyła poziom rezerwacji last minute. W 2019 roku te parametry jeszcze bardziej się poprawiły.

Wakacje na więcej niż **2 miesiące przed wylotem** zarezerwowało blisko **42%** klientów biur podróży wobec niecałych 38% w 2018 roku. Wakacje **last minute** (na 10 i mniej dni przed wylotem) rezerwowało natomiast niecałe **24%** turystów wobec ponad 31% w 2018. Bardziej szczegółowa analiza pokazuje, że aż **33%** wszystkich rezerwacji w 2019 roku dokonano na **3 i więcej miesięcy** przed rozpoczęciem imprezy. Takie dane to nie tylko marzenie każdego touroperatora, który może dobrze zaplanować sezon, ale także możliwość wynegocjowania lepszych cen w hotelach i liniach lotniczych.

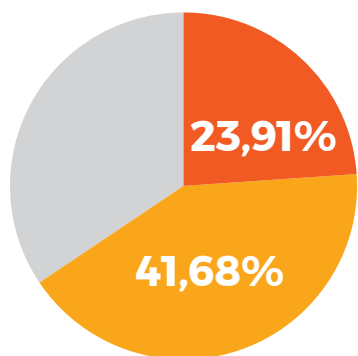
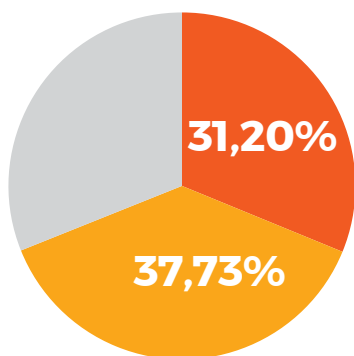
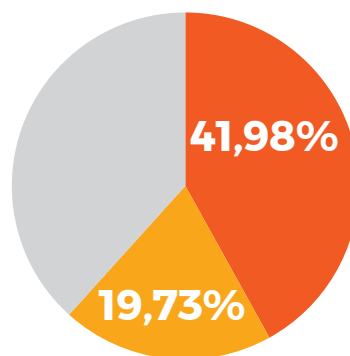
ZYSKI DLA REZERWUJĄCYCH WCZEŚNIEJ

- Większy wybór hoteli – swoboda wyboru
- Niższe ceny
- Brak ryzyka podczas rezerwacji rodzinnych lub grupowych

Skalę zmiany preferencji w rezerwowaniu wycieczek najlepiej obrazują dane sprzed dekady – wówczas to przewaga wyjazdów last minute (niemal 42%) była ponad dwukrotna nad rezerwacjami first minute (niecałe 20%).

Skąd taka zmiana? I to wszak po sezonie radykalnych przecen last minute, do których jak się wydaje, klienci biur podróży przyzwyczajają się szybko?

Analiza miesięcy, w których turyści dokonywali rezerwacji (proporcje rozkładają się niemal identycznie jak w 2018 roku) prowadzi do wniosku, że wyjątkowe przeceny w 2018 roku potraktowali oni właśnie jak zdarzenie nadzwyczajne, jednorazową okazję.

2019**2018****2009**

■ Last Minute
■ First Minute

W 2019 roku przeważał mocny, a przede wszystkim **narastający trend do wczesnych rezerwacji**, zapoczątkowany uruchomieniem Turystycznego Funduszu Gwarancyjnego, który jednak od początku istnienia, a więc 2016 roku, nie miał na szczęście okazji do spektakularnych interwencji. Mocniejszym, jak się wydaje czynnikiem, jest stosowanie na szeroką skalę przez organizatorów wycieczek tzw.

Gwarancji Najniższej Ceny i niskich zaliczek na rezerwację. Gwarancja to pewność dla klienta, że gdy kupione przezeń wakacje okażą się tańsze w ofercie last minute, otrzyma on zwrot różnicy pomiędzy tymi kwotami.

Szczegółowe dane i porównanie w tabeli na stronie 24 ▶

”

Dostępność najlepszych hoteli, niższe ceny, u niektórych touroperatorów podparte gwarancjami oraz pełne spektrum wyboru kierunków. To czynniki, które w przypadku rezerwacji rodzinnych i grupowych, skłoniły klientów do rezerwacji wakacji z dużym wyprzedzeniem. Brak ryzyka staje się dla polskich turystów bardziej pociągający niż emocje związane z polowaniem na okazję last minute.

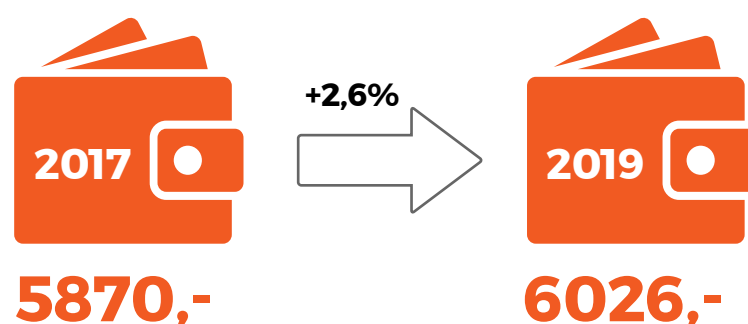
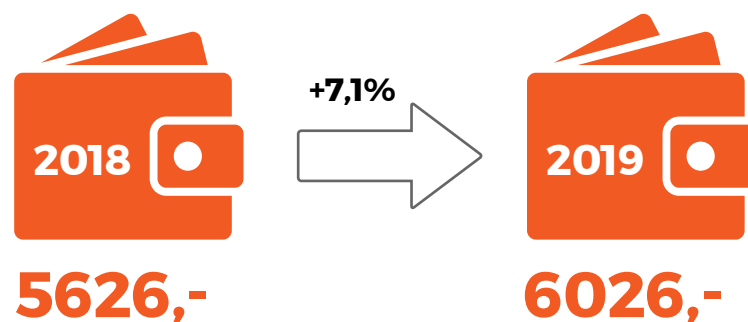
Radosław Damasiewicz
dyrektor marketingu i e-commerce Travelplanet.pl

WARTOŚĆ REZERWACJI

Dla turystów korzystających z usług biur podróży – a Travelplanet.pl prowadzi sprzedaż w imieniu wszystkich najważniejszych touroperatorów – miniony rok stał pod znakiem ostrej **rywalizacji Grecji i Turcji** o palmę pierwszeństwa w rankingu krajów najchętniej wybieranych na wypoczynek.

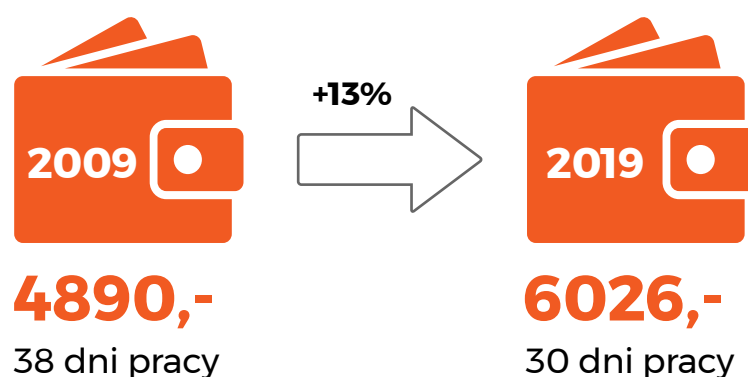
Wakacje były **droższe o 7%** niż w 2018 roku (średnia rezerwacja to 6026 zł wobec 5626 zł w 2018), ale rok wcześniej ostra rywalizacja cenowa pomiędzy organizatorami wypoczynku zaowocowała ogromnymi przecenami. Jednak, zwłaszcza w szczycie letniego sezonu okazywało się, że wygrał ten, kto zatroszczył się o wakacje na kilka miesięcy przed wylotem.


W porównaniu natomiast do roku 2017 wakacje były tylko nieznacznie droższe, bowiem wzrost kosztów wypoczynku w 2019 wyniósł 2,6% (dla porównania – inflacja w samym 2019 roku wyniosła 3,4%).





Dziesięć lat wcześniej średnia rezerwacja wynosiła 4890 zł – to niecałe 13% mniej niż obecnie. Według danych GUS o średniej płacy, dekadę temu na przeciętną rezerwację wakacji jedna osoba musiała **pracować 38 dni** (3325 zł wynosiła wówczas przeciętna płaca). W 2019 roku na 6026 zł potrzebne na założenie przeciętnej rezerwacji wystarczyło **niecałe 30 dni pracy** (5230 zł to średnie wynagrodzenie w 2019). Porównując te dane pomijamy fakt, jak bardzo w tym czasie wzrósł komfort wypoczynku, mierzony standardem rezerwowanych hoteli i żywienia czy formą dojazdu na wypocznik. Omówimy to w dalszej części raportu.



Szczegółowe dane i porównanie w tabeli na stronie 25 

”

Upagnione wakacje z biurem podróży są relatywnie coraz tańsze. Przeciętnie zarabiający Polacy pracują 30 dni, aby zarezerwować wakacje za granicą – to o ponad tydzień krócej niż 10 lat temu. A to nie wszystko! Przez dekadę znacznie poprawił się standard wypoczynku na jaki polski turysta może sobie pozwolić.

Robert Gołuński
prezes Travelplanet.pl

DOKĄD LATAMY NA WAKACJE



Grecja

22,11%



Turcja

20,44%



Egipt

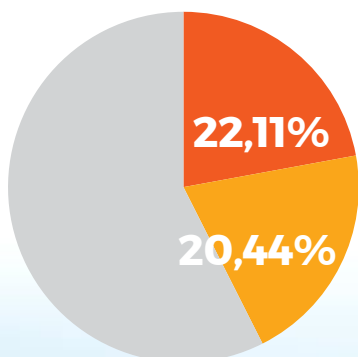
12,52%

W statystykach widać wyraźnie przesył tym krajem, liderującym w rankingu od 2013 roku. Grecja apogeum popularności osiągnęła w 2016, kiedy ten kraj odwiedziło blisko 37% klientów polskich biur podróży. W 2018 było to ponad 26%, a w 2019 o 4 pkt procentowe mniej.

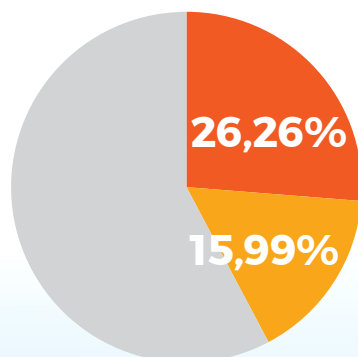
Za to **Turcja jest na fali wznoszącej**. Grubo ponad 20% turystów w 2019 wybrało właśnie ten kraj na wakacje. To kolejny rok, w którym odsetek wyjazdów wzrósł o ok. 5 pkt procentowych. Za wzrostem wyjazdów kryje się również manewr touroperatorów, którzy uczynili ten kraj **kierunkiem całorocznym**, a oferty w zimie stały się konkurencyjne cenowo wobec krajowych ofert, gdzie o All Inclusive można jedynie pomarzyć i które nie obejmują dołotu.

Żaden z nowych krajów nie pojawił się w 2019 roku w dziesiątce najchętniej rezerwowanych kierunków. Najbardziej emocjonującym branżę wyścigiem był bój o pozycję lidera pomiędzy Grecją a Turcją. Ta pierwsza obroniła pozycję dosłownie rzutem na taśmę. I nie chodzi tylko o minimalną przewagę odwiedzających (22,11% do 20,44% ogólnego ruchu turystycznego) ale fakt, że we wczesnych rezerwacjach (a te, przypomnijmy, dominowały w 2019 roku) to Turcja wyraźnie wyprzedzała Grecję.

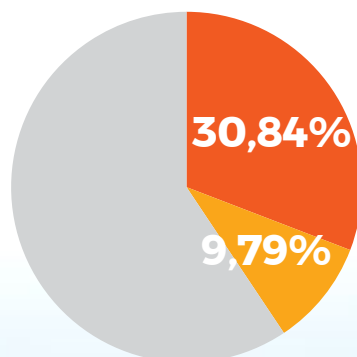
2019



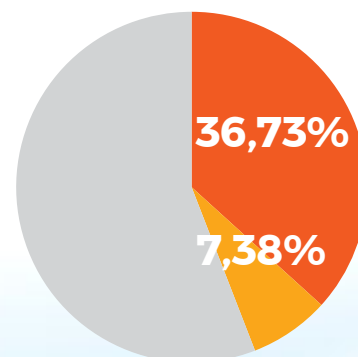
2018



2017



2016

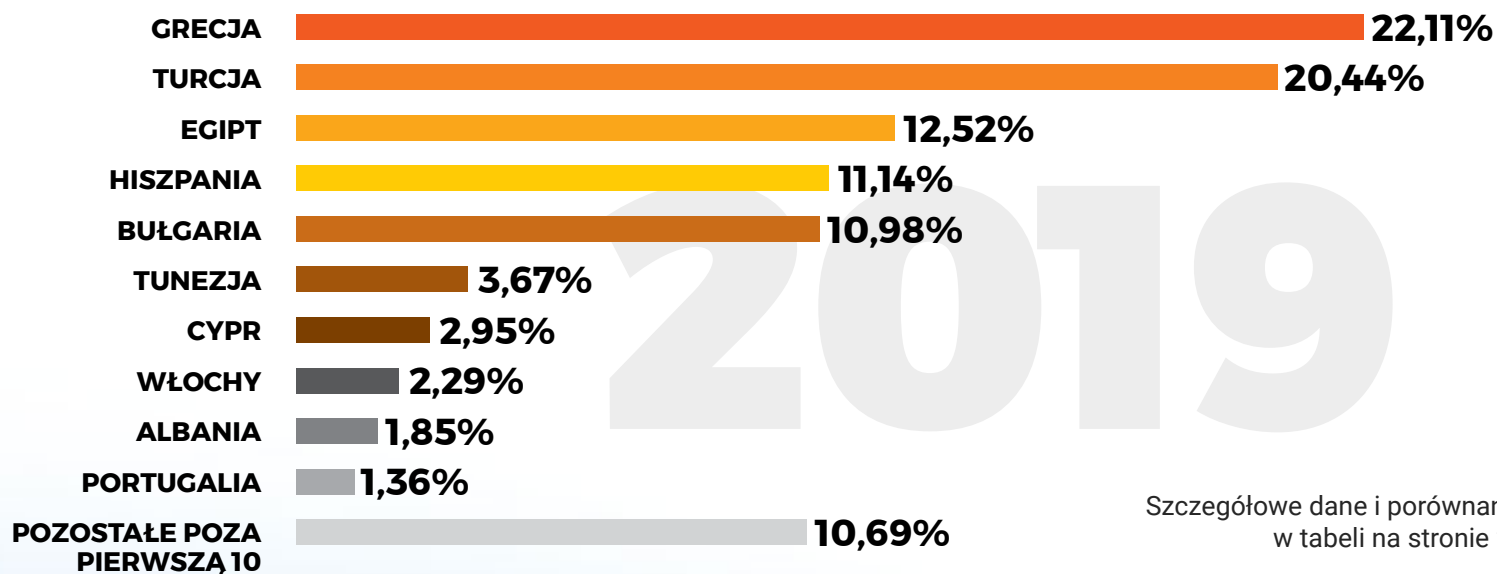


Grecja

Turcja

Turyści powracają również do Tunezji i Egiptu (awans odpowiednio o 2 i 1 miejsce), daleko im jednak do wyników sprzed dekady. W wypadku Tunezji niecałe 4% wyjazdów to blisko 4 razy mniej niż ponad 15% w 2009. W tym czasie wyjazdy do Egiptu spadły dwukrotnie - z ponad 25% do 12,5%.

Po fatalnych latach 2015 i 2016 dla kierunków arabskich, alternatywnym kierunkiem stała się Albania, która na dobre zagościła w pierwszej dziesiątce. W 2019 roku jednak wyjazdy do tego kraju wyraźnie spadły. Tak jakby turyści z Albanii na powrót przebukowywali wakacje do Tunezji.



Szczegółowe dane i porównanie w tabeli na stronie 26

Słońce zachodzi nad Grecją. Choć finalnie obroniła tytuł najchętniej wybieranego kraju na wakacje, to 2019 rok zdecydowanie należał do Turcji. Co piąty polski turysta wybrał właśnie Turcję, gdzie za podobne pieniądze jak w Europie otrzymał wyższy standard wypoczynku.

Robert Gołuński
prezes Travelplanet.pl



TOP 3 DESTYNAKCI



GRECJA

To od lat najpopularniejszy kierunek. Turyści pozostają w obrębie Unii Europejskiej, jest więc bezpiecznie i w miarę blisko, bo lot trwa ok. 2 godzin. Dodatkowo możliwość wyboru spośród tysięcy ciekawych wysp sprawia, że turyści bardzo chętnie decydują się na ponowne wakacje w tym kraju.



TURCJA

Stosunek jakości oferty do jej ceny spowodował, że Turcja niemal wskoczyła na pierwsze miejsce w 2019 roku. Niebagatelny wpływ na wzrost zainteresowania tym krajem miało zwiększenie oferty wylotów z wielu krajowych lotnisk, a także rozszerzenie oferty zimowej Turcji u kolejnych touroperatorów. Obok Egiptu i Wysp Kanaryjskich stała się ona popularnym miejscem wyjazdów na ferie zimowe.



EGIPT

Powrót na trzecie miejsce to nie tylko efekt względnej stabilizacji politycznej w tym kraju, ale także ponownego zainteresowania ofertami do Sharm El Sheikh (po niepokojach związanych z wybuchem bomby w rosyjskim samolocie), oraz Taby z odświeżonymi hotelami (po powodzi). Oferty do tych kurortów są tańsze, a bliskość granicy z Izraelem umożliwia wycieczki fakultatywne do tego drogiego kraju bez konieczności płacenia słonych rachunków za noclegi.

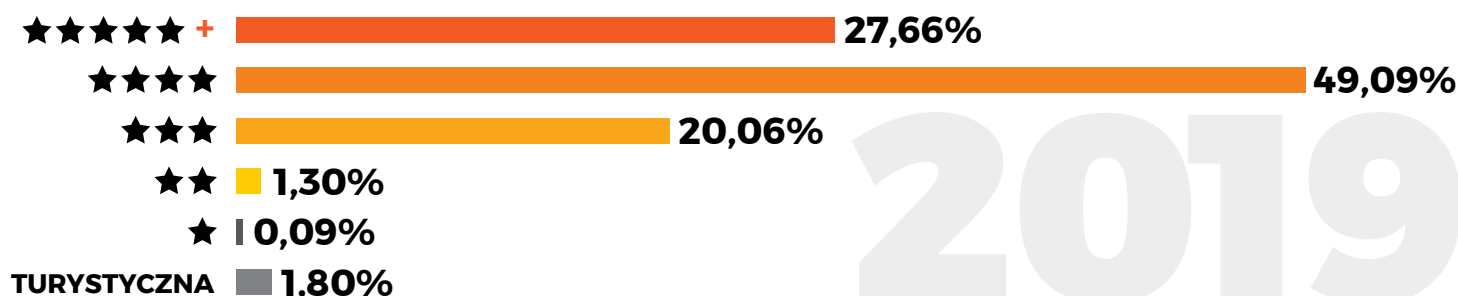


Jeśli sytuacja polityczna będzie stabilna, możliwa jest utrata palmy pierwszeństwa przez Grecję na rzecz Turcji. Nowoczesna baza hotelowa z bogatą infrastrukturą i propozycjami skierowanymi do najmłodszych turystów sprawiają, że to Turcja wyrasta na najbardziej „rodzinną” destynację. Skłonność Polaków do wczesnego rezerwowania wakacji tylko uprawdopodobnia scenariusz, że rok 2020 upłynie w turystyce pod znakiem Turcji.

Robert Gołuński
prezes Travelplanet.pl

CZY WYPOCZYWAMY LUKSUSOWO?

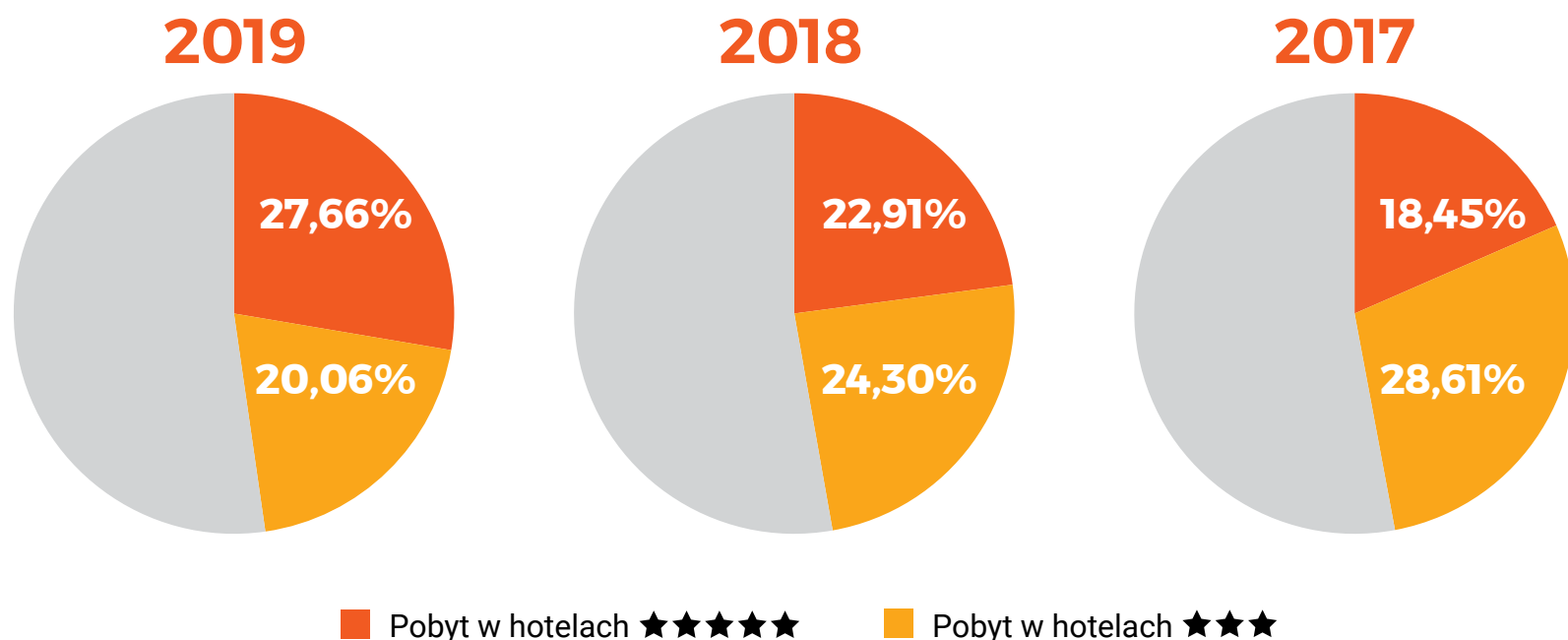
STANDARD WYJAZDU



Najbardziej zauważalną konsekwencją powrotu turystów do Turcji i – choć w mniejszym stopniu – do Egiptu i Tunezji, jest skokowy wręcz **wzrost wyjazdów do hoteli w standardzie 5***, do grubo ponad 27%. Warto zauważyć, że to kolejny skok o blisko 5 pkt procentowych (podobnie było w 2018 roku) i że dwa lata z rzędu w podobnym tempie rośnie odsetek wyjazdów do Turcji. Turcja ma renomę kraju, gdzie jedzie się na wakacje All Inclusive do najlepszych hoteli i za te same pieniądze dostaje się gwiazdkę więcej, niż w europejskich krajach basenu Morza Śródziemnego.

Popularność hoteli 5* w 2019 roku jest imponująca również z innego powodu. Przewyższyła po raz pierwszy wyjazdy do hoteli 3* i to aż o 7 pkt procentowych. Trzygwiazdkowe wakacje spadły do poziomu 20% frekwencji z 24% w 2018 i ponad 28% w 2017 roku.

W tym kontekście warto na chwilę wrócić do danych o średnim koszcie rezerwacji. Wzrost o 7% wygląda zupełnie inaczej, gdy weźmie się pod uwagę tak mocno zmieniony komfort wypoczynku.





AI

All Inclusive
79,45%



HB

2 posiłki
11,75%



BB

tylko śniadanie
4,72%



OV

bez wyżywienia
3,27%



FB

2 posiłki + lunch
0,81%

Ten komfort podkreśla odsetek ofert z wyżywieniem **All Inclusive**. Na taki typ wakacji zdecydowało się aż **czterech na pięciu klientów** biur podróży. Z kolei do niecałych 12% spadły wakacje ze śniadaniem i obiadokolacjami w cenie.

Po raz kolejny wypada podkreślić, że te proporcje to nie dowód rozpasania, lecz **chłodnej kalkulacji turystów**. Dopłata do formuły AI zwykle jest niższa niż dokupowanie na miejscu napojów i przekąsek.

Powrót turystów do krajów arabskich, a zwłaszcza Turcji, zaowocował ciekawym rekordem. „Efekt Turcji” przełożył się na najwyższy odsetek wyjazdów do hoteli pięciogwiazdkowych. Choć wakacje w 2019 roku zdrożały przeciętnie o 7%, to warto zauważyć, że były one przy tym zdecydowanie bardziej luksusowe.

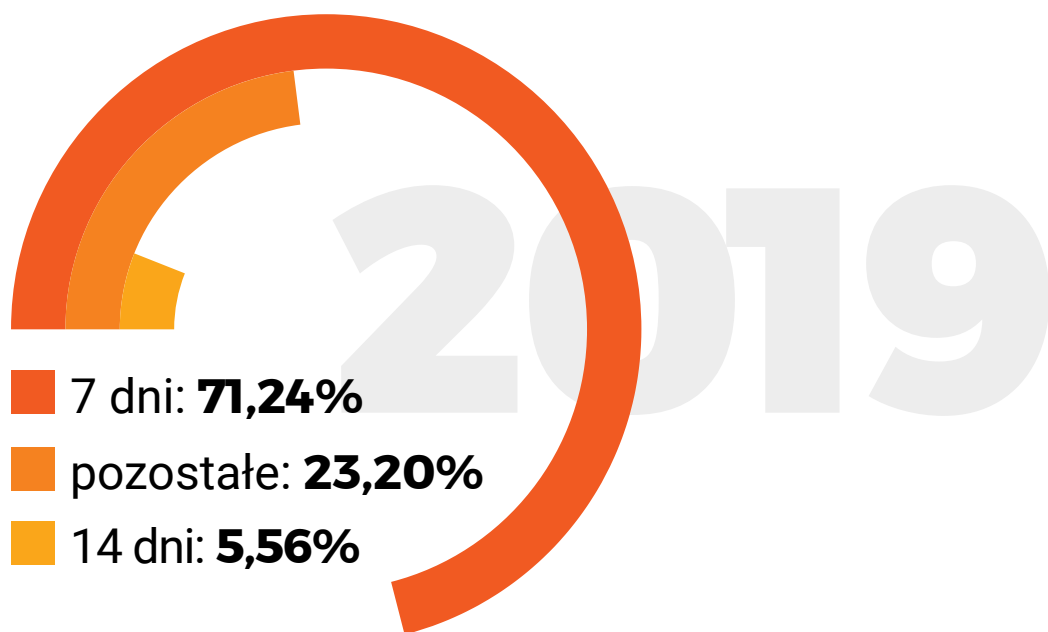
Radosław Damasiewicz
dyrektor marketingu i e-commerce Travelplanet.pl



Szczegółowe dane i porównanie
w tabelach na stronie 27



JAK DŁUGIE WAKACJE Z BIUREM PODRÓŻY



Wciąż najchętniej jeździmy na **wakacje tygodniowe (ponad 71%)** zaś wyprawy **14-dniowe** w 2019 roku osiągnęły wynik **poniżej 6%**.

Tendencja do skracania pobytu to jednak zbyt pochopny wniosek, bo jeśli już jedziemy na tygodniowe wakacje, to wolimy raczej je wydłużyć (w przedziale 8-13 dni mieści się prawie 15% wyjazdów), niż wybierać krótsze pobyty (nieco ponad 6% wyjazdów trwających krócej niż 7 dni).

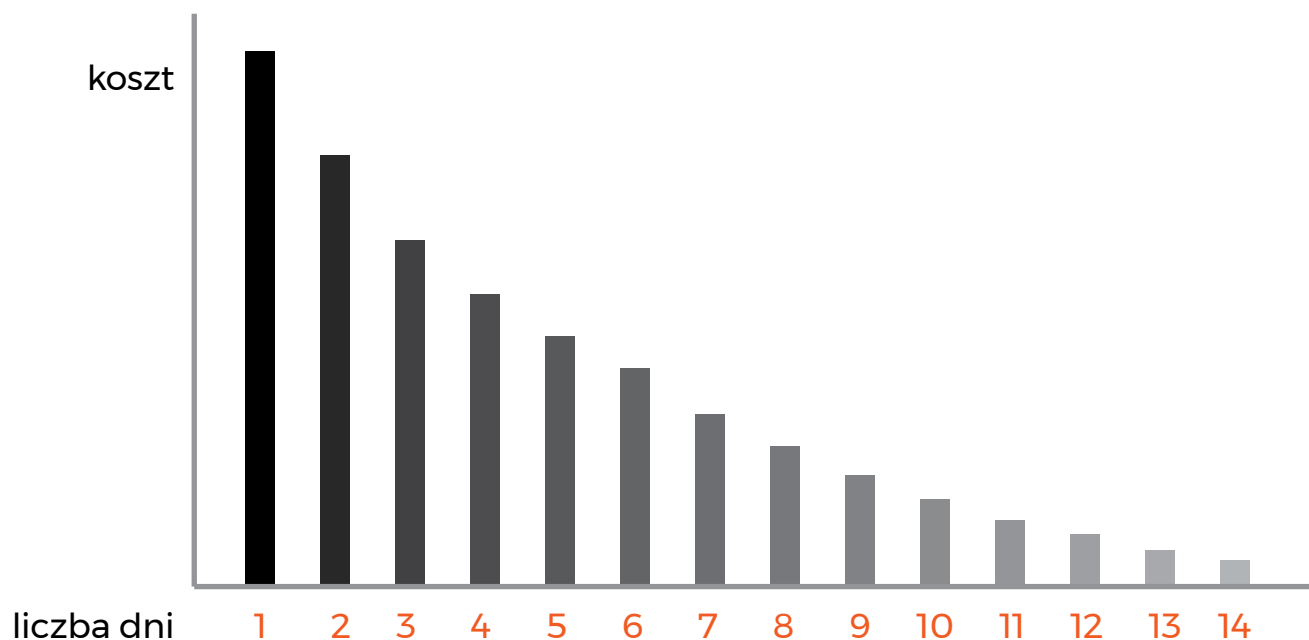


Kiedy spojrzymy na te tendencje w powiązaniu z rodzajem dojazdu na imprezę turystyczną, stanie się to zrozumiałe. Otóż w 2019 roku na urlop **samolotem** poleciało ponad **95% klientów** biur podróży (podobnie zresztą jak w 2018). Koszt biletu lotniczego to wi-

żący składnik ceny imprezy turystycznej. Waży tym więcej, im krótszy jest wyjazd. Innymi słowy – najdroższe w wakacjach z dołotem są pierwsze dni, potem koszt następnym gwałtownie spada.



95%



Polacy wciąż najchętniej wybierają się na tygodniowe urlopy za granicę, ale raczej ze skłonnością do ich wydłużania niż skraca-
nia. 95% klientów biur podróży leci na wakacje samolotem, a to
właśnie koszt biletów lotniczych rozłożony na większą ilość dni
sprawia, że cena poszczególnego dnia jest niższa, a co za tym
idzie – bardziej atrakcyjna.



Radosław Damasiewicz
dyrektor marketingu i e-commerce Travelplanet.pl

Szczegółowe dane i porównanie
w tabeli na stronie 28

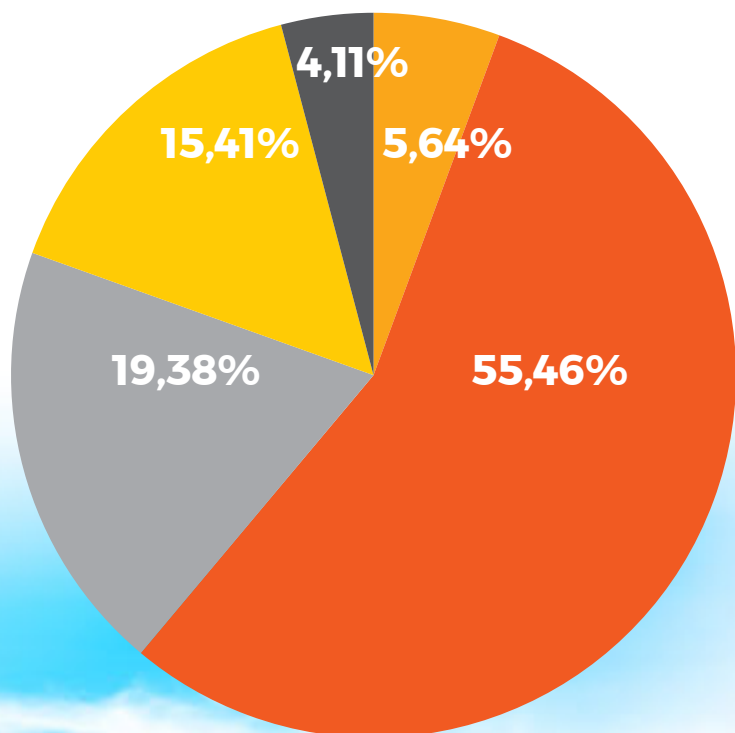


LICZBA OSÓB NA REZERWACJĘ

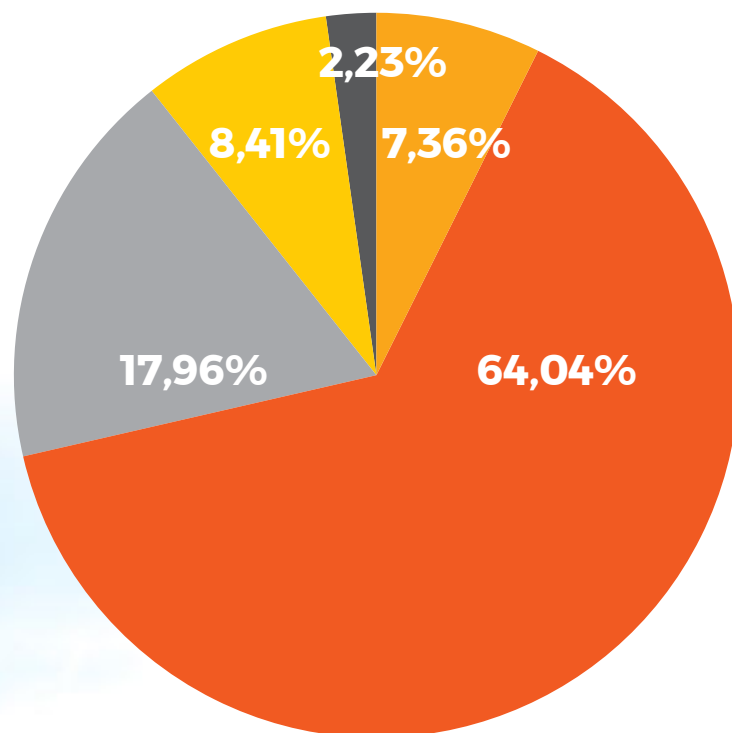
Najchętniej na wakacje wciąż wyjeżdżamy w **2 osoby (ok 55%)** lub **3 osoby (ponad 19%)**. Czterooosobowe wakacje to ponad 15% wyjazdów. Z roku na rok w tym względzie niewiele się zmienia. Ale wyraźną tendencję widać, gdy porównamy te dane z tymi sprzed dekady. Okazuje się, że wyjazdy singli i par są w odwrocie – spadek odpowiednio z ponad 7% do poniżej 6% oraz z 64% do ponad 55%,

zaś wyjazdy w trzy- a zwłaszcza czteroosobowym gronie rosną. Te pierwsze minimalnie – z ok. 18% do ok. 19%, za to te drugie z ponad 8% do ponad 15%.

2019



2009



1 osoba

2 osoby

3 osoby

4 osoby

więcej niż 4 osoby

Szczegółowe dane i porównanie
w tabeli na stronie 29

BADANA GRUPA

Poniższy raport stworzono na podstawie profilu klientów dokonujących zakupu wyjazdów wakacyjno-urlopowych za pośrednictwem:



INTERNETU



TELEFONICZNEGO CENTRUM REZERWACJI



PUNKTÓW OBSŁUGI KLIENTA TRAVELPLANET.PL,

rozmieszczonych w największych polskich miastach (ponad **180** placówek)

Analiza zachowań bazuje na zgromadzonych informacjach dotyczących klientów, którzy zakupili wycieczkę za pośrednictwem serwisu Travelplanet.pl i jego partnerów.

Analizą, obejmującą 2019 rok objęto grupę ponad 200 tysięcy turystów, stanowiącą znaczącą część wszystkich klientów Travelplanet.pl.

METODOLOGIA

Projekt jest elementem kompleksowego badania polskich klientów, dokonujących zakupu wyjazdów na zagraniczny urlop. Raport w głównej mierze został oparty na badaniach wtórnych oraz analizach ilościowych. Tego rodzaju badania dają możliwość wyznaczenia profilu polskich turystów, spędzających urlopy na tzw. wyjazdach pakietowych oraz badaniach konsumenckich zachowań.

Prezentowane dane zostały uśrednione i nie uwzględniają sezonowości, która w branży stanowi istotny czynnik. Niemniej jednak przyjęta metodologia wciąż pozwala na określenie jednolitego profilu klienta. Poza tym istotnym elementem są zmiany popytu na wyjazdy w trakcie całego roku, w tym egzotyczne i narciarskie, co w znaczący sposób niweluje efekt sezonowości rozumianej jako okres wakacyjny (lipiec – sierpień).



IDEA RAPORTU

Pierwszy raport „Analizy zachowań klientów kupujących wycieczki za pośrednictwem Internetu” powstał w **2002 roku**. Niniejsze opracowanie jest jego bezpośrednią kontynuacją z ujętymi danymi i trendami ostatniej dekady. Ideą raportu jest analiza profilu klientów Travelplanet.pl dokonujących zakupów **w trzech kanałach sprzedaży**: przez Internet, telefon oraz bezpośrednio w ok. 180 Punktach Obsługi Klienta.

Celem raportu jest ocena roku 2019 oraz ukazanie zmian preferencji zakupowych Polaków. **Bazą** do analizy tych preferencji jest ponad **200 tysięcy klientów** biur podróży, stanowiących znaczącą część turystów, którzy dokonali rezerwacji w Travelplanet.pl w 2019 roku. W odróżnieniu od badań rynkowych, bazujących na deklaracjach grup reprezentatywnych, w wypadku klientów kupujących określone oferty, mamy do czynienia z ich realnymi zachowaniami. Dlatego analiza rezerwacji, ale przede wszystkim wielkość badanej grupy to najważniejszy wskaźnik, na podstawie którego można wiernie odwzorować zachowania turystów – klientów biur podróży.

Niniejszy raport wskazuje w szczególności kierunki sprzedaży z uwzględnieniem przede wszystkim takich czynników jak: kraje i miejsca, do których polscy turyści wyjeżdżają najchętniej, sposoby dokonywania płatności, dane demograficzne czy też okresy transakcyjne i wyjazdowe. Ciekawie wyglądają zestawienia dotyczące rodzaju wybieranej oferty, a więc wyżywienia i standardu hotelu, czy też rodzaju kupowanego pakietu.

Wnioski z analizy umożliwiają lepsze zrozumienie potrzeb zarówno klientów internetowych sklepów oferujących usługi turystyczne, jak i klientów tradycyjnych biur podróży. Rola Internetu na etapie poszukiwań wyjazdu za granicę jest nie do przecenienia. Nawet jeżeli klienci preferują bezpośrednie zakupy w Punkcie Obsługi Klienta, zdecydowanie częściej niż kilka lat temu, wybierając cel swojej podróży korzystają z portalu.



KONTAKT

JAROSŁAW KAŁUCKI

Rzecznik prasowy Travelplanet.pl

media@travelplanet.pl

+602 197 350

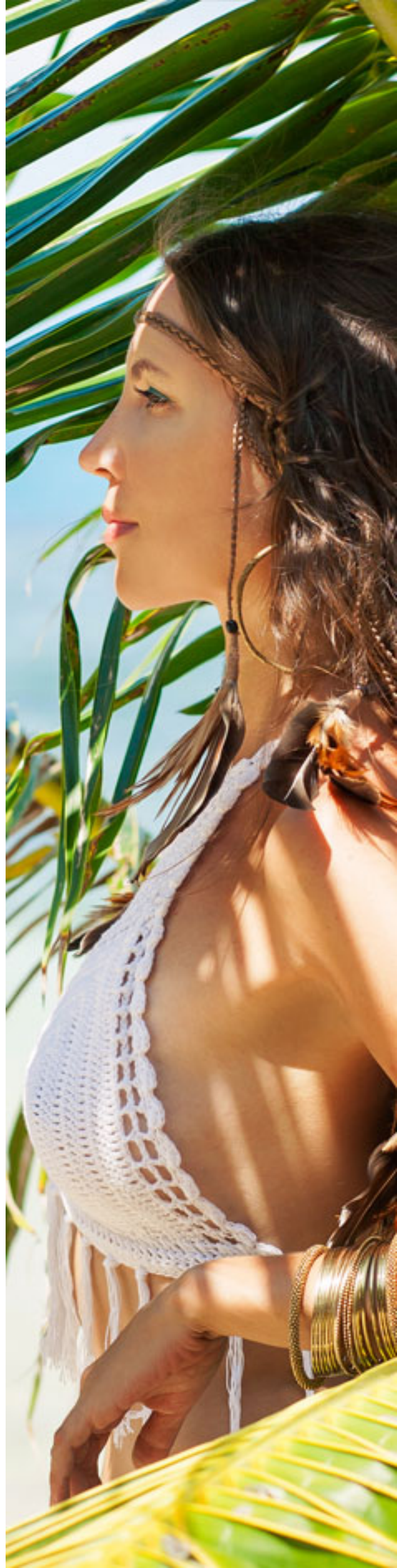
O TRAVELPLANET.PL

Travelplanet.pl jest jednym z największych multiagentów w Polsce sprzedających wakacje zorganizowane online, przez Telefoniczne Centrum Rezerwacji, w sieci Salonów Podróży.

Firma jest członkiem Polskiej Izby Turystyki i działa na polskim rynku od 2001 roku. Od początku istnienia firmy z Travelplanet.pl podróżowało ponad 1,9 miliona turystów.

Travelplanet.pl jest częścią grupy Invia zrzeszającej największych multiagentów sprzedających wakacje zorganizowane w Centralnej Europie. W portfolio grupy znajdują się takie marki jak Travelplanet.pl, Invia oraz Ab-in-den-urlaub.de

DOŁĄCZ DO NASZEJ SPOŁECZNOŚCI:



LISTA TABEL

TERMIN WYLOTU

	2019	2018	2017	2016	2015
styczeń	2,90%	2,80%	2,54%	2,74%	3,39%
luty	3,03%	2,34%	2,48%	2,84%	3,00%
marzec	2,53%	2,52%	2,61%	2,54%	3,42%
kwiecień	4,51%	4,29%	3,62%	2,82%	3,38%
maj	9,30%	9,36%	7,26%	6,80%	7,45%
czerwiec	15,04%	16,47%	15,34%	16,12%	16,41%
lipiec	16,95%	18,47%	18,79%	20,27%	19,06%
sierpień	18,10%	19,02%	19,44%	19,55%	20,31%
wrzesień	15,64%	14,92%	16,76%	16,44%	15,43%
październik	6,09%	4,52%	5,05%	4,29%	3,51%
listopad	2,93%	2,48%	2,66%	2,51%	1,94%
grudzień	2,97%	2,81%	3,45%	3,08%	2,68%

TERMIN REZERWACJI

FIRST CZY LAST MINUTE

	2019	2018	2017	2016	2015
styczeń	8,99%	8,93%	6,67%	6,17%	6,99%
luty	7,12%	7,15%	5,84%	5,71%	6,33%
marzec	7,01%	7,03%	6,48%	5,06%	6,04%
kwiecień	6,84%	7,21%	5,83%	5,93%	6,35%
maj	7,61%	7,52%	7,68%	7,36%	9,52%
czerwiec	10,13%	10,65%	11,57%	12,62%	12,75%
lipiec	13,74%	13,90%	14,57%	15,97%	16,79%
sierpień	12,27%	12,15%	12,89%	14,94%	13,80%
wrzesień	9,49%	9,09%	9,26%	9,11%	8,55%
październik	6,42%	5,96%	7,45%	6,43%	4,27%
listopad	5,44%	5,57%	6,17%	5,49%	4,25%
grudzień	4,94%	4,84%	5,59%	5,21%	4,36%

WARTOŚĆ REZERWACJI

	2019	2018	2017	2016	2015
wartość rezerwacji	6026 ,-	5626 ,-	5870 ,-	5785 ,-	5621 ,-

DOKĄD LATAMY NA WAKACJE

	2019	2018	2017	2016	2015
Grecja	22,11%	26,26%	30,84%	36,73%	31,34%
Turcja	20,44%	15,99%	9,79%	7,38%	16,06%
Egipt	12,52%	11,46%	9,78%	5,83%	13,13%
Hiszpania	11,14%	12,83%	15,57%	17,09%	12,93%
Bułgaria	10,98%	10,77%	10,81%	10,57%	8,27%
Tunezja	3,67%	2,49%	1,11%	0,70%	1,18%
Cypr	2,95%	1,97%	1,49%	1,83%	1,60%
Włochy	2,29%	3,32%	3,98%	4,87%	4,37%
Albania	1,85%	2,63%	2,18%	1,53%	0,00%
Portugalia	1,36%	1,28%	1,93%	1,59%	1,04%
pozostałe poza pierw- szą 10.	10,69%	11%	11,91%	10,64%	6,53%

CZY WYPOCZYWAMY LUKSUSOWO?

STANDARD WYJAZDU

	2019	2018	2017	2016	2015
*****+	27,66%	22,91%	18,45%	16,15%	21,41%
****	49,09%	49,70%	48,03%	45,88%	46,27%
***	20,06%	24,30%	28,61%	33,29%	28,20%
**	1,30%	1,57%	2,81%	3,22%	2,28%
*	0,09%	0,04%	0,06%	0,07%	0,02%
turystyczna	1,80%	1,48%	2,04%	1,39%	1,82%

RODZAJ WYŻYWIENIA

	2019	2018	2017	2016	2015
AI - All Inclusive	78,45%	77,81%	73,47%	71,66%	75,59%
HB - 2 posiłki	11,75%	13,32%	15,40%	16,94%	15,12%
OV - Bez wyżywienia	3,27%	2,90%	4,42%	4,82%	4,26%
FB - 2 posiłki + lunch	0,81%	0,91%	1,24%	1,14%	0,85%
BB - Tylko śniadanie	4,72%	5,06%	5,47%	5,44%	4,18%

JAK DŁUGIE WAKACJE Z BIUREM PODRÓŻY

	2019	2018	2017	2016	2015
7 dni	71,24%	71,67%	71,74%	71,49%	70,08%
14 dni	5,56%	6,70%	9,11%	10,18%	12,96%
pozostałe	23,20%	21,63%	19,15%	18,33%	16,96%

LICZBA OSÓB NA REZERWACJĘ

	2019	2018	2017	2016	2015
1 osoba	5,64%	5,89%	6,03%	7,22%	8,19%
2 osoby	55,46%	55,34%	57,79%	59,73%	58,95%
3 osoby	19,38%	20,13%	19,22%	18,37%	18,62%
4 osoby	15,41%	15,28%	13,87%	11,96%	11,58%
więcej niż 4	4,11%	3,36%	3,09%	2,72%	2,66%