

RAPORT PODRÓŻNIKA 2022

SPIIS TREŚCI

3	FAKTY I LICZBY
5	JAK WYPOCZYWALIŚMY W 2021 R.
7	TERMIN WYLOTU
8	TERMIN REZERWACJI
10	WARTOŚĆ REZERWACJI
11	DOKĄD LATAMY NA WAKACJE
13	TOP 3 DESTYNACJI
14	CZY WYPOCZYWAMY LUKSUSOWO?
15	RODZAJ DOJAZDU
16	JAK DŁUGIE WAKACJE Z BIUREM PODRÓŻY
17	LICZBA OSÓB NA REZERWACJĘ
18	BADANA GRUPA
19	METODOLOGIA
20	IDEA RAPORTU
21	KONTAKT
22	LISTA TABEL

FAKTY I LICZBY

4,4%

o tyle więcej trzeba było w 2021 roku zapłacić za przeciętną rezerwację w porównaniu z rokiem 2019

100 zł

o tyle staniały przeciętne wakacje w przeliczeniu na jedną osobę w porównaniu do 2019 roku

47%

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

28,5%

taki odsetek turystów wyjechał na wakacje w czerwcu i wrześniu

17,5%

tylu turystów zarezerwowało swoje wakacje na przynajmniej 2 miesiące przed wylotem

35%

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

14 dni

tak długo trzeba było pracować na przeciętne wakacje w 2021 roku (średni koszt w przeliczeniu na jedną osobę to 2240 zł)

Turcja

to najpopularniejszy kraj wśród polskich turystów, odwiedziło go ok. 27 proc. klientów biur podróży

Grecja

po wieloletnim liderowaniu spadła na drugą pozycję w rankingu popularności, odwiedzony przez ok. 21,5 proc. klientów polskich biur podróży

39%	taki odsetek turystów wypoczywał w 2021 roku w hotelach 5*
41,5%	taki odsetek turystów odpoczywał w 2021 roku w hotelach 4*
13,7%	taki odsetek turystów wypoczywał w 2021 roku w hotelach 3*
83%	taki odsetek turystów wybrał wyżywienie all inclusive
11,5%	taki odsetek turystów wybrał wyżywienie w postaci śniadań i obiadokolacji
2,5%	taki odsetek wybrał wyżywienie w postaci samych śniadań
2,6%	taki odsetek turystów wybrał wakacje z wyżywieniem we własnym zakresie
61%	tylu turystów wyjechało na wakacje trwające 7-8 dni
95%	tylu turystów poleciało na wakacje samolotem
58%	tylu turystów zdecydowało się na wyjazd w dwie osoby
11,5%	to odsetek wyjazdów w 3 osoby
13%	to odsetek wyjazdów czteroosobowych
12%	to odsetek osób wyjeżdżających na wakacje w więcej, niż 4 osoby
6%	to odsetek wyjazdów singli

JAK WYPOCZYWALIŚMY w 2021 r.

WAKACJE, JAKICH JESZCZE NIE MIELIŚMY

Rekompensata za rok 2020 – tak najkrócej można scharakteryzować wypoczynek klientów polskich biur podróży. Lockdowny, kwarantanny i brak szczepionki na koronawirusa sparaliżował wówczas w wielkim stopniu branżę turystyczną. W 2021 turyści chcieli to odreagować. W jakim stopniu i za jaką cenę? Nie w takim, jak w 2019, rekordowym dla branży roku. Wyjazdy osiągnęły pułap około 2/3 poziomu z 2019. Za to turyści odpoczywali bardziej komfortowo i nieco taniej niż wówczas, w przeliczeniu na jedną osobę.

Porównanie wakacji 2021 do tych z 2019 roku w niniejszym raporcie wydaje się zasadne, ponieważ sezon letni 2020 był w dużym stopniu teoretyczny. Do lipca nie wiadomo było czy w ogóle ruszy, bo rząd upierał się, by wypełniać samoloty tylko do połowy, wbrew rekomendacjom UE, by co drugie miejsce zostawiać puste jeśli leci tylko połowa pasażerów, a gdy jest ich więcej – stosować pozostałe środki ostrożności. Wiele kierunków było długo zamkniętych, dość przypomnieć, że do Egiptu i Turcji, dwóch kierunków z czołówki rankingu popularności, turyści mogli polecieć od drugiej połowy sierpnia.

A potem przyszły kolejne lockdowny: zimą i wczesną wiosną 2021 roku. Wówczas na turystykę zamknął się niemal cały świat, a akcje szczepień dopiero ruszały. Jak ważne są one dla branży turystycznej okazało się w połowie maja, gdy nastąpiła prawdziwa eksplozja rezerwacji. Wówczas to turyści z grupy wiekowej 30–40 lat poznali swoje, wcale nieodległe terminy szczepień i ruszyli do biur podróży. Z drugiej strony kraje żyjące z turystyki zaczęły luzować obostrzenia, a wprowadzone pod koniec czerwca unijne paszporty covidowe spowodowały, że sytuacja w turystyce, w najpopularniejszych wśród turystów krajach, wróciła w dużym stopniu do czasów sprzed pandemii.

Szczepionka okazywała się, nawiasem mówiąc, najprostszym i bezpłatnym sposobem na ułatwienie sobie wyjazdu na wakacje bez testów, kwarantann po powrocie itp. utrudnień.





Według badań społecznych, przeprowadzonych jesienią 2021 roku przez Research Partner na zlecenie Travelplanet.pl, na zagraniczne wakacje w sezonie letnim wyjechało aż 82 proc. zaszczepionych.

Wakacje 2021 były najbardziej komfortowe w historii Raportów Podróżnika. Aż 39 proc. turystów wybrało na urlop hotele 5*, a 83 proc. – formułę All Inclusive. Po raz pierwszy klienci biur podróży najchętniej wypoczywali w Turcji, a nie w Grecji. Jak się wydaje, zdecydowała o tym chęć wypoczynku najbardziej luksusowego, na jaki ich było stać. A Turcja oferowała go w cenie znacznie korzystniejszej niż Grecja.

Przy tak wyśrubowanym komforcie wypoczynku, przeciętne wakacje były nieco dłuższe niż w poprzednich latach, a przy tym tańsze w przeliczeniu na jedną osobę. Po posusze z sezonu 2020 branża ewidentnie odrabiała straty przede wszystkim obrotem. Po tłustych latach, gdy jedna trzecia oferty była wyprzedana na kilka miesięcy przed wylotami, teraz turysta rezerwujący wypoczynek, w zasadzie na ostatnią chwilę, był dla niej na wagę złota.

Polscy turyści wyjeżdżali znacznie chętniej w większych grupach – 25 proc. rezerwacji obejmowało wyjazdy przynajmniej czteroosobowe. Za to bardzo niechętnie ruszali na urlop autokarami, uznając, że to najmniej bezpieczny sposób podróżowania pod względem ryzyka zarażenia się koronawirusem. Do łask wróciły podróże z dojazdem własnym. To jednak po części efekt wysokiej sprzedaży wakacji krajowych, na które dojazd własnym środkiem transportu jest jedyną możliwością.

Klienci biur podróży odpoczywali w Polsce znacznie chętniej niż w poprzednich latach, **krajowa oferta po raz pierwszy znalazła się w pierwszej 10. najbardziej popularnych kierunków.** Dlaczego? Bo wakacje w Polsce nie wymagały ani szczepienia się, kosztownych testów, ani wypełniania kwestionariuszy związanych z zagranicznym wyjazdem. Ale Polska urosła w statystykach touroperatorów również dlatego, że kupno wakacji przez biuro podróży, a nie bezpośrednio w hotelu czy pensjonacie, gwarantuje szybkie przebukowanie imprezy turystycznej lub zwrot pieniędzy w ciągu 2 tygodni.

TERMIN WYLOTU

Lipiec, sierpień i wrzesień to ponad 63 proc. wylotów na wakacje, zaś wyjazdy zimowe to raptem 3,5 proc. wobec około co najmniej 8 proc. w latach poprzednich. Zima 2021 była nieudana, ale nie z powodu słabych warunków w górach, lecz zamknięcia kurortów narciarskich, które objęły niemal wszystkie kraje alpejskie (z wyjątkiem Szwajcarii) **oraz Czechy i Słowację oraz Polskę**. W zimie podróżowaliśmy przede wszystkim tam, gdzie nie wymagano testów (Zanzibar, Karaiby) lub gdzie biura podróży je refundowały (Egipt, Malta).

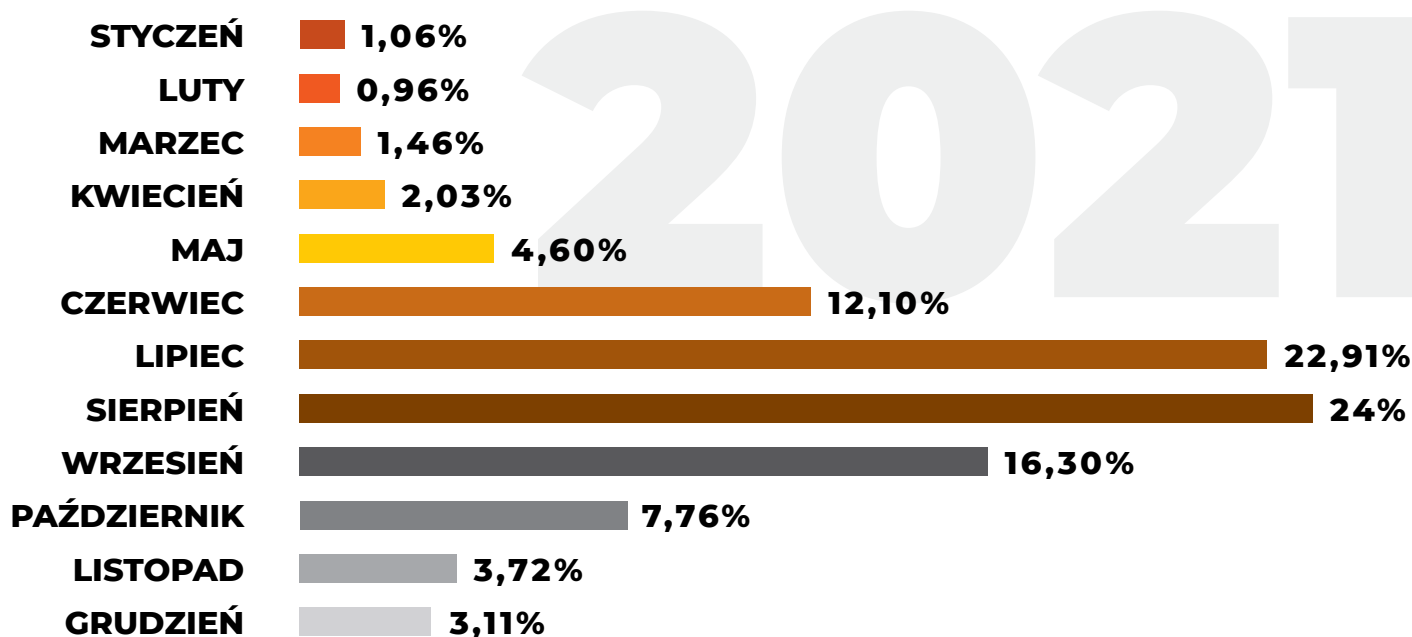
Prawdziwa eksplozja wyjazdów na wakacje zaczęła się w czerwcu. Zwiastowały ją tłumy w kolejkach do szczepień na covid podczas długiego weekendu 7–9 maja. A gdy kilka dni później terminy szczepień, niezbyt odległe, poznali 40- i 30-latkowie, rezerwacje w biurach podróży wystrzeliły, szybko osiągając poziom rezerwacji z końca maja 2019 roku.

Pierwszy efekt to tzw. **czerwcowka**. Wiele krajów już wówczas mocno luzowało obostrzenia sanitarne związane z wjazdem, w kilku

pilotażowo sprawdzano działanie tzw. paszportów covidowych. Gdy te powszechnie zaczęły obowiązywać od lipca, a kraje żyjące z turystyki wręcz prześcigały się w liberalizowaniu obostrzeń, również dla niezaszczepionych, samoloty zapełniły się klientami biur podróży. Dość powiedzieć, że na okres wakacji szkolnych (lipiec i sierpień) przypada blisko 47 proc. sprzedanych imprez turystycznych – to ok. 10 proc. więcej, niż w analogicznym okresie w poprzednich latach.

Jak się wydaje, to jednorazowe zdarzenie, bardziej niż trend, spowodowane okolicznościami z pierwszych kilku miesięcy 2021 roku: akcja szczepień była w początkowej fazie, zaś lockdowny w Europie – w fazie szczytowej. Wyjazdy jesienne, zbliżone poziomem do tych z lat poprzednich sugerują, że sytuacja powinna wracać do przedcovidowej normalności, gdy na wakacje wyjeżdżaliśmy coraz chętniej poza wysokim sezonem.

Szczegółowe dane i porównanie w tabeli na stronie 23



TERMIN REZERWACJI FIRST CZY LAST MINUTE



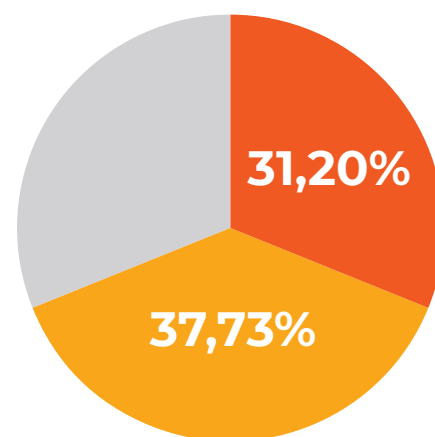
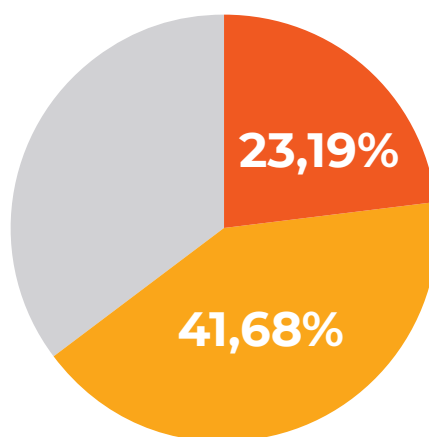
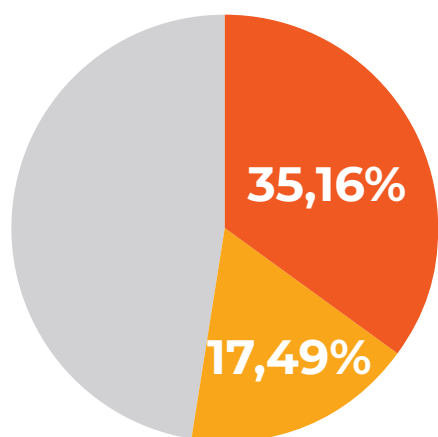
Biura podróży z rozrzewnieniem wspominają wcale nieodległe lata 2019 i 2018, kiedy w pierwszym kwartale turyści kupowali około 23 proc. ich oferty. W pierwszym kwartale 2021 roku odsetek rezerwacji spadł do nieco ponad 9 proc.

Wobec wspomnianych wcześniej nadzwyczajnych okoliczności i wielkiej niepewności z początku 2021 roku wcale to nie dziwi. Dotychczas czynnikami ryzyka była utrata pieniędzy, która znikła wraz z pojawieniem się Turystycznego Funduszu Gwarancyjnego. W latach 2020 i 2021 zastąpiło ją ryzyko zaostrzenia procedur wjazdowych do danego kraju, nagłego zamknięcia go dla zagranicznych turystów itp. oraz nieprzewidywalne zdarzenia związane z covid-19.

Turyści woleli wstrzymywać się z rezerwacjami wakacji do ostatniej chwili. Tę tendencję złagodziła szeroko zakrojona akcja uelastycznienia ofert przez biura podróży, trwająca

zresztą do dziś: wakacje można zarezerwować za ułamek ich wartości, bezpłatnie zmienić termin lub miejsce, a w wielu wypadkach – po prostu anulować bez ponoszenia kosztów.

Mimo to 1/3 rezerwacji w 2021 roku skumulowała się w lipcu i sierpniu. Last minute wróciło z przymiotem, bo w latach 2017-19 w tych miesiącach było to znacznie mniej (około 1/4 rezerwacji ogółem). Jeszcze lepiej widać to gdy spojrzymy, na jak długo przed wylotem turyści rezerwowali wypoczynek z biurami podróży. I tak: aż 35 proc. zrobiło to na maksymalnie 10 dni przed wylotem (w 2019 – niecałe 24 proc.), a rezerwację powyżej 2 miesięcy, przed rozpoczęciem wypoczynku, założyło nieco ponad 17 proc. turystów (w 2019 – ponad 41 proc.) i jak można sądzić, w wielu wypadkach to wyloty przeburowane z niezrealizowanych wakacji 2020.

2021**2019****2018**

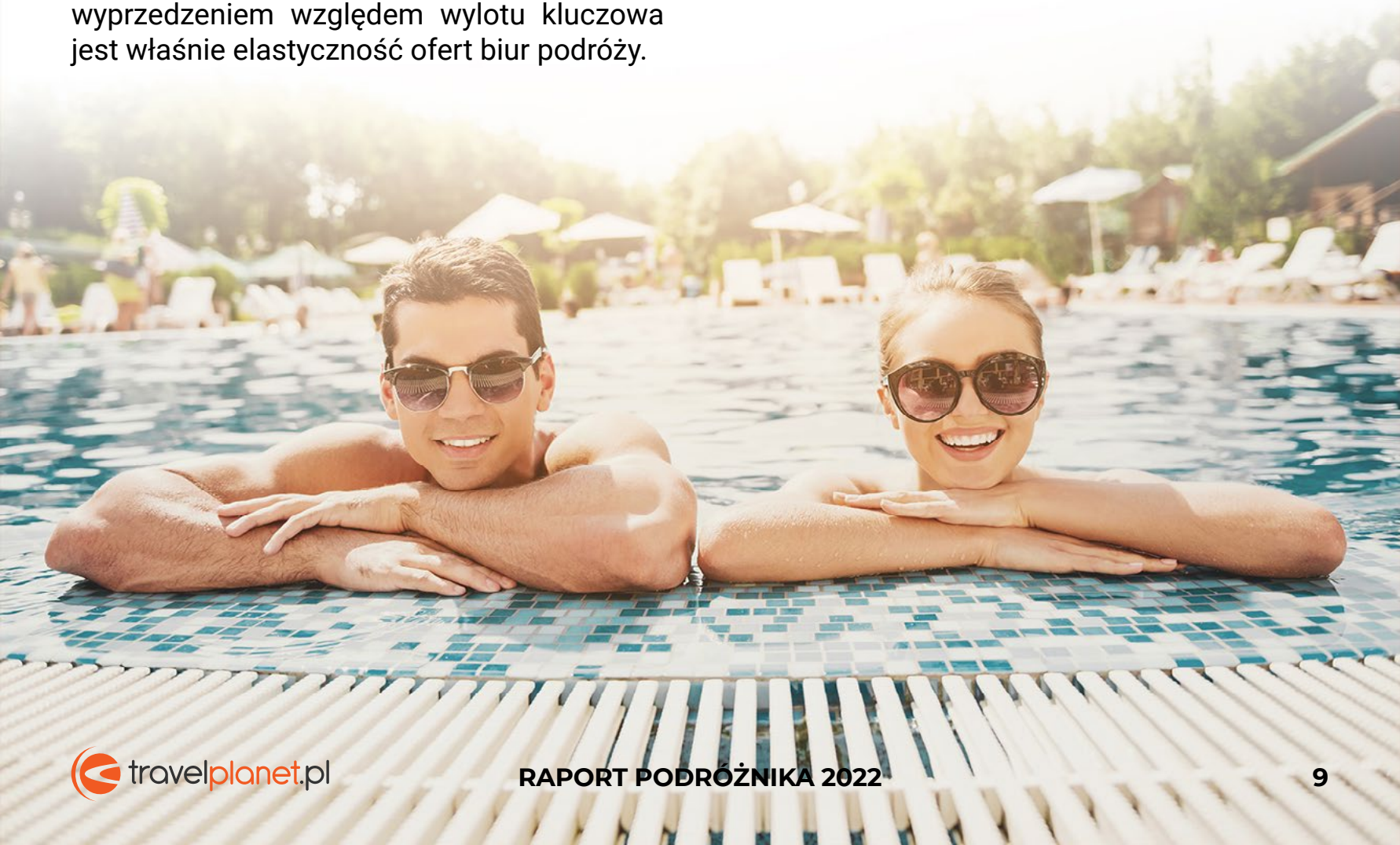
Last minute

First minute

Powrót do przewagi wczesnej sprzedaży nad ofertami last minute zależy, jak się wydaje, od tego jak bardzo elastyczna i jak bardzo powszechna będzie oferta biur, pozwalająca na bezkosztową zmianę terminu lub miejsca urlopu. W badaniach społecznych, przeprowadzonych jesienią 2021 przez pracownię Research Partner na zlecenie Travelplanet.pl, turyści wyraźnie chętniej wybierali takie ewentualności, niż bezkosztową anulację rezerwacji. To świadczy o pewnej determinacji co do sposobu spędzania urlopu. Zatem w takim wypadku dla rezerwacji z kilkumiesięcznym wyprzedzeniem względem wylotu kluczowa jest właśnie elastyczność ofert biur podróży.

Na korzyść wczesnych rezerwacji może zadziałać rozpędzona inflacja. Z badań, przeprowadzonych kilka lat temu na zlecenie Travelplanet.pl przez SW Research wynikało, że w razie konieczności zaciskania pasa, wydatki na wypoczynek byłyby jednymi z ostatnich do skreślenia. A jak wiadomo przyzwyczajenia to druga natura człowieka.

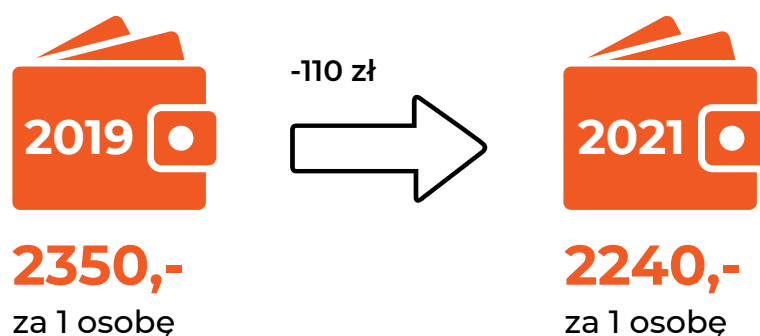
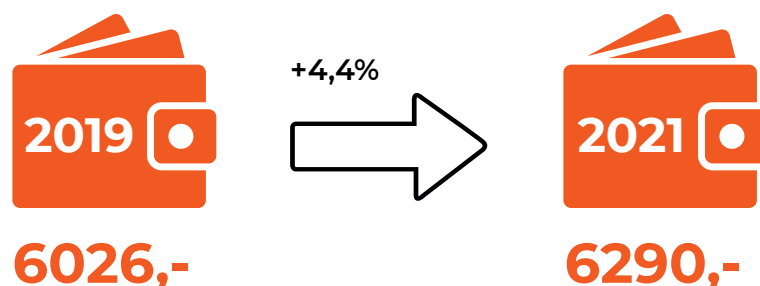
Szczegółowe dane i porównanie
w tabeli na stronie 24



WARTOŚĆ REZERWACJI WYŻSZA NA OSOBĘ - TANIEJ

4,4 proc. – taki jest wzrost wartości średniej rezerwacji w 2021 roku w porównaniu z rokiem 2019. Ta wartość wzrosła z 6026 zł do 6290 zł. Jeśli jednak weźmiemy pod uwagę średni koszt wypoczynku na osobę, to okaże się, że wakacje w 2021 staniały w porównaniu do 2019 roku z przeciętnie 2350 zł do 2240 zł, a więc ponad 100 zł. Wyjaśnienie zagadki tkwi w przeciętnej liczbie osób, przypadających na jedną rezerwację. W 2021 roku było to 2,8 osoby, dwa lata wcześniej – 2,5 osoby.

Szczegółowe dane i porównanie w tabeli na stronie 25 ▶



Wakacje w 2021 były tańsze również, jeśli porównamy jak długo przeciętny turysta musiał pracować na wakacje kupione w biurze podróży (w przeliczeniu dla jednej osoby). W ubiegłym roku, zarabiając średnio 4260 zł miesięcznie na rękę (to średnia krajowa w gospodarce narodowej), musiał poświęcić na nie niecałe 14 dni pracy. W 2019, gdy zarabiał 3492 zł netto, na wakacje musiał pracować ponad 17 dni.



Co ciekawe, standard wypoczynku był przeciętnie znacznie wyższy niż w 2019, o czym w dalszej części raportu.

DOKĄD LATAMY NA WAKACJE



Turcja
27,20%



Grecja
21,41%



Egipt
15,59%

Na wybór wakacyjnych kierunków w sporej mierze – a w pierwszej połowie 2021 roku głównie – wpływ miała ich dostępność. Tymczasem w ostatecznym rozrachunku w pierwszej dekadzie nie doszło do jakichś radykalnych zmian, a tylko przetasowań.

Turcja, która od kilku sezonów deptała po piętach Grecji, wyprzedziła dotychczasowego, wielokrotnego lidera rankingów turystycznej popularności. Złożyło się na to kilka przyczyn.

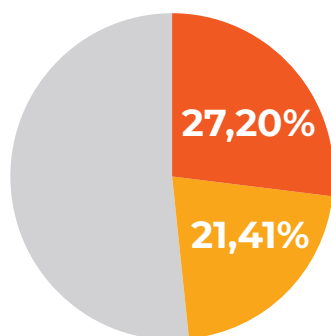
Turcja, w odróżnieniu do Grecji, od kilku lat stała się kierunkiem całorocznym, wyjątkowo zresztą tanim późną jesienią i zimą.

Warto zauważyć, że Grecy wyciągają z tego wnioski – od jesieni 2021 roku intensywnie promują w Polsce swój kraj jako całoroczny kierunek.

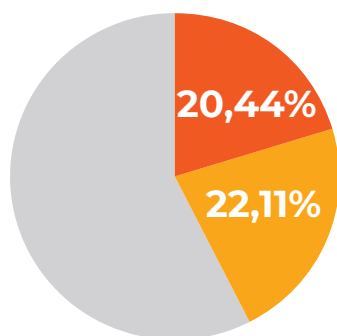
W sezonie letnim Turcja uważana jest za tańszą od Grecji i ten stereotyp utrwalił się również w 2021 roku. Widać to choćby po średniej cenie wakacji w obu krajach. Grecja była przeciętnie niemal 200 zł droższa od Turcji. Staniała w porównaniu do 2019 roku o ponad 120 zł, ale Turcja staniała jeszcze bardziej, bo o ponad 220 zł.

Obostrzenia covidowe, ostrzejsze wobec turystów wracających spoza krajów Europejskiego Obszaru Gospodarczego (obowiązkowa kwarantanna po powrocie) szybko przestały dotyczyć Turcji, ale chyba najważniejszy powód to wyjątkowo wysoki standard wypoczynku, jaki fundowali sobie w 2021 roku klienci biur podróży. A w wypadku cen ofert pobytów All Inclusive, w hotelach 5* rozbieżności na korzyść Turcji były znaczne.

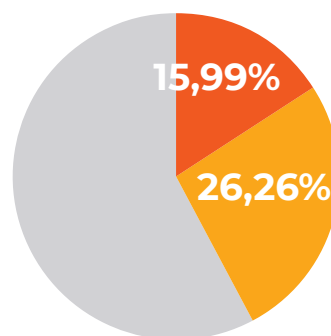
2021



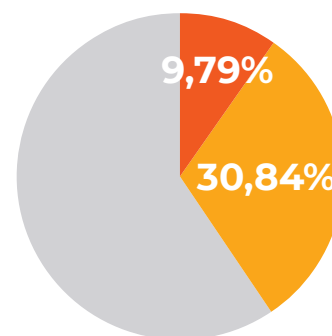
2019



2018



2017



■ Turcja

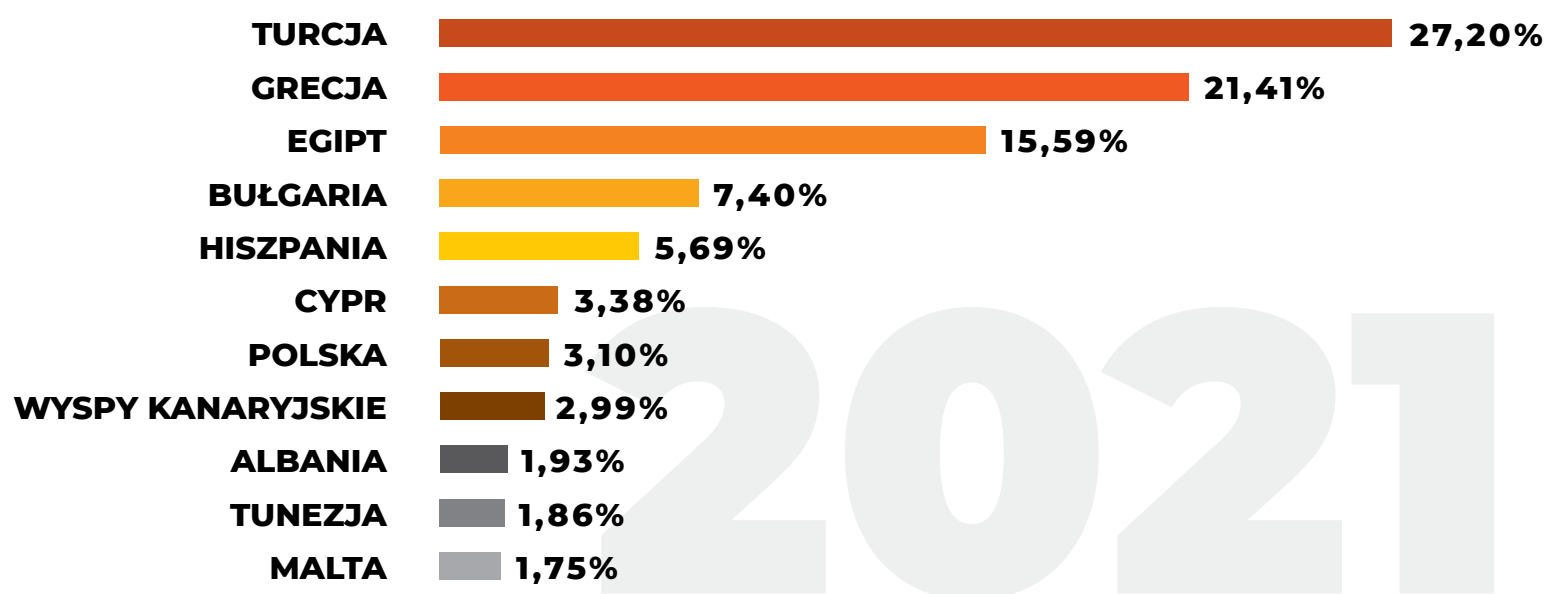
■ Grecja

Na trzecim miejscu znalazł się Egipt. To również kierunek całoroczny i – co ciekawe – według statystyk, upusty cenowe były tu minimalne (średnio 2260 zł od osoby i o 40 zł mniej niż w 2019 r.). Należy jednak pamiętać, że o ile niezaszczepieni turyści z zasady musieli do wakacji doliczyć koszt testów covidowych, to wyjeżdżając do Egiptu z biurami podróży z reguły mieli te testy w cenie.

Z pierwszej dziesiątki wypadły Włochy. To lubiany kierunek przez turystów, a wśród narciarzy – od wielu lat bezkonkurencyjny, na włoskie stoki wyjeżdżała dotąd ponad połowa

klientów biur podróży, która chciała poszusować w zimie w Alpach.

Jednak zimą alpejskie kurorty (poza szwajcarskimi) były niedostępne dla narciarzy. Z kolei przed sezonem letnim, Włochy były jednym z ostatnich krajów, które luzowały obostrzenia związane z wjazdem do tego kraju. Efekt jest bolesny dla branży turystycznej.



Po raz pierwszy w historii Raportów Podróżnika, do pierwszej dziesiątki najbardziej popularnym miejsc na spędzanie urlopu weszła Polska (7. miejsce). To po części efekt utrudnień wyjazdów zagranicznych dla osób niezaszczepionych (dodatkowy koszt w postaci testów, kwarantanny w krajach docelowych lub po powrocie do kraju). Ale również dodatkowe formalności (zgłoszenia przyjazdu) lub nagłezmiany przepisów, jak choćby niespodziewane wprowadzenie przez Tunezję konieczności przedstawienia negatywnych testów, mimo posiadania paszportu covidowego, przekierowały zainteresowanie na krajową ofertę.

Przypomnijmy: wg badań pracowni Research Partner na zlecenie Travelplanet.pl, 82 proc. wyjeżdżających na zagraniczne wakacje były osobami zaszczepionymi. Ale poziom zaszczepienia wśród aktywnych turystów (tj. takich, którzy wciąż trzech ostatnich lat wyjeżdżali na krajowe lub zagraniczne wakacje) wyniósł 68 proc. i tylko nieznacznie przekraczał poziom zaszczepienia ogółu dorosłych Polaków (65 proc.). Spędzenie wakacji w Polsce, gdzie w zasadzie nie obowiązywały jakiegokolwiek obostrzenia sanitarne, było dla wielu w zasadzie jedyną możliwością.

Ważnym powodem rezerwowania krajowej oferty w biurach podróży, a nie bezpośrednio w obiektach, było rosnące przekonanie, że nie różnią się one cenowo, a w wielu wypadkach te kupowane w biurach są tańsze. Najważniejszy w takim zachowaniu był jednak dodatkowy bonus – turysta kupował imprezę turystyczną, a nie po prostu rezerwował pobyt. A w wypadku niespodziewanego zamknięcia

obiektu z powodu lockdownu, impreza mogła być bezpłatnie przebukowana na inny termin bądź inne miejsce, a ewentualny zwrot pieniędzy za niedojście jej do skutku objęty jest ustawowym, 14-dniowym terminem.

Szczegółowe dane i porównanie w tabeli na stronie 26



TOP 3 DESTYNACJI



TURCJA

Lider popularności i największy beneficjent wyjątkowej skłonności turystów, by w 2021 roku zafundować sobie wyjątkowo luksusowe wakacje. Taka oferta w tym kraju była korzystniejsza cenowo niż w Europie.



GRECJA

Dotychczasowy wieloletni lider rankingu musiał zadowolić się tym razem drugim miejscem na podium. Z pewnością na jego niekorzyść zadziałał mniejszy spadek cen ofert niż w wypadku Turcji oraz brak oferty całorocznej, nad czym zaczęto jednak intensywnie pracować jesienią 2021.

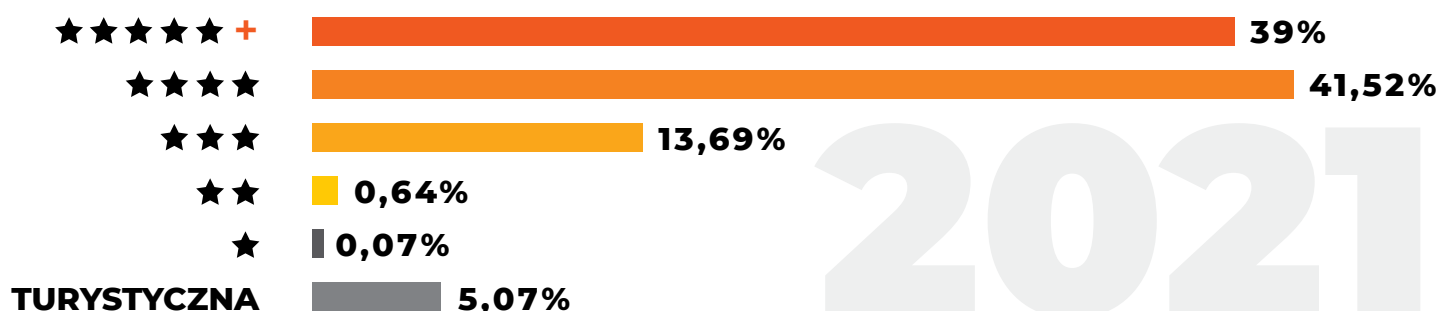


EGIPT

Utrzymał trzecią pozycję i mimo, że spadek średniego kosztu wypoczynku w porównaniu do 2019 roku był symboliczny, to jednak duże znaczenie miał fakt, że koszt obowiązkowych testów covidowych wzięły na siebie w przeważającej mierze biura podróży.

CZY WYPOCZYWAMY LUKSUSOWO?

STANDARD WYJAZDU



Rekompensata za lockdown – tak w największym skrócie można określić charakter wypoczynku w 2021 roku. Aż 39 proc. klientów biur podróży spędziło wakacje w hotelach 5* (w 2019 – niecałe 28 proc.). Można domniemywać, że turyści, którzy w ostatnich latach rezerwowali hotele 4* (około 48–50 proc., w 2021 roku to nieco ponad 41 proc.), teraz skorzystali z okazji, by za podobne pieniądze odpocząć w większym luksusie. Przypomnijmy, że wypoczynek w 2021 roku, mimo tak wyśrubowanego standardu, w prze-

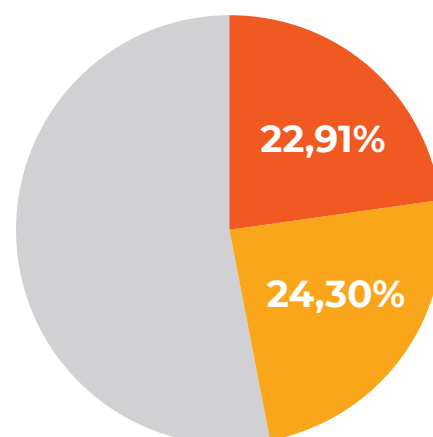
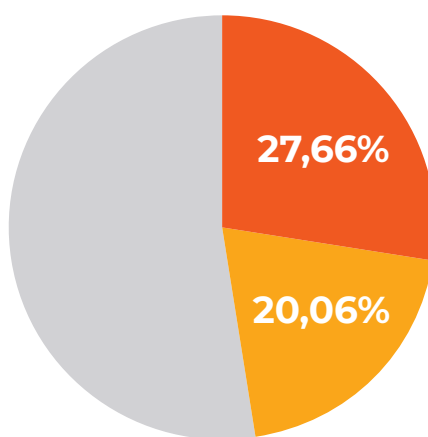
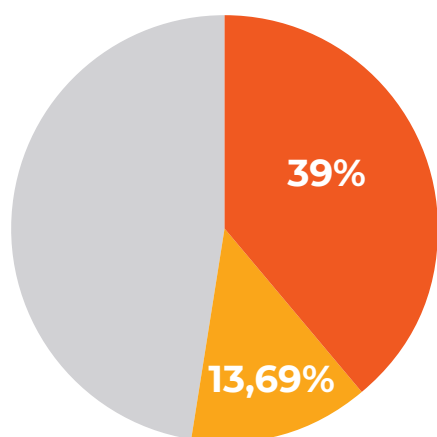
liczeniu na jedną osobę był przeciętnie i tańszy niż wcześniej.

Drastycznie spadł za to odsetek turystów, którzy wybrali wypoczynek w standardzie 3*. Ta tendencja obserwowana jest od dekady (w 2011 hotele 3* rezerwowało grubo ponad 30 proc. klientów biur podróży), ale w porównaniu z 2019 rokiem uległa ona wyraźnemu przyspieszeniu.

2021

2019

2018



■ Pobyt w hotelach ★★★★★

■ Pobyt w hotelach ★★★★



All Inclusive
83,06%

2 posiłki
11,48%

Bez wyżywienia
2,63%

Tylko śniadanie
2,53%

2 posiłki + lunch
0,30%

Z drugiej strony mamy do czynienia z odwróceniem się trendu do rezerwowania obiektów nieskategoryzowanych (tzw. standard turystyczny). Ich popularność przekroczyła 5 proc. rezerwacji, co można wytłumaczyć wyjątkową chęcią do rezerwowania apartamentów i domów wakacyjnych, dających poczucie bezpieczeństwa i względnej izolacji wobec hoteli w warunkach pandemii covid. To także efekt kupowania krajowych wakacji w biurach podróży, oferujących obiekty formalnie nieskategoryzowane.

Nic zatem dziwnego, że skoro wakacje miały być rekompensatą za lockdown i w pewnym

sensie wypoczynkiem „na zapas”, czyli na poczet ewentualnych przyszłych utrudnień z wyjazdem na wakacje, **wzrósł również standard wyżywienia**. Aż 83 proc. turystów, wyjeżdżających z biurami podróży wybrało formułę **All Inclusive** (w 2019 – niecałe 80 proc.). Radykalnie, bo do ok. 2,5 proc., spadły za to urlopy jedynie ze śniadaniem w cenie. Jak się wydaje, to w pewnej mierze również pochodna słabego powodzenia wyjazdów typu city break w 2021 roku.

Szczegółowe dane i porównanie
w tabeli na stronie 27



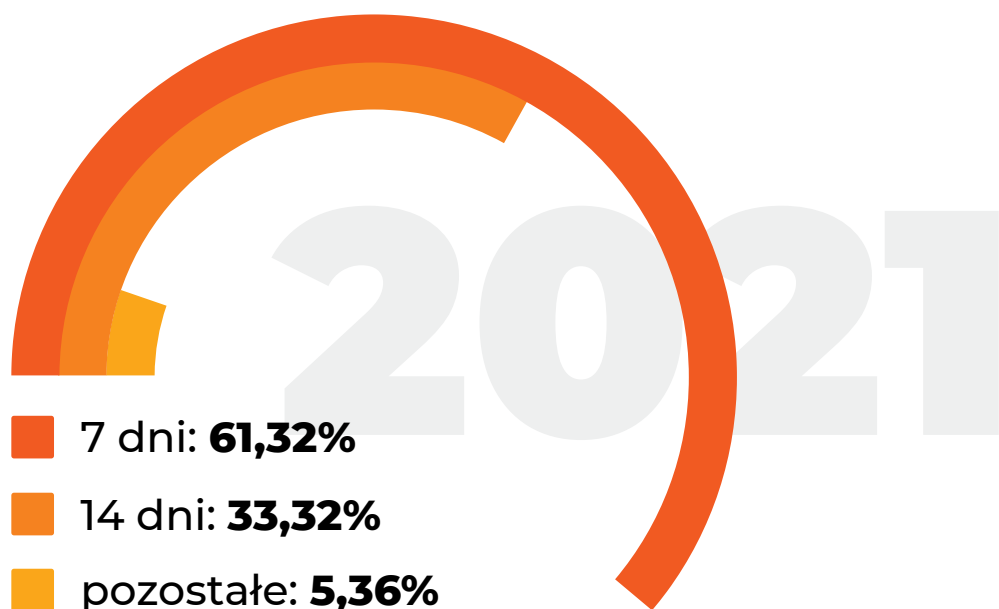
RODZAJ DOJAZDU

AUTOKARÓWKA W ZAPAŚCI

O ile niezmiennie dominuje docieranie na wakacje samolotem (ponad 95 proc.), to w 2021 znacznie chętniej wybieraliśmy się na nie własnym samochodem (ponad 4 proc. w porównaniu do niespełna 3 proc. w 2019). Turyści ewidentnie mijali autokary – udział takiego podróżowania na wypoczynek spadł grubo poniżej 1 proc. To ewidentnie efekt pandemii –

o ile najostrzejsze reżimy sanitarne obowiązują w czasie podróży samolotem, dając z drugiej strony poczucie kontroli i bezpieczeństwa, że na pokład wejdą wyłącznie zdrowi pasażerowie, o ile podobne poczucie daje podróżowanie własnym autem, to wejście do autokaru w oczach turystów wiąże się z największym ryzykiem przypadkowego zakażenia.

TROCHĘ DŁUŻSZE WAKACJE Z BIUREM PODRÓŻY



Tygodniowe wakacje były w wyraźnym odwrocie, choć wciąż to najchętniej rezerwowany okres. Ale coraz chętniej jest on raczej wydłużany niż skracany – w grupie „pozostałe”, czyli 1/3 wszystkich, **dominują wyjazdy pomiędzy 9 a 13 dni** – to ponad 18 proc. wszystkich wyjazdów. Z kolei wyjazdy przekraczające 14 dni to niecałe 5 proc., a wyjazdy trwające do 6 dni to nieco ponad 11 proc.

Szczegółowe dane i porównanie
w tabeli na stronie 28 ►



LICZBA OSÓB NA REZERWACJĘ

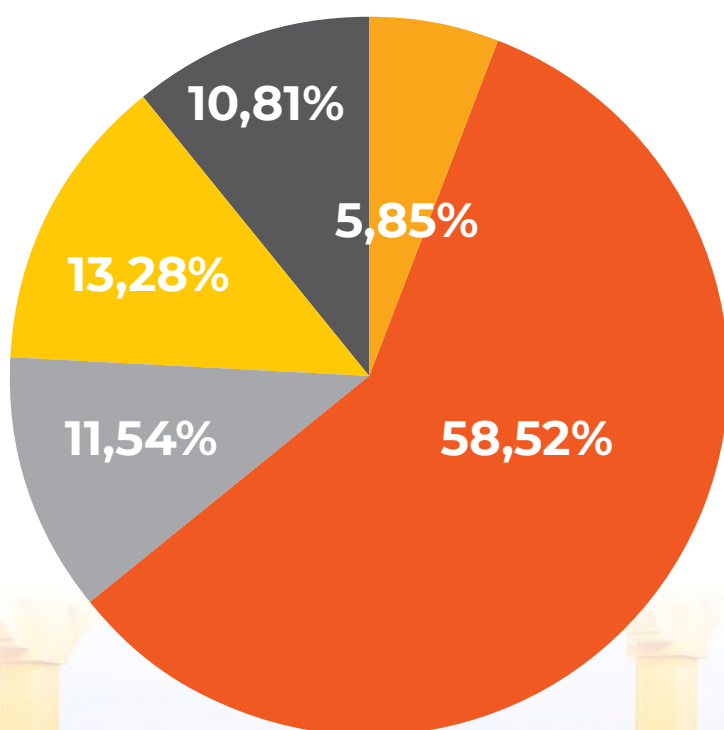
CORAZ RZADZIEJ W TRZY OSOBY

W 2021 roku liczba osób na rezerwację to 2,8 osoby, dwa lata wcześniej – 2,5 osoby. Zwraca uwagę **duży wzrost rezerwacji dla więcej niż 4 osób** i wyraźny spadek rezerwacji dla 3 osób (a najczęściej to rezerwacje 2 rodziców plus dziecko). Można to, zwłaszcza w wypadku zagranicznych wyjazdów, tłumaczyć do pewnego stopnia obostrze-

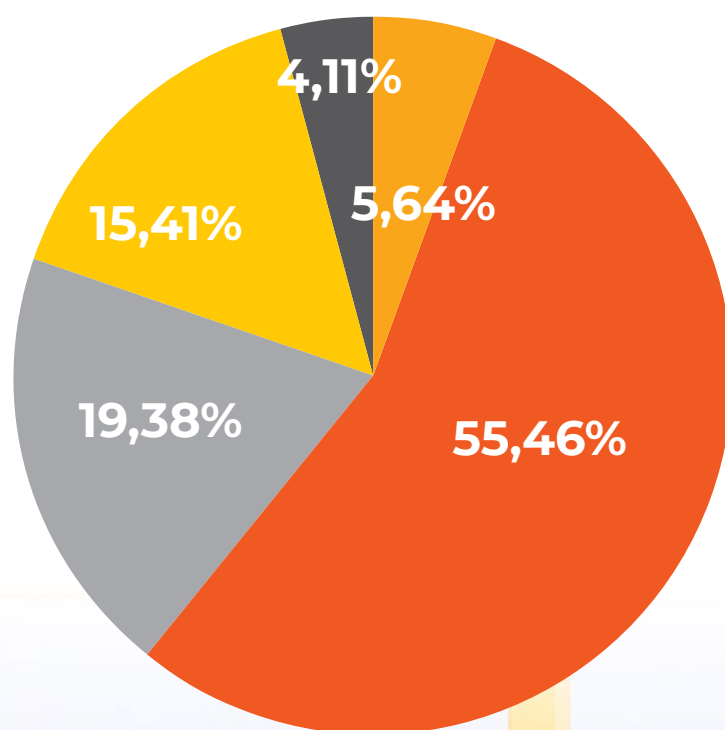
niami dla dzieci towarzyszących rodzicom. Zwykle te do 6 lat nie musiały być szczepione (w niektórych krajach do 12. roku życia), ale te w wieku 12–18 lat już tak. Akcja szczepień tych nastolatków ruszyła dopiero w czerwcu, zaś grupy 5–11 lat w połowie grudnia.

Szczegółowe dane i porównanie w tabeli na stronie 29

2021



2019



1 osoba

2 osoby

3 osoby

4 osoby

więcej, niż 4 osoby

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 (blisko 100 placówek)

Poniższy raport stworzono na podstawie profilu klientów dokonujących zakupu wyjazdów wakacyjno-urlopowych za pośrednictwem internetu, telefonicznego Centrum Rezerwacji, oraz Punktów Obsługi Klienta Travelplanet.pl, rozmieszczonych w największych polskich

miastach (ok. 100 placówek). Analiza zachowań bazuje na zgromadzonych informacjach, dotyczących klientów, którzy zakupili wycieczkę za pośrednictwem serwisu Travelplanet.pl i jego partnerów.

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 wyznaczania 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 zakupy w trzech kanałach sprzedaży: przez internet, telefon oraz bezpośrednio w ok. 100 Punktach Obsługi Klienta.

Celem raportu jest ocena roku 2021 oraz ukazanie zmian preferencji zakupowych Polaków. 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

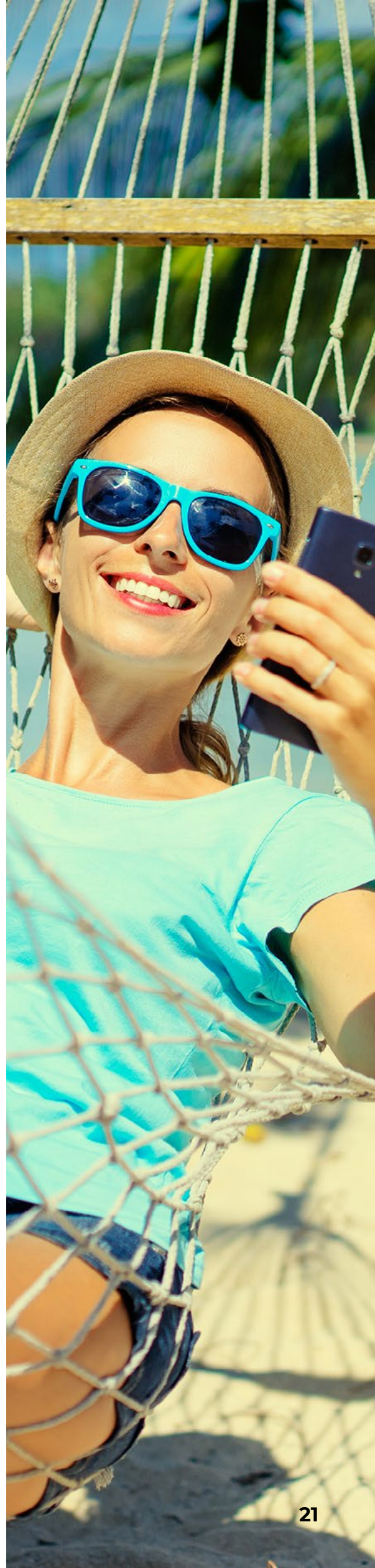
+602 197 350

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

	2021	2019	2018	2017	2016	2015
Styczeń	1,06%	2,90%	2,80%	2,54%	2,74%	3,39%
Luty	0,96%	3,03%	2,34%	2,48%	2,84%	3,00%
Marzec	1,46%	2,53%	2,52%	2,61%	2,54%	3,42%
Kwiecień	2,03%	4,51%	4,29%	3,62%	2,82%	3,38%
Maj	4,60%	9,30%	9,36%	7,26%	6,80%	7,45%
Czerwiec	12,10%	15,04%	16,47%	15,34%	16,12%	16,41%
Lipiec	22,91%	16,95%	18,47%	18,79%	20,27%	19,06%
Sierpień	24,00%	18,10%	19,02%	19,44%	19,55%	20,31%
Wrzesień	16,30%	15,64%	14,92%	16,76%	16,44%	15,43%
Październik	7,76%	6,09%	4,52%	5,05%	4,29%	3,51%
Listopad	3,72%	2,93%	2,48%	2,66%	2,51%	1,94%
Grudzień	3,11%	2,97%	2,81%	3,45%	3,08%	2,68%

TERMIN REZERWACJI

	2021	2019	2018	2017	2016	2015
Styczeń	2,98%	8,99%	8,93%	6,67%	6,17%	6,99%
Luty	2,73%	7,12%	7,15%	5,84%	5,71%	6,33%
Marzec	3,37%	7,01%	7,03%	6,48%	5,06%	6,04%
Kwiecień	3,15%	6,84%	7,21%	5,83%	5,93%	6,35%
Maj	9,21%	7,61%	7,52%	7,68%	7,36%	9,52%
Czerwiec	15,27%	10,13%	10,65%	11,57%	12,62%	12,75%
Lipiec	18,18%	13,74%	13,90%	14,57%	15,97%	16,79%
Sierpień	14,24%	12,27%	12,15%	12,89%	14,94%	13,80%
Wrzesień	10,90%	9,49%	9,09%	9,26%	9,11%	8,55%
Październik	8,58%	6,42%	5,96%	7,45%	6,43%	4,27%
Listopad	6,81%	5,44%	5,57%	6,17%	5,49%	4,25%
Grudzień	4,60%	4,94%	4,84%	5,59%	5,21%	4,36%

FIRST CZY LAST MINUTE

	2021	2019	2018	2017	2016	2015
Do 10 dni	35,16%	23,91%	31,20%	35,18%	36,14%	37,99%
11-21 dni	19,57%	12,38%	11,95%	15,97%	16,59%	16,27%
22-30 dni	10,20%	7,32%	6,12%	8,19%	8,34%	7,52%
1-2 m-cy	17,58%	14,71%	13,00%	13,91%	13,83%	12,29%
Pow. 2 m-cy	17,49%	41,68%	37,73%	26,75%	25,10%	25,93%

WARTOŚĆ REZERWACJI

	2021	2019	2018	2017	2016	2015
Wartość rezerwacji	6 290 zł	6 026 zł	5 625 zł	5 870 zł	5 785 zł	5 621 zł

DOKŁAD LATAMY NA WAKACJE

Kierunek (miejsce w 2019 r.)	%	Koszt/pax
Turcja (2)	27,20	2 082 zł
Grecja (1)	21,41	2 274 zł
Egipt (3)	15,59	2 220 zł
Bułgaria (5)	7,40	1 551 zł
Hiszpania (4)	5,69	2 140 zł
Cypr (7)	3,38	2 208 zł
Polska (16)	3,10	673 zł
Wyspy Kanaryjskie	2,99	2 753 zł
Albania (9)	1,93	2 095 zł
Tunezja (6)	1,86	1 575 zł
Malta (11)	1,75	1 668 zł
	100,00	2 240 zł

CZY WYPOCZYWAMY LUKSUSOWO?

STANDARD WYJAZDU

	2021	2019	2018	2017	2016	2015
★★★★★ +	39%	27,66%	22,91%	18,45%	16,15%	21,41%
★★★★	41,52%	49,09%	49,70%	48,03%	45,88%	46,27%
★★★	13,69%	20,06%	24,30%	28,61%	33,29%	28,20%
★★	0,64%	1,30%	1,57%	2,81%	3,22%	2,28%
★	0,07%	0,09%	0,04%	0,06%	0,07%	0,02%
Turystyczna	5,07%	1,01%	1,48%	2,04%	1,39%	1,82%

RODZAJ WYŻYWIENIA

	2021	2019	2018	2017	2016	2015
AI - All Inclusive	83,06%	79,45%	77,81%	73,47%	71,66%	75,59%
HB - 2 posiłki	11,48%	11,75%	13,32%	15,40%	16,94%	15,12%
OV - Bez wyżywienia	2,63%	3,27%	2,90%	4,42%	4,82%	4,26%
FB - 2 posiłki + lunch	0,30%	0,81%	0,91%	1,24%	1,14%	0,85%
BB - tylko śniadanie	2,53%	4,72%	5,06%	5,47%	5,44%	4,18%

TROCHĘ DŁUŻSZE WAKACJE Z BIUREM PODRÓŻY

	2021	2019	2018	2017	2016	2015
7-8 dni	61,32%	74,33%	71,67%	71,74%	71,49%	70,08%
14-15 dni	5,36%	5,85%	6,70%	9,11%	10,18%	12,96%
Pozostałe	33,32%	19,82%	21,63%	19,15%	18,33%	16,96%

LICZBA OSÓB NA REZERWACJĘ

	2021	2019	2018	2017	2016	2015
1 osoba	5,85%	5,64%	5,89%	6,03%	7,22%	8,19%
2 osoby	58,52%	55,46%	55,34%	57,79%	59,73%	58,95%
3 osoby	11,54%	19,38%	20,13%	19,22%	18,37%	18,62%
4 osoby	13,28%	15,41%	15,28%	13,87%	11,96%	11,58%
Więcej, niż 4 os.	10,81%	4,11%	3,36%	3,09%	2,72%	2,66%

