



POLSKA
ORGANIZACJA
TURYSTYCZNA

Informacja z rynków zagranicznych

**Koronawirus a turystyka
19 – 25 czerwca 2020r .**

Spis treści:

AUSTRIA	2
BENELUX	2
CHINY	3
FRANCJA	4
HISZPANIA	5
HOLANDIA	7
IZRAEL	8
JAPONIA, KOREA POŁUDNIOWA	9
NIEMCY	10
ROSJA	11
SKANDYNAWIA	12
UKRAINA	12
USA	13
WIELKA BRYTANIA	15
WŁOCHY	16

AUSTRIA

SYTUACJA W BRANŻY TURYSTYCZNEJ

Przywrócono organizację targów np. w lipcu planowane są targi biznesowe dla branży hotelarskiej i MICE.

Na 1 lipca planowane jest ponowne uruchomienie połączeń lotniczych (Austrian Airlines uruchamia połączenie Wiedeń- Warszawa). WizzAir zlikwidował połączenie bezpośrednie z Wiednia do Gdańska. Trwają ponowne negocjacje dotyczące utrzymania bazy linii Laudamotion w Wiedniu /Ryanair/.

Od 15 czerwca wybrane austriackie biura podróży rozpoczęły ponowną organizację wycieczek po Austrii dla swoich klientów.

RYNEK KONSUMENTA

Z badań przeprowadzonych w czerwcu br. na populacji 1000 osób przez Gallupa wynika, że pomimo otwarcia granicy z krajami sąsiednimi:

- 60% Austriaków planuje spędzić letnie wakacje w kraju;
- 28% chce wyjechać za granicę, najczęściej nad morze;
- 1/3 ankietowanych osób zamierza wyjechać do Chorwacji;
- 15% do Włoch;
- 8% do Grecji;
- 7% do Czech, Słowacji i Węgier, Niemiec, Hiszpanii i na Wyspy Kanaryjskie;
- 4% ankietowanych wskazało Turcję;
- po % ankietowanych wymienia Cypr, Wielką Brytanię/Szkocja, Francję.

BENELUX

SYTUACJA W BRANŻY TURYSTYCZNEJ

Rezygnacja z letnich festiwali i kryzys w sektorze turystycznym skłoniły menedżerów firm organizujących największy festiwal w Belgii do połączenia sił wokół nowej koncepcji tj. instalacji tymczasowego miasteczka wakacyjnego na terenie słynnego festiwalu electro na polu golfowym Durbuy. Koncept o nazwie Green Fields pomieści 400 wczasowiczów na powierzchni 35 hektarów. Nie zaplanowano rozrywki muzycznej, ale zestawy słuchawkowe dające dostęp do różnych zestawów muzycznych. Odwiedzający będą mogli również uzyskać dostęp do obiektów parku Adventure Valley, którego ponowne otwarcie jest ogłoszone na 1 lipca, z maksymalną pojemnością 200 osób. Celem tych działań jest przyciągnięcie publiczności, aby uratować sezon.

Duży belgijski touroperator Imagine Travel postawił m.in. na Polskę w swojej promocji na najbliższe lato. Powstały prezentacje, w których zachęca się klientów do odwiedzenia Polski latem 2020 r., mówi się o regulacjach związanych ze środkami ostrożności na lotnisku, w mieście itd.

W związku z epidemią coroczna polska impreza Polish Run, promująca bieganie i turystykę aktywną zmieniła formułę. Zamiast wspólnego biegu dla wszystkich uczestników, biegi będą się odbywać indywidualnie w określonym terminie (10 dni), a zwycięzca zostanie wyłoniony on-line.

Targi rowerowe w Brukseli planowane na wrzesień zostały odwołane. Jako powód organizatorzy podają trudność w zorganizowaniu miłej, jakościowej imprezy dla masowej widowni przy zachowaniu regulacji bezpieczeństwa związanych z epidemią.

Wybrzeże Belgii jest krótkie i mocno zurbanizowane co oznacza duże nagromadzenie ludzi w okresie letnim w związku z tym otrzyma na ten sezon letni „inteligentny monitoring”. Celem jest umieszczenie 250 inteligentnych kamer na całym wybrzeżu. Kamery te zostaną wyposażone w oprogramowanie pozwalające zliczać liczbę osób obecnych w różnych obszarach oraz sporządzać mapę z listą tłumów. W ten sposób gminy będą mogły lepiej przewidywać i zarządzać przepływem ludzi w kontekście walki z koronawirusem.

RYNEK KONSUMENTA

Stowarzyszenie Belgijskich Touroperatorów ABTO opracowało wspólnie z instytutem GTR (instytut badawczy) analizę planów wakacyjnych Belgów w związku z pandemią. Przedstawiono wyniki kwartalnych badań na temat intencji podróży w nadchodzących 24 miesiącach. Zrealizowano je na próbie 800 osób (2 próby - przed i po wybuchu pandemii), które podróżują w celach wakacyjnych co najmniej raz na rok.

Jako podróż uważa się wyjazd wakacyjny z co najmniej jednym noclegiem, w Belgii lub za granicę, zarówno wyjazdy zorganizowane jak i indywidualne. Najważniejsze wnioski:

- Strach przed wirusem i możliwości, jakie dają vouchery COVID-19, skłaniają Belgów nie tylko do czekania do przyszłego roku na wakacyjny wyjazd, ale także dokonania już rezerwacji.
- Choć wakacje w Belgii stają się coraz bardziej atrakcyjne, to zainteresowanie własnym krajem pozostaje ograniczone: tylko 14% myśli o wyborze Belgii na urlop. Faworytem w wyjazdach pozostaje Francja, za nią Hiszpania i Holandia.
- Belgowie chcą jak najlepiej wykorzystać swoje przyszłe wakacje: budżet wakacyjny wzrasta o 11,5% na osobę.

CHINY

Interesujące artykuły:

- Nastawienie Chińczyków do podróży: <http://www.ttgasia.com/2020/06/10/chinas-tourists-warming-up-to-foreign-travel-again/>
- Raport dotyczący konsumpcji w Chinach po COVID: <https://dragontrail.com.cn/resources/blog/hello-world-post-virus-consumption-recovery-report>

- Pakiety mające na celu stymulację turystyki na Tajwanie:
<http://www.ttgasia.com/2020/06/11/taiwans-domestic-tourism-gets-us130m-boost/>
- Podróżnicze "bańki": <https://ijingtravel.com/interactive-mapping-travel-bubbles-ijing-travel/>
- Webinar What We Can Learn from China Livestreaming Ecommerce:
<https://youtu.be/IGBs9W7z5No>
- Podsumowanie webinaru o rozwiązaniu technologicznym do przeprowadzenia wirtualnego roadshow: <http://www.tlmchina.com/webinar/digital/China-Digital-Tourism-Webinar-Summary/> I sam webinar dostępny po zostawieniu danych: https://us02web.zoom.us/rec/share/3NNedYv-6m1JfgPgt3DxRI95HLrqX6a81SNKr_slzEeYquhvVcsfa3x4yBBZ-3wo?startTime=1591775903000
- Podsumowanie webinaru o tym jak ponownie zdobyć rynek chiński po zakończeniu COVID: <http://www.tlmchina.com/webinar/atchina/The-first-China-Aviation-and-Tourism-Webinar-Summary02/>

FRANCJA

SYTUACJA W BRANŻY TURYSTYCZNEJ

SETO zapowiada, że powrót do normalnych transakcji na rynku biur podróży powróci na wiosnę 2021 roku. TUI France, drugi po Carrefour Voyages gracz na rynku francuskim, zostało zamknięte.

Sytuacja na rynku lotniczym jest wciąż niejasna. Formalnie, niebo Francji jest otwarte i można kupować bilety na każde wybrane terminy lotów do Polski. Zapowiedziane przez Air France połączenia z Polską to: Warszawa i Kraków. Zawieszono połączenie z Wrocławiem. Prognozowana częstotliwość lotów do Polski, to jeden lot dziennie, a od połowy lipca, dwa.

Połączenia Wizzair do Gdańska i Poznania zostały uruchomione z lotniska Beauvais od 17 czerwca.

Dwie najważniejsze imprezy branżowe we Francji, tj. targi DITEX i TOP RESA nie zostały odwołane. Nie znane są jeszcze warunki uczestnictwa w tych imprezach – liczba osób mogących brać udział, organizacja spotkań B2B, konferencji itp.

Od 2 czerwca zostały otwarte kempingi we Francji. Ta forma spędzania wakacji (świeże powietrze, transport kołowy, samodzielne przygotowywanie posiłku, brak kontaktu z innymi osobami, dystans społeczny) cieszy się we Francji największą popularnością. Stąd zapytania o kempingi w Polsce i podróże camping-car. Słabą stroną polskiej oferty agroturystycznej i kempingowej jest brak przejrzystej komunikacji w języku francuskim, brak możliwości płatniczych typu Pay pal, brak oferty skierowanej na rynek we Francji.

Pod hasłem nowe aspiracje wakacyjne FRAM lansuje wśród Francuzów kampanię „Framissima”. Wakacje na krótkich dystansach, tylko we Francji. W ramach wątpliwych

obiekcji w stosunku do vouchera na wypadek kolejnych anulacji znana firma Odalys Vacances oferuje swoim klientom w 245 rezydencjach na terenie Francji płatność dopiero po 7 dniach od momentu i przybycia klienta do obiektu.

Z danych francuskich biur podróży, współpracujących z ZOPOT wynika, że dokonane zostały wszystkie anulacje na lipiec. Przełożenia podróży grupowych rezerwowanych w marcu, zmalały do minimum (voucher), w przypadku wyjazdów szkolnych anulacje definitywne.

RYNEK KONSUMENTA

Obawy Francuzów są duże, co do sensu wyjazdów na wakacje. Chodzi o serię publikacji nt. drugiej fali COVID-19. Z opinii specjalistów wynika niezabicie, że może ona pojawiać się pomiędzy sierpniem a listopadem tego roku.

Hasło „Partez sans payer” („Wyruszaj bez płacenia”) jest odpowiedzią na apel rządu francuskiego o wsparciu rodzimej branży turystycznej. Wedle badań TourMag, około 81 % Francuzów wyraziło wątpliwość co do bezpieczeństwa podróży zagranicznych. Przypadki turystów „uwięzionych” z powodu pandemii, do końca maja np. w Maroku zostały opisane jako przykłady, które mogą się powtórzyć jeszcze w tym roku.

HISZPANIA

SYTUACJA W BRANŻY TURYSTYCZNEJ

Stworzono pierwszy pilotażowy korytarz turystyczny – w drugiej połowie czerwca prawie 11 tysięcy turystów niemieckich odwiedzi Baleary, znajdujące się obecnie w 3 fazie obostrzeń sanitarnych. Kolejny korytarz ma być autoryzowany przez rząd Hiszpanii na Kanary.

Portugalia planuje stworzenie takiego korytarza dla turystów brytyjskich jeszcze w tym miesiącu, bez konieczności przechodzenia kwarantanny.

Przewidywany najwyższe w UE załamanie gospodarki w Hiszpanii (do 15%), ze względu na jej usługowy charakter.

Największa francuska impreza branżowa TOP RESA odbędzie się w listopadzie br.

RYNEK KONSUMENTA

Wg badania przeprowadzonego wśród podróżujących w Hiszpanii ([ankieta Booking y Expedia](#)), nie chcą oni zrezygnować z podróży, ale utrzymuje się tendencja poszukiwania bliskich i łatwo dostępnych (samochodem) kierunków. Konsument nie zapomina o podróżach zagranicznych, ale ożywienie tego typu wyjazdów nastąpi najpierw do bliskich krajów. W tym znaczeniu, tendencje te nie zmieniły się w stosunku do poprzednich badań (przekazanych w tym sprawozdaniu w zapisie z 6.05). Te nastroje mogą się pogorszyć po publikacjach z połowy tego tygodnia o drastycznym spadku wzrostu gospodarczego (do 15%, jak wpisano w kolumnie obok).

Portugalia. Wydaje się, że ta społeczność jest bardziej zamknięta na podróże zagraniczne. Po opublikowaniu miejsc i miast rekomendowanych do odwiedzenia przez European Best

Destination (gdzie znalazły się Warszawa i Gdańsk), jako bezpieczne z punktu widzenia COVID-19, portugalska prasa opublikowała jedynie te znajdujące się w Portugalii.

Potencjalnie nastroje w Hiszpanii są pozytywne, podróżujący są złaćnieni powrotