

Turystyka wyjazdowa 2017 - czy powtórzy się sukces roku 2016?

Konferencja podczas 24. Międzynarodowych Targów Turystycznych





TT Warsaw

Warszawa, 25 listopada 2016

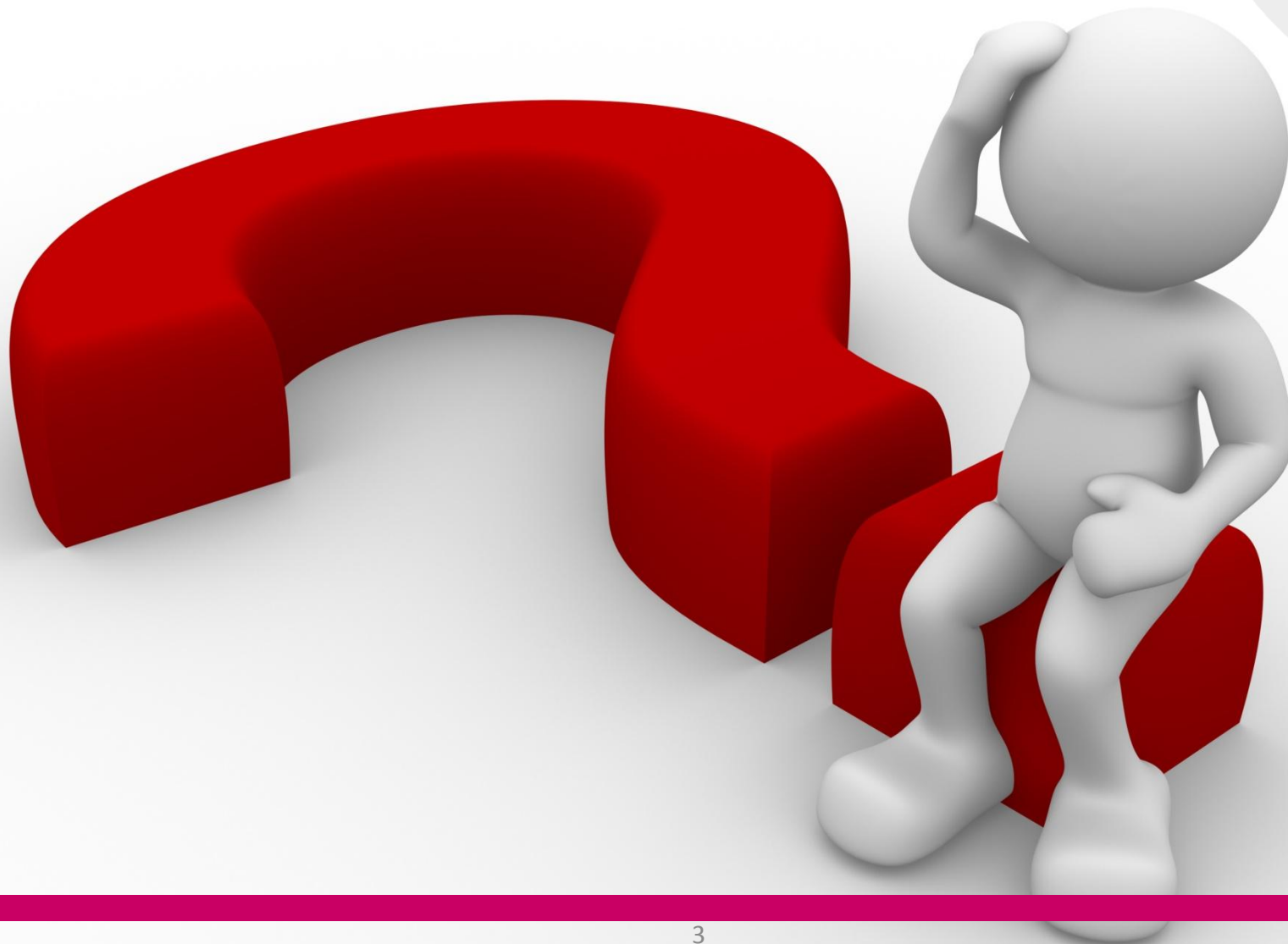
Andrzej Betlej

*Instytut Badań
Rynku Turystycznego
TravelDATA*

AGENDA

-  **TURYSTYCZNY FUNDUSZ GWARANCYJNY – pożytek, czy kłopot dla touroperatorów**
-  **Wpływ TANICH LINII LOTNICZYCH (LCC) na decyzje wyjazdowe turystów**
-  **Wakacje W KRAJU czy ZA GRANICĄ ?**
-  **TURYSTYKA WYJAZDOWA 2017 – czy powtórzy sukces roku 2016**

TURYSTYCZNY FUNDUSZ GWARANCYJNY POŻYTEK CZY KŁOPOT DLA TOUROPERATORÓW



OKRES PRZED POWSTANIEM TFG

Realizacja ochrony interesów turysty przez:

- 1. UBEZPIECZYCIELI - system gwarancyjny
- 2. BIURA AGENCYJNE - nieformalny „filtr”

Biura agencyjne poprzez „filtr” pośrednio chronią:

- interes ubezpieczycieli – przez redukcję ryzyka niektórych touroperatorów
- interes touroperatorów – poprzez ochronę wizerunku branży

Na postawę wielu biur agencyjnych wpłynął rok 2012

WPROWADZENIE TFG (bez mechanizmów kontrolnych)

1. eliminuje (prawie) ryzyka finansowe dla nabywców wycieczek
2. pozostawia (lub zwiększa) ryzyko kłopotów z organizacją wakacji

Działanie „filtru” biur agencyjnych może teraz ulec osłabieniu

Możliwy rezultat:

- wzrost ryzyka **UBEZPIECZYCIELI**
- wzrost ryzyka dla **STABILNYCH TOUROPERATORÓW**



Rolę „filtru” mogą i powinni przejąć ubezpieczyciele



WADY TFG

KLUCZOWA

- Ryzyko wzrostu nieracjonalnej presji konkurencyjnej, skutkujące zmniejszeniem cen, marż i zysków u stabilnych touroperatorów

UMIARKOWANA

- Ryzyko zdestabilizowania wizerunku branży zorganizowanej turystyki wyjazdowej (- > korzyść dla LCC)

MNIEJ ISTOTNA

- Ryzyko dodatkowych kosztów dla stabilnych touroperatorów związanych z uzupełnianiem stanu środków w TFG

ZALETY TFG

- Korzystny biznesowo dla małych i nowopowstałych touroperatorów



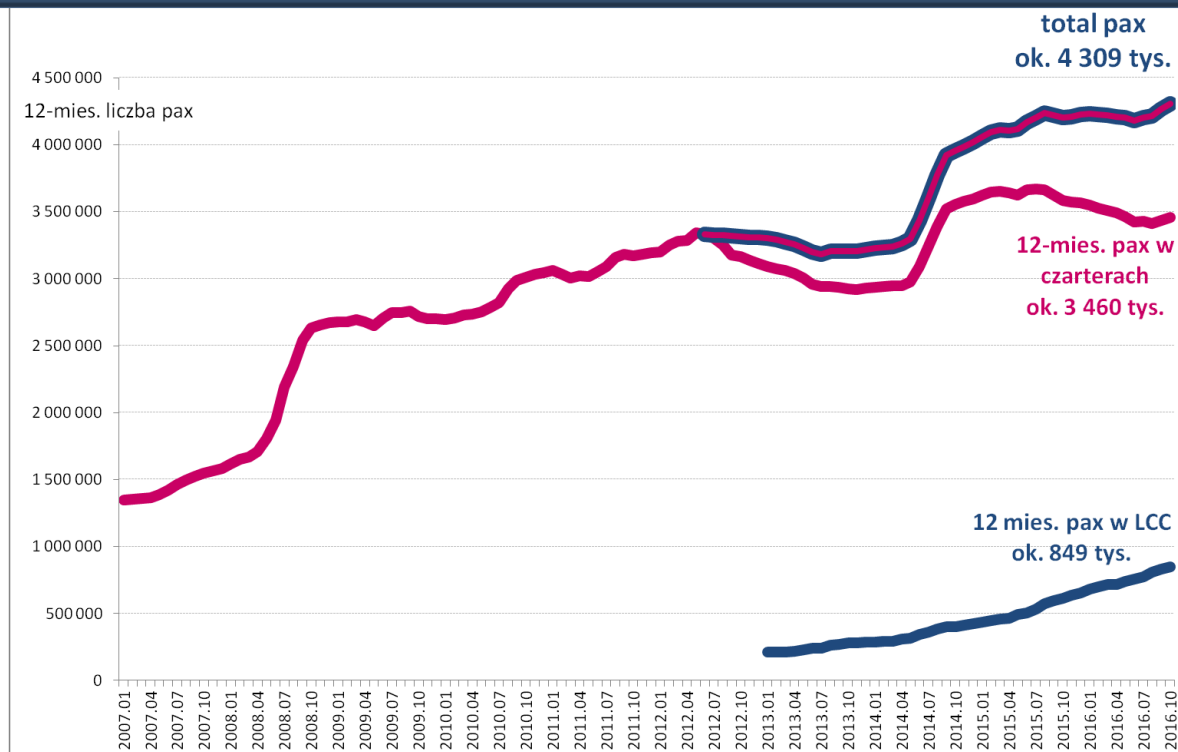
**Kwestia dostępu do informacji
przekazywanych do TFG
przez organizatorów turystyki**

WPŁYW TANICH LINII LOTNICZYCH (LCC) NA DECYZJE WYJAZDOWE TURYSTÓW





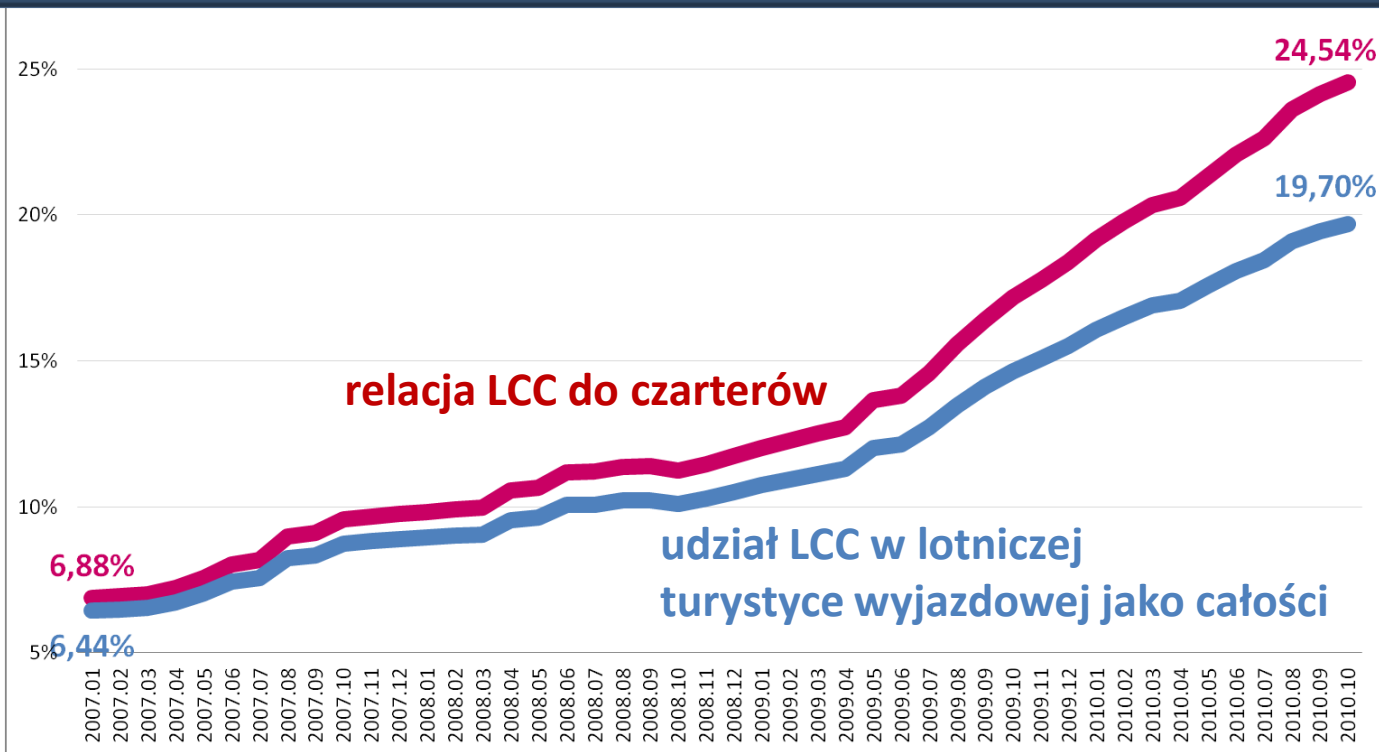
Rozwój LCC na tle branży zorganizowanej turystyki wyjazdowej (czarterowe imprezy lotnicze)



Stabilny wzrost liczby turystów wyjeżdżających z LCC



Rozwój LCC na tle branży zorganizowanej turystyki wyjazdowej (czarterowe imprezy lotnicze)



Rola LCC w turystyce wyjazdowej Polaków systematycznie rośnie

profesjonalny
ZARZĄD



dobra jakościowo
INFORMACJA



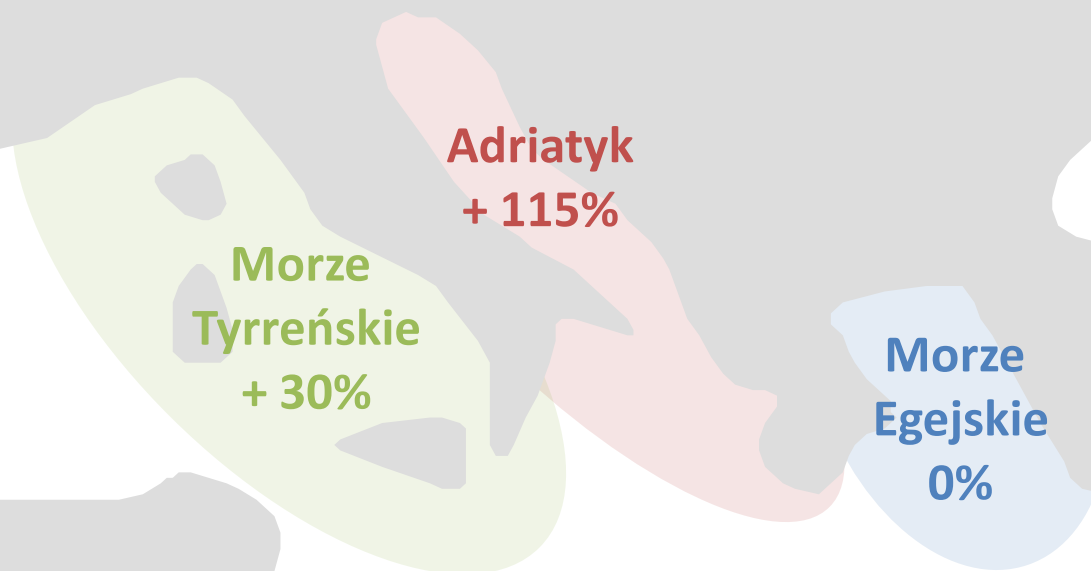
trafne (najczęściej)
DECYZJE BIZNESOWE

Tanie linie planują swój biznes

PROFESJONALNIE



Orientacyjny wzrost liczby turystów podróżujących z LCC w roku 2017 (vs 2016) na poszczególnych „rynkach”



Przyrost LCC do Włoch: 96 tys. pax = 76 tys. pax + 20 tys. pax
Ruch czarterowy do Włoch w 2016: ok. 120 tys. pax

LCC często „rozumują” kategoriami rynków, a nie państw

Wpływ... rozumiany jako liczba (procent) osób

wybierających samodzielne wyjazdy w oparciu o LCC jest w przybliżeniu taki jak oferowana przez LCC pojemność na poszczególnych kierunkach

troszczą się o to:

- udoskonalane algorytmy, które „sprzedadzą wszystko”
- decyzje biznesowe wyboru rejonów ekspansji preferujące obszary o dużej dostępności hoteli (na portalach) i o relatywnie słabej pozycji biur podróży

Silniejsza ekspansja LCC
(na kierunkach turystycznych)
dopiero nadejdzie...

... katalizatorem może być
**kryzys gospodarki globalnej
lub europejskiej**

WAKACJE W KRAJU CZY ZA GRANICĄ?





Jak postrzegano tę kwestię przed sezonem:

Według badania IPSOS Polska na zlecenie Mondial Assistance z 4-31 maja 2016 roku: „Wakacyjne plany Polaków 2016”:

- rekordowy spadek w turystyce wyjazdowej o ok. 7,3% lub 9,3% (w warunkach porównywalnych)
- rekordowy wzrost liczby wyjeżdżających w kraju (o ok. 16,6%)
- dramatyczny spadek wyjazdów do Grecji (o 42%)
- relatywnie mniejszy spadek wyjeżdżających do Egiptu (o 30%)

Świat sondaży...

Francja: Sondaże z ostatnich dni października dają Fillonowi max. 12-14%



31 octobre 2016 - Alain Juppé perd quatre points sur les deux dernières semaines, selon un sondage Ifop-Fiducial pour iTélé, Paris Match et Sud Radio. Il est ainsi crédité de 37 % des voix au premier tour de la primaire contre 31 % pour Nicolas Sarkozy (+2 points), 12 % pour François

Fillon (+1 point), 11 % pour Bruno Le Maire, 3 % pour Nathalie Kosciusko-Morizet (+1 point), 3 % pour Jean-François Copé (+1 point) et 3 % pour Jean-Frédéric Poisson (+1 point). Au second tour, Alain Juppé remporte le match avec 57 % des voix contre 43 % pour Nicolas Sarkozy.



27 octobre 2016 - Juppé reste leader. Selon un sondage Harris Interactive pour France Télévisions, Alain Juppé reste le grand favori de la primaire de la droite. Le maire de Bordeaux est crédité de 40 % des intentions de vote au premier tour le 20 novembre, contre 31 %

pour Nicolas Sarkozy, 14 % pour François Fillon qui s'installe désormais durablement dans le fauteuil du troisième avec 4 points grappillés depuis septembre. Bruno Le Maire est quatrième avec 10 %, devant Nathalie Kosciusko-Morizet, Jean-François Copé et Jean-Frédéric Poisson à environ 1 %. Au second tour, Alain Juppé serait vainqueur avec 58 % des voix contre 42 % pour Nicolas Sarkozy qui continue de chuter (-4 points en une semaine, -6 points depuis mi-septembre).



25 octobre 2016 - Plus de dix points séparent Alain Juppé et Nicolas Sarkozy au premier tour, selon un sondage Ipsos Sopra-Steria pour le Cevipof et Le Monde. Le maire de Bordeaux est crédité de 41% des voix (+4 points par rapport à septembre), l'ancien chef de l'Etat de 30% (-3

points), François Fillon de 12% (+2 points), Bruno Le Maire de 11% (-2 points), Nathalie Kosciusko-Morizet de 4%, Jean-François Copé de 1% (-0,5 point) et Jean-Frédéric Poisson de 1% (+0,5 point). Au second tour, Nicolas Sarkozy perd encore du terrain. Il perdrait cette élection avec 40% (-4 points) des voix face à Alain Juppé à 60%.



20 octobre 2016 - Alain Juppé continue d'engranger des voix, selon un sondage Harris Interactive pour France Télévisions. Il est crédité de 40 % d'intentions de vote au premier tour de la primaire Les Républicains et gagne ainsi 3 points depuis mi-septembre. Nicolas Sarkozy recueillerait 34 % des voix (-3 points), François Fillon 13 % (+3 points), Bruno Le Maire 7 % (-2 points), Jean-François Copé 2 %, Nathalie Kosciusko-Morizet 2 % (-1 point) et Jean-Frédéric Poisson 2 % (+1 point). Au second tour, Alain Juppé remporterait la primaire avec 54 % des voix (+2 points) et mettrait donc Nicolas Sarkozy en défaite avec 46 %. [Lire sur le site d'Harris Interactive.](#)

Świat sondaży...

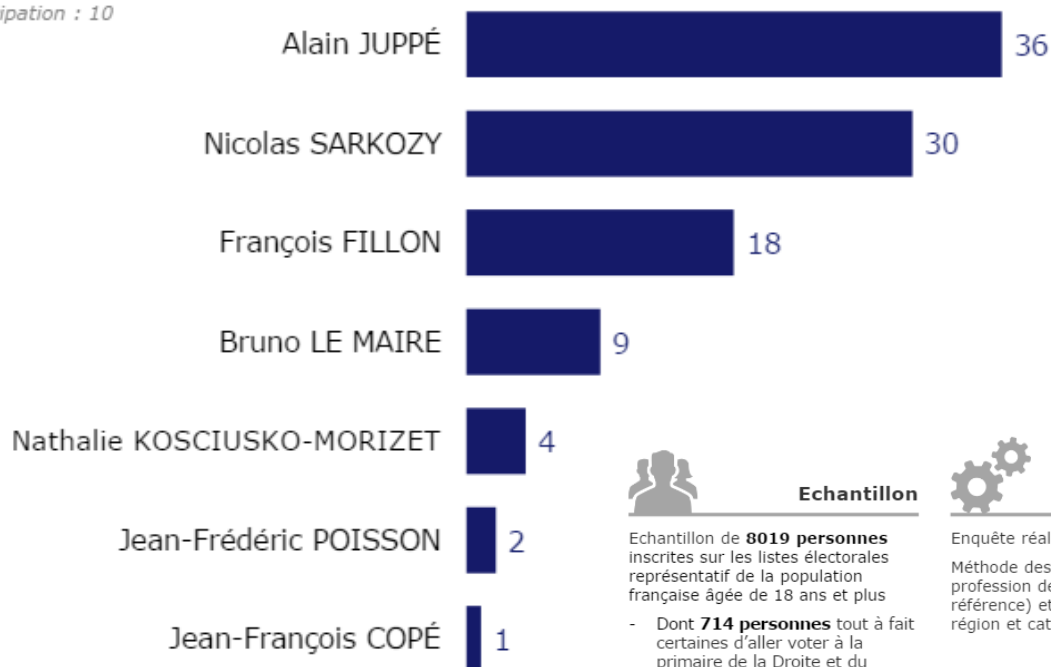
Francja: Sondaż z 7-10 listopada daje Fillonowi 3. miejsce i 18%

Intentions de vote au 1^{er} tour de la primaire

Votants à la primaire

Base : 714 interviewés

Indicateur de participation : 10



Echantillon

Echantillon de **8019 personnes** inscrites sur les listes électorales représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus

- Dont **714 personnes** tout à fait certaines d'aller voter à la primaire de la Droite et du Centre.



Méthodologie

Enquête réalisée **en ligne**.
Méthode des **quotas** (sexe, âge, profession de la personne de référence) et stratification par région et catégorie d'agglomération.



Dates de terrain

Le terrain s'est déroulé du **7 au 10 novembre 2016**.

Les dates des vagues précédentes :
Vague 1 : du 24 au 29 juin 2016
Vague 2 : du 22 au 25 août 2016
Vague 3 : du 21 au 26 septembre 2016
Vague 4 : du 30 septembre au 6 octobre 2016

En %

KANTAR SOFRES onepoint.

Toute publication, totale ou partielle des résultats de ce sondage doit mentionner la source "KANTAR Sofres - OnePoint" dans son intégralité.

12

... a rzeczywistość

Francja: wyniki prawyborów z 20.11 – Fillon 1. miejsce z poparciem 44,1%



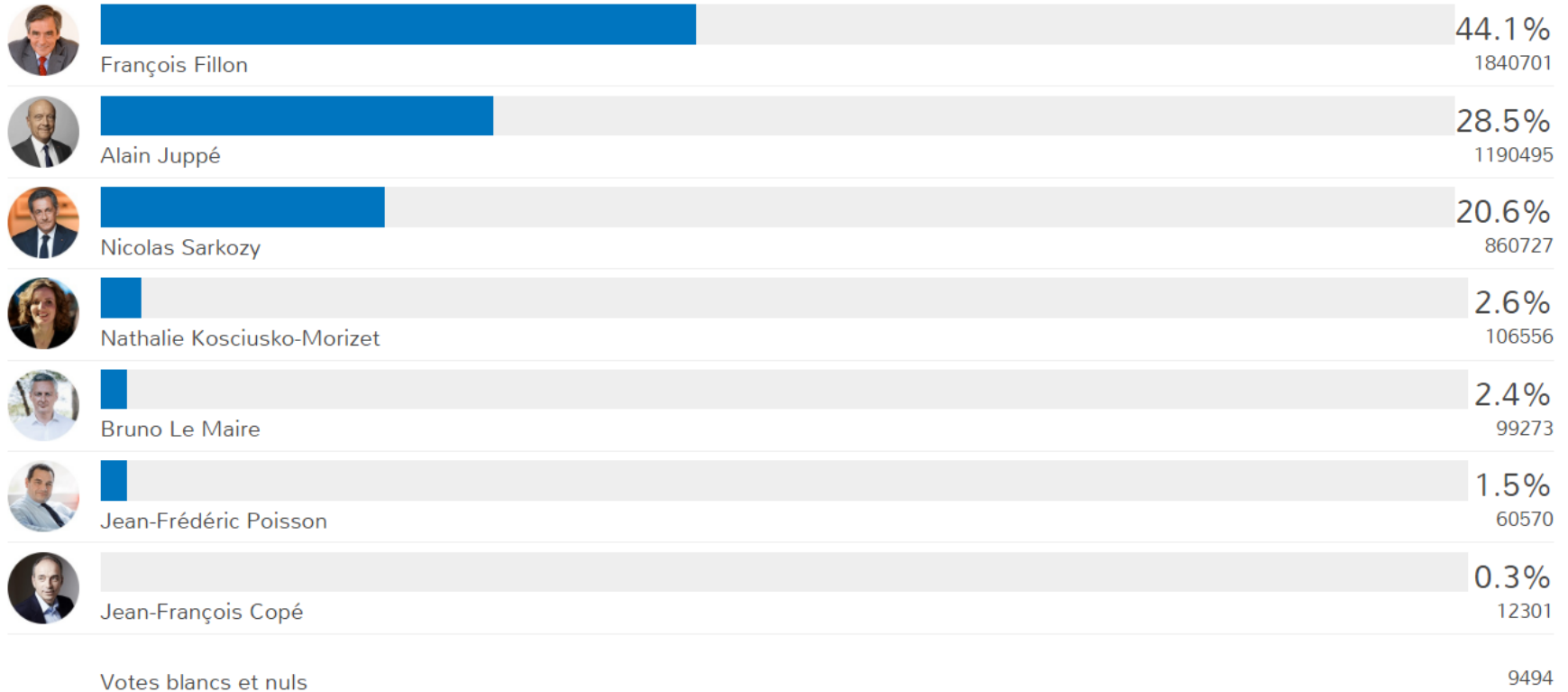
Votants
PROVISOIRE

4170623

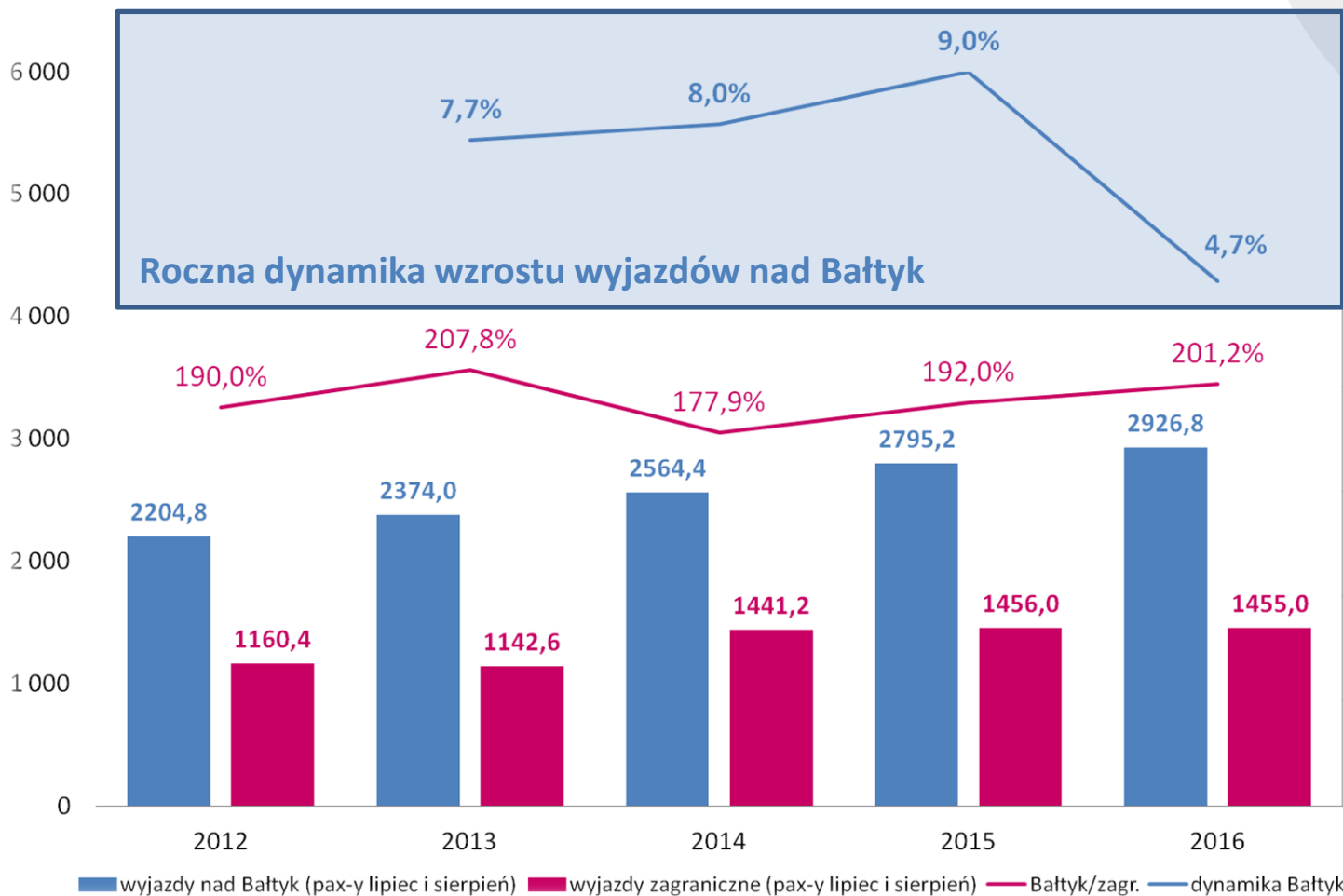


**Progrès du
dépouillement**
Nombre de bureaux

994 10229



Wakacje w kraju, czy za granicą?

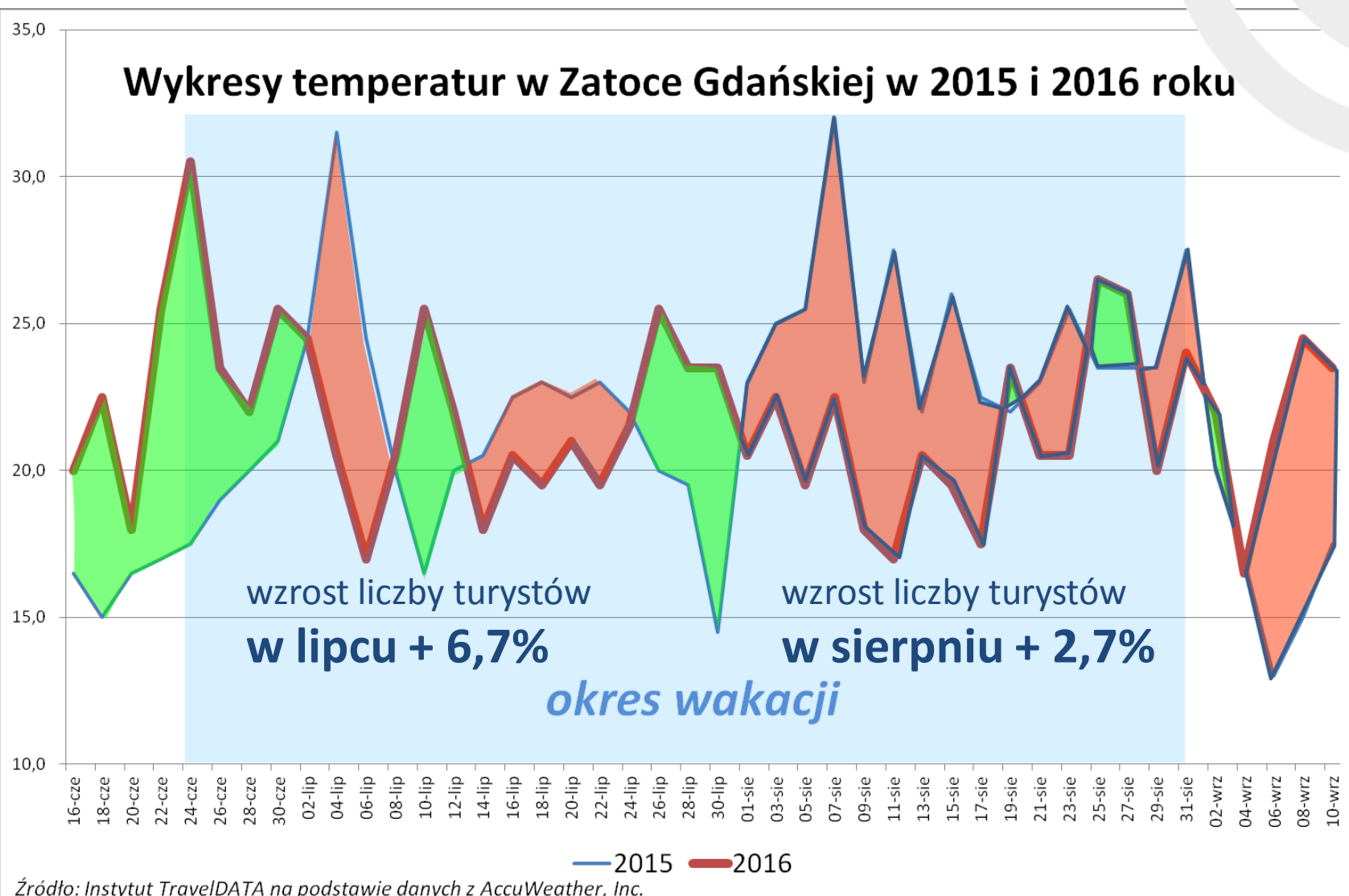


Dynamika wakacyjnych wyjazdów nad Bałtyk w tym roku spadła

Wakacje w kraju, czy za granicą?



Wykresy temperatur w Zatoce Gdańskiej w 2015 i 2016 roku



Źródło: Instytut TravelDATA na podstawie danych z AccuWeather, Inc.



Czy promocja Bałtyku szkodzi turystyce wyjazdowej?

Znaczący wzrost liczby turystów nad polskim morzem to:

... WYŻSZE CENY

... WIĘKSZY TŁOK

... SPADA RELACJA JAKOŚCI DO CENY



Wakacje w kraju, czy za granicą?

POTENCJALNY
REZULTAT:

Może to zachęcać
część lepiej
sytuowanych osób
do zamiany Bałtyku
na morza
południowe

Więcej wypoczywających nad Bałtykiem prawdopodobnie
wspiera koniunkturę w turystyce wyjazdowej

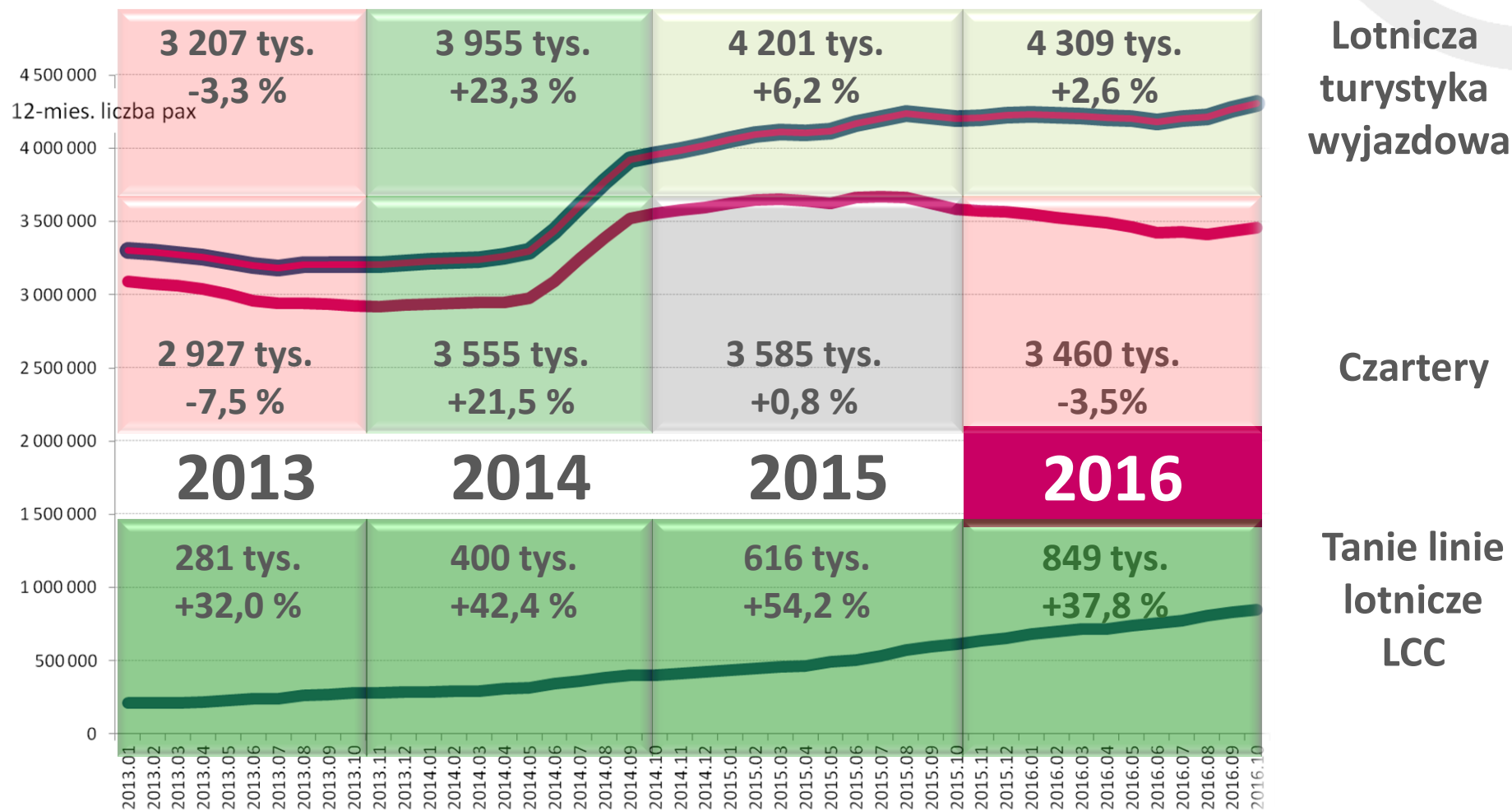
TURYSTYKA WYJAZDOWA 2017 CZY POWTÓRZY SIĘ SUKCES ROKU 2016



Turystyka wyjazdowa – czy powtórzy się sukces z roku 2016?



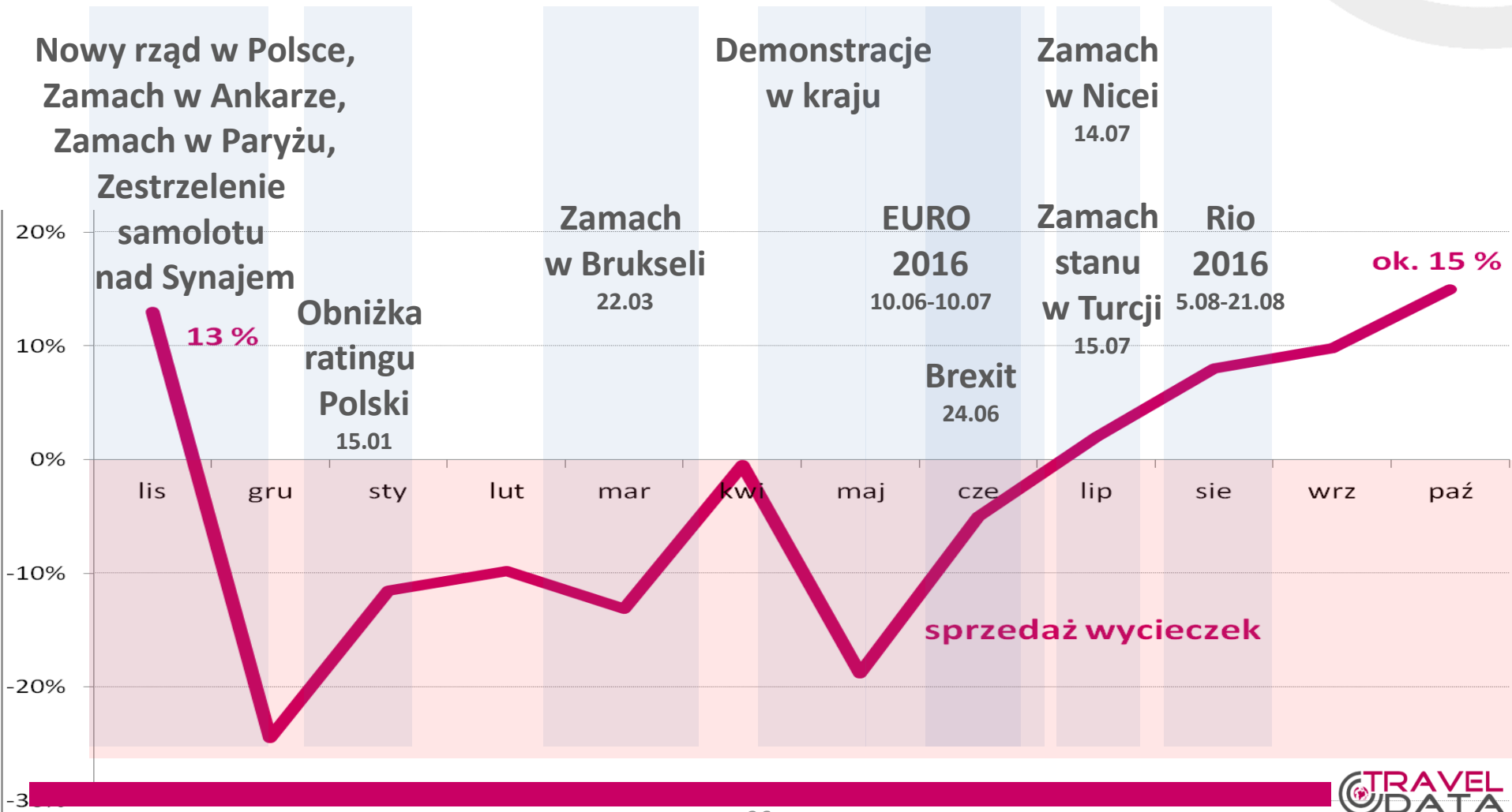
Lotnicza turystyka wyjazdowa w latach 2013-2016 (ilość pax)



Turystyka wyjazdowa – czy powtórzy się sukces z roku 2016?



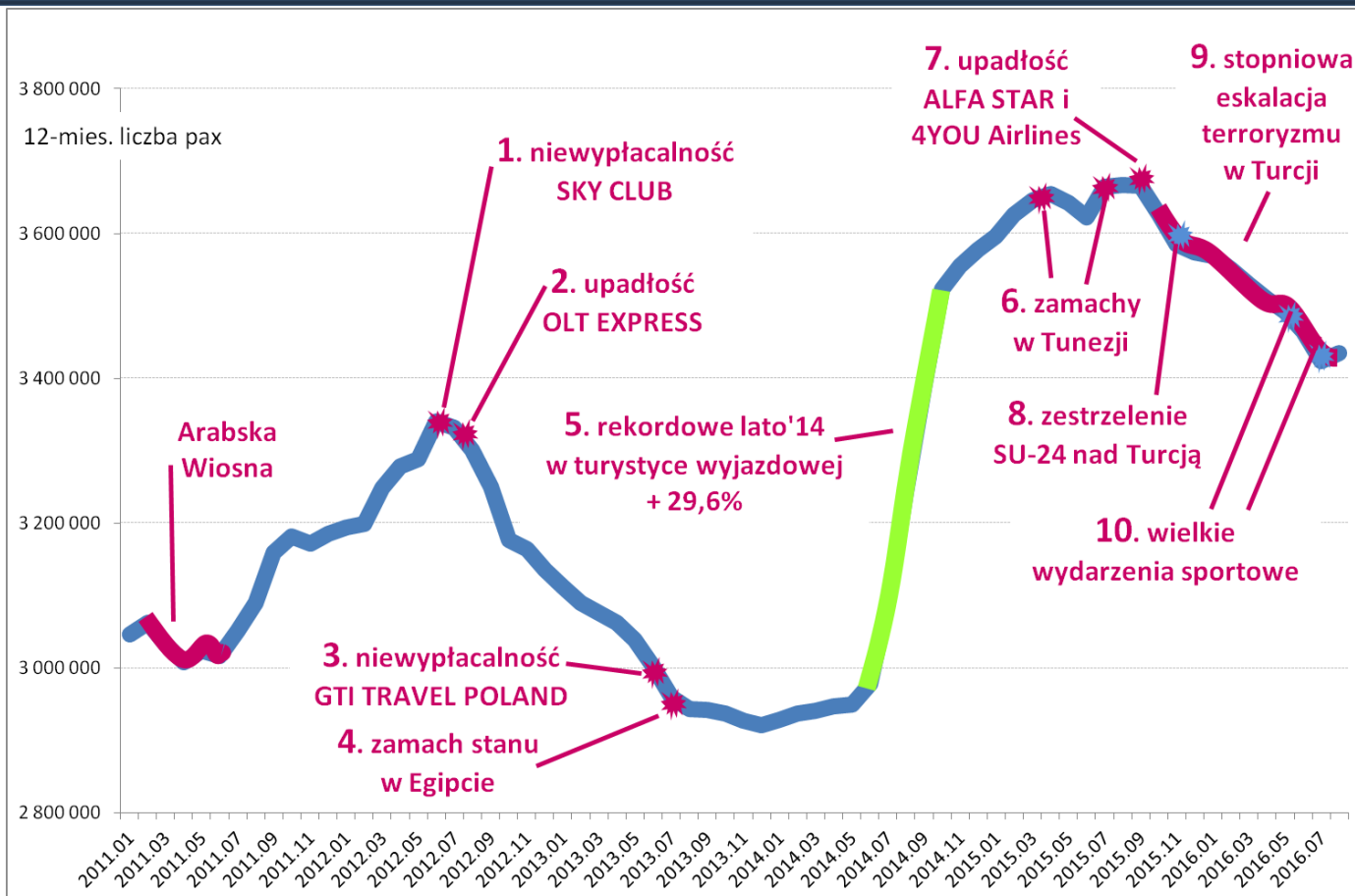
Ważne wydarzenia roku turystycznego 2015/16, a sprzedaż wycieczek



Turystyka wyjazdowa – czy powtórzy się sukces z roku 2016?



Rozwój branży zorganizowanej turystyki wyjazdowej – podejście ex post



Można odnieść wrażenie, że rozwojem turystyki kierują wydarzenia

Turystyka wyjazdowa – czy powtórzy się sukces z roku 2016?

Podejście modelowe DCNO: DOCHODY CENY NASTROJE OBawy



SFERA REALNA

GOSPODARKA

Wynagrodzenia

nominalne / realne

Dochody gospodarstw domowych

nominalne / realne

Czynniki wpływające na relacje: ceny wycieczek / dochody



SFERA EMOCJONALNA

BEZPIECZEŃSTWO (TERRORYZM)

Składnik emocjonalny

Składnik racjonalny

NASTROJE KONSUMENCKIE

Syntetyczne Wskaźniki Konsumentckie:

- TNS Consumer Index
- Wskaźnik dobrobytu BIEC
- IRG SGH (IRGKGD)
- GUS: BWUK i WWUK

Klimat komunikacji medialnej



Turystyka wyjazdowa – czy powtórzy się sukces z roku 2016?

Podejście modelowe DCNO: DOCHODY CENY NASTROJE **OBAWY**



DCNO: OBAWY

(przed terroryzmem i uchodźcami)

 składnik emocjonalny działa szczególnie w pierwszym okresie

 składnik racjonalny nabiera stopniowo znaczenia wraz z upływem czasu

Uświadomienie sobie przez turystów racjonalnego poziomu zagrożeń działa na korzyść turystyki

Turystyka wyjazdowa – czy powtórzy się sukces z roku 2016?

Podejście modelowe DCNO: DOCHODY CENY **NASTROJE** OBAWY



DCNO: NASTROJE KONSUMENCKIE

Nie są zasadniczym czynnikiem wyznaczającym poziom i dynamikę popytu w turystyce

ale

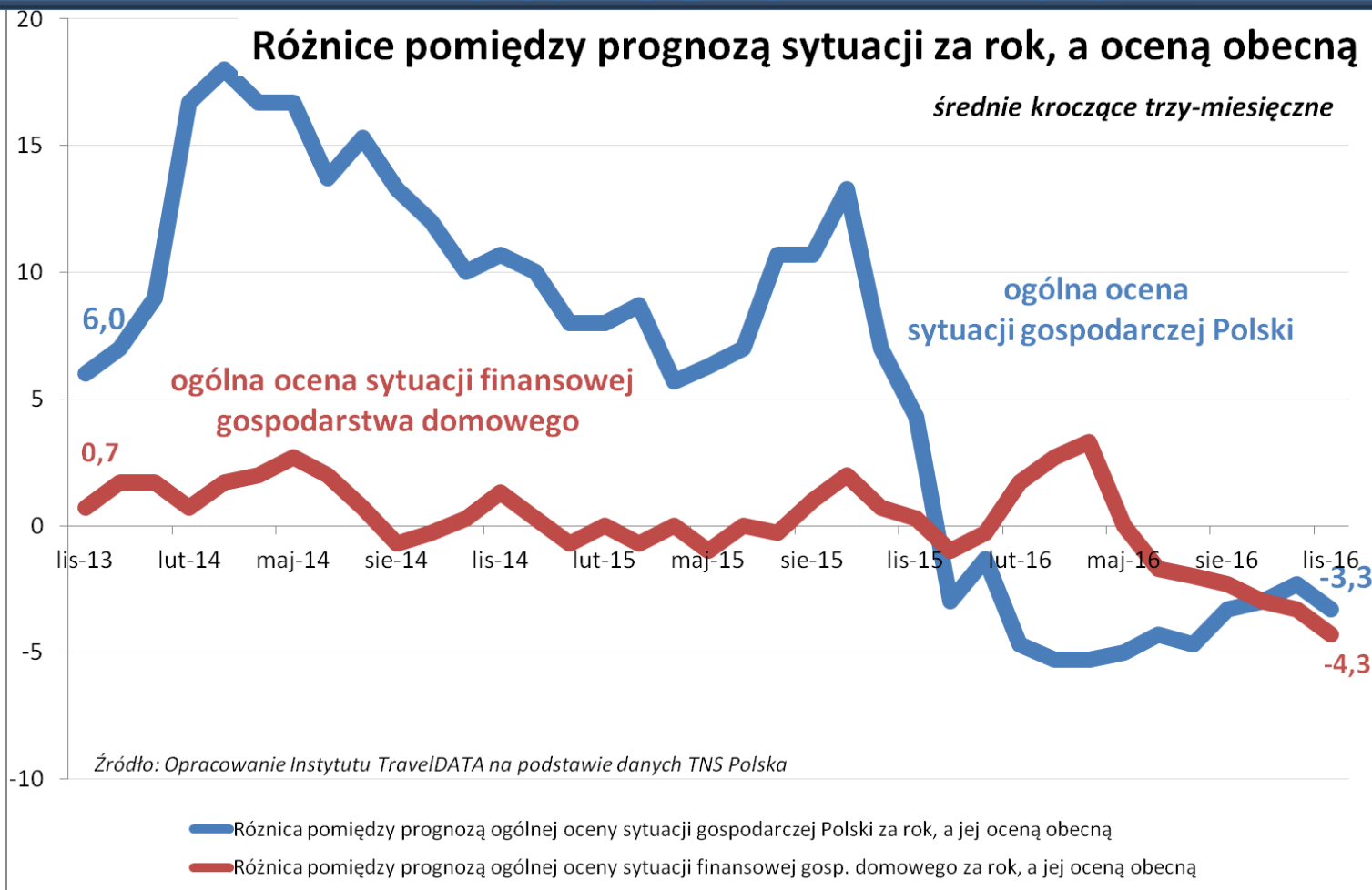
ważnym czynnikiem modyfikującym
(podobnie jak OBAWY)

Turystyka wyjazdowa – czy powtórzy się sukces z roku 2016?

Podejście modelowe DCNO: DOCHODY CENY **NASTROJE** OBAWY



Nowe zjawiska w obszarze **NASTROJÓW KONSUMENCKICH**
ważne dla popytu i jego dynamiki w turystyce



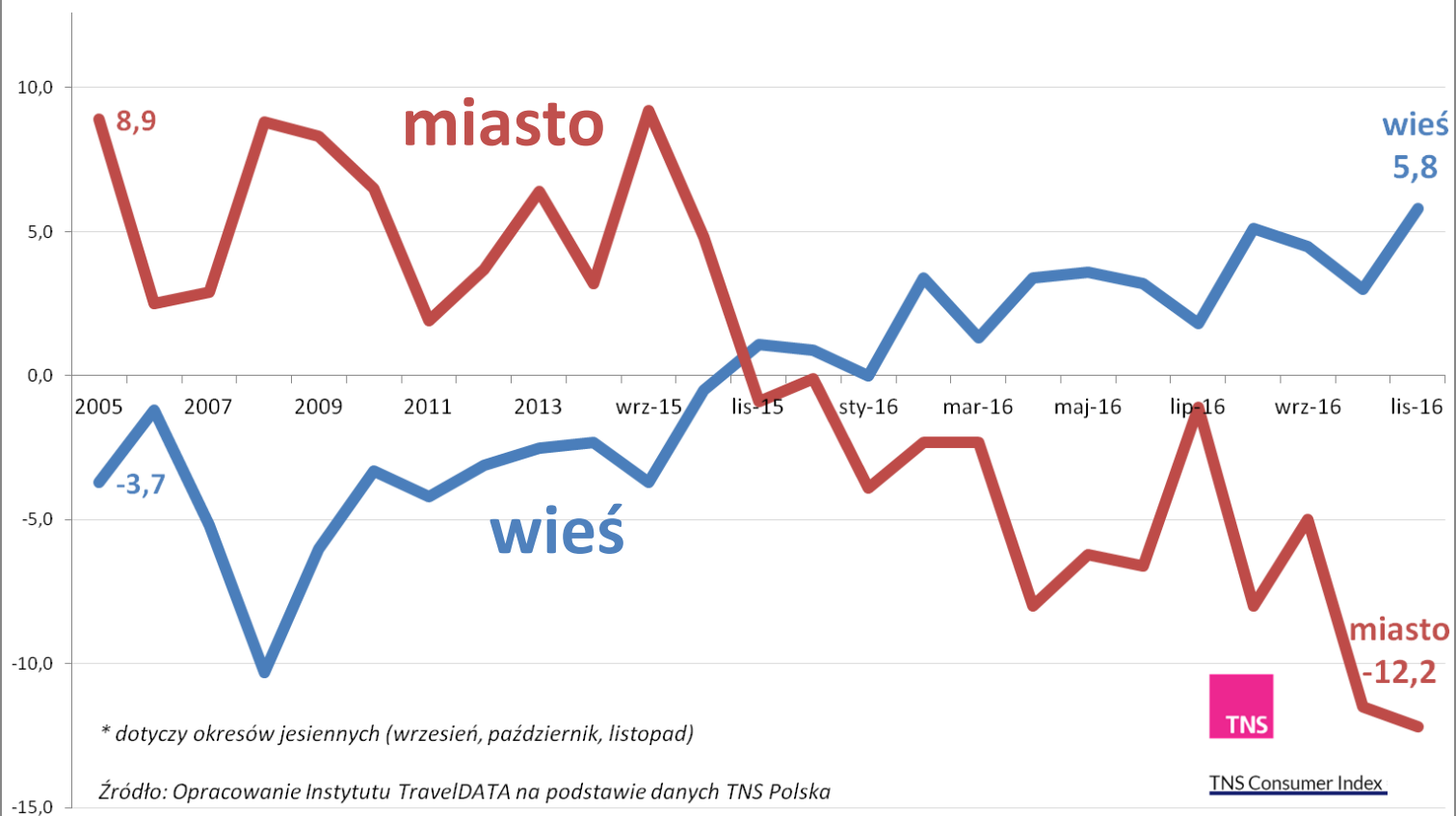
Turystyka wyjazdowa – czy powtórzy się sukces z roku 2016?

Podejście modelowe DCNO: DOCHODY CENY **NASTROJE** OBAWY



Nowe zjawiska w obszarze **NASTROJÓW KONSUMENCKICH**
ważne dla popytu i jego dynamiki w turystyce

Odchylenie subindexów TNS dla mieszkańców wsi i dużych/średnich miast od TNS Consumer Index w latach 2005 -2016*





DCNO: DOCHODY / CENY
relacja o podstawowym znaczeniu
w kształtowaniu popytu i jego dynamiki
w turystyce wyjazdowej

 aspekt zasadniczy

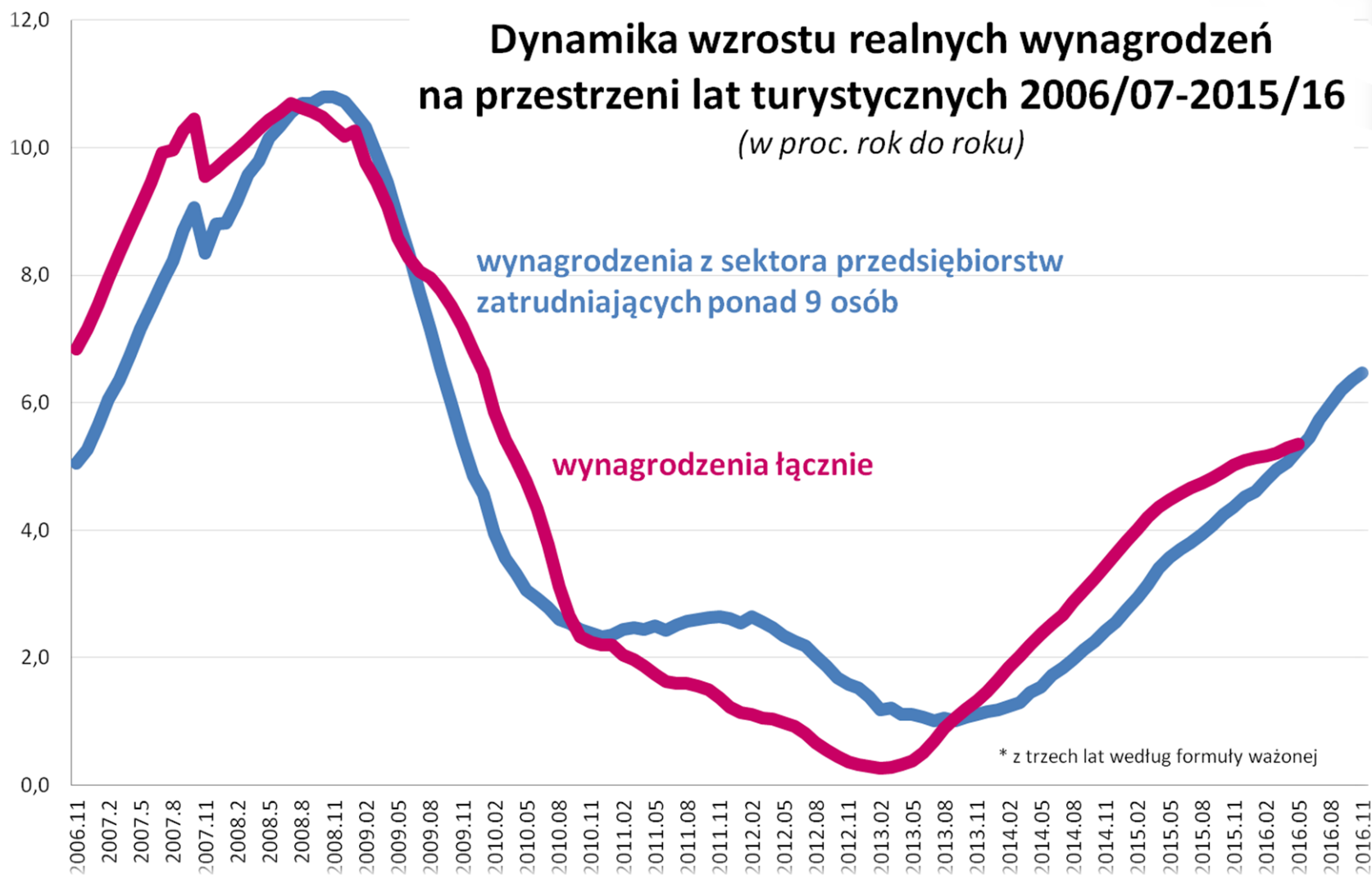
dynamika wzrostu dochodów
realnych

 aspekt dodatkowy

szybkość i kierunek zmian dynamiki
dochodów realnych

Turystyka wyjazdowa – czy powtórzy się sukces z roku 2016?

Podjęcie modelowe DCNO: **DOCHODY CENY** NASTROJE OBAWY



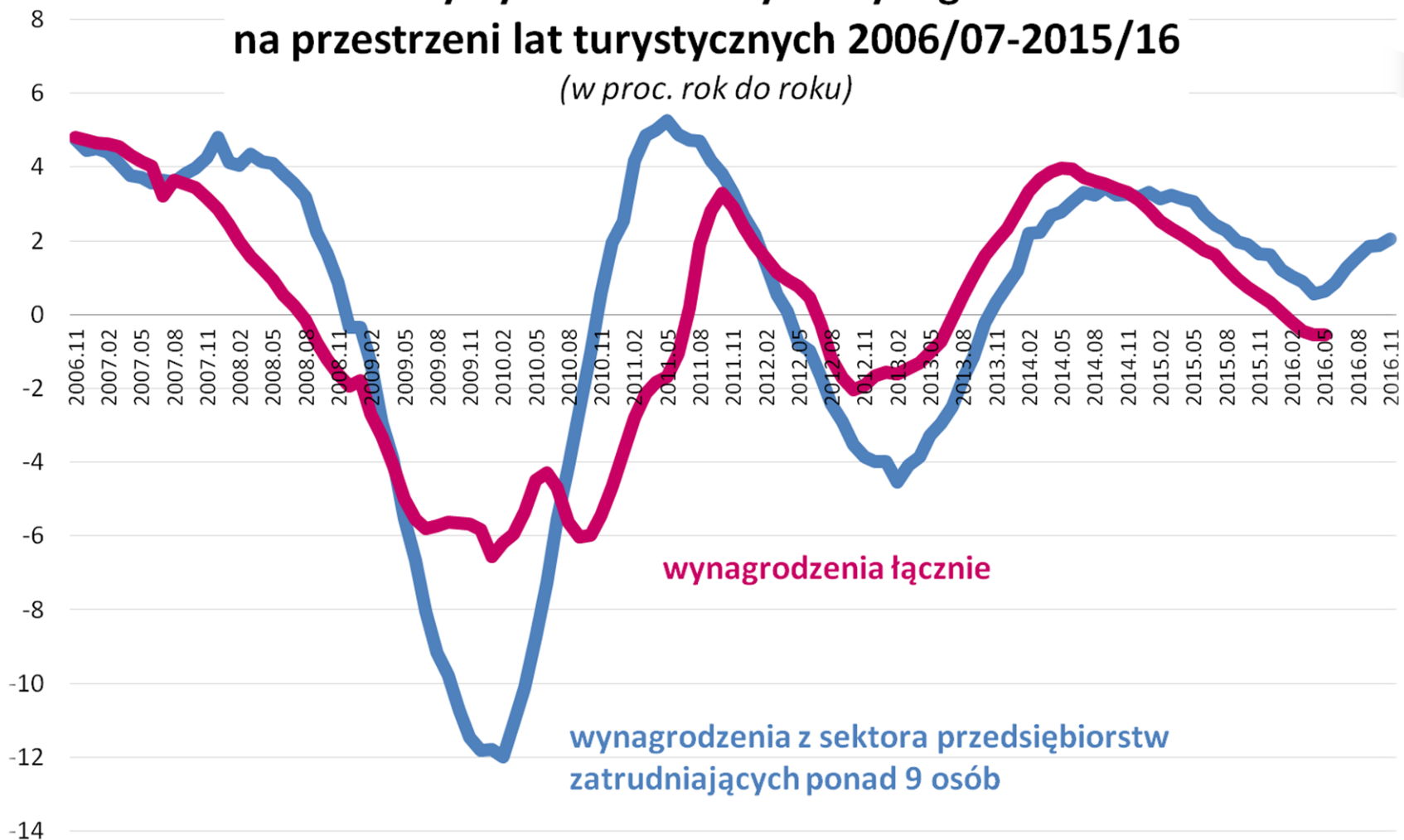
Turystyka wyjazdowa – czy powtórzy się sukces z roku 2016?

Podjęcie modelowe DCNO: **DOCHODY CENY** NASTROJE OBAWY



Zmiany dynamiki realnych wynagrodzeń na przestrzeni lat turystycznych 2006/07-2015/16

(w proc. rok do roku)

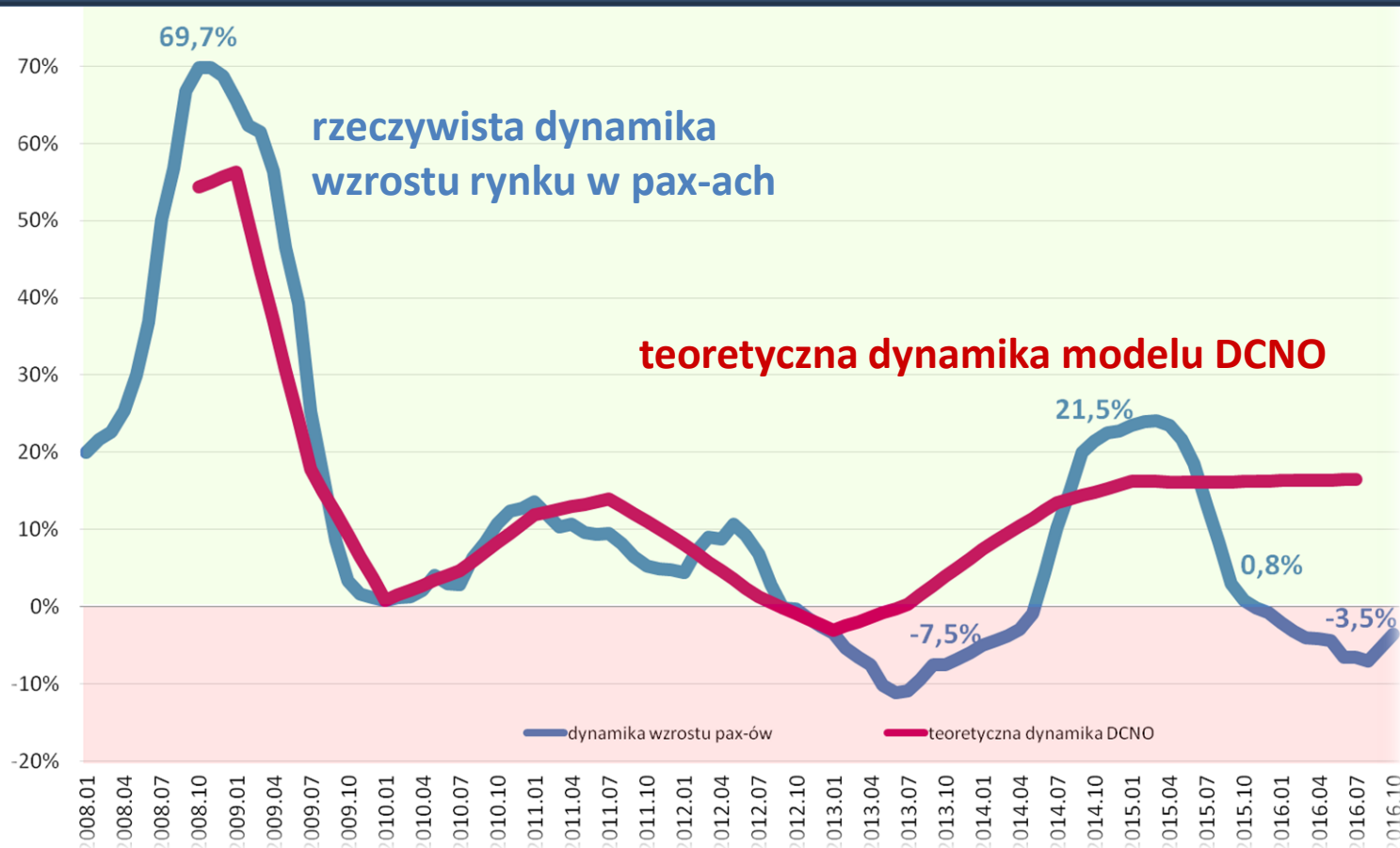


Turystyka wyjazdowa – czy powtórzy się sukces z roku 2016?

Podejście modelowe DCNO: **DOCHODY CENY** NASTROJE OBAWY

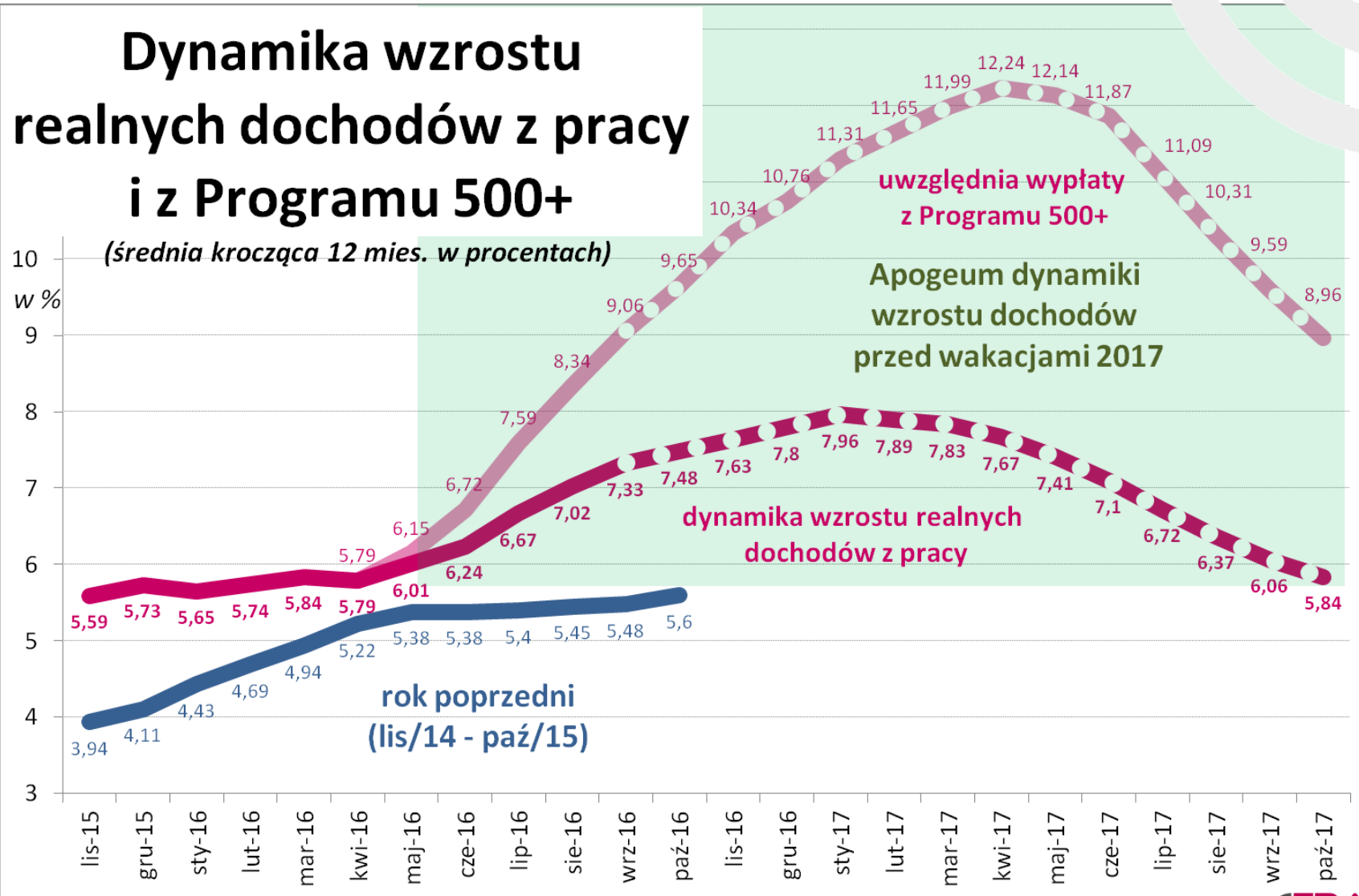


Zmiany popytu w turystyce wyjazdowej na tle zmian modelowych generowanych przez składnik DOCHODY / CENY (bez wpływu NASTROJÓW KONSUMENCKICH I OBAW)



Turystyka wyjazdowa – czy powtórzy się sukces z roku 2016?

Dynamika dochodów realnych wraz z Programem 500+





przy okazji...

Wpływ Programu 500+ i ewentualnych reform podatkowych oddziałuje na sprzedaż w turystyce w sposób:

- **bezpośredni**
- **pośredni**

500+ RODZINA



Ryzyka prognostyczne na rok 2017
dotyczą głównie elementów modyfikujących

DOCHODY CENY NASTROJE OBAWY

- zmiany poziomu **OBAW**
 - wpływ prawdopodobnie dodatni
- zmiany **NASTROJÓW KONSUMENCKICH**
 - prawdopodobnie wpływ ujemny

mniej istotnym elementem niepewności powinny być
CENY wraz z ich ważnym czynnikiem, kursem złotego



„ukryte” atuty ważne dla przyszłego rozwoju turystyki wyjazdowej w dalszych latach

- 🌀 powrót do fundamentalnej wartości złotego
- 🌀 możliwości wykorzystania niekonwencjonalnych metod wspierania rozwoju gospodarczego
- 🌀 dostosowanie systemu podatkowego (PIT) do standardów zachodnich

coraz więcej osób stać będzie na zagraniczne wyjazdy



Szansa dynamicznego rozwoju
turystyki wyjazdowej Polaków
leży tylko

w turystyce masowej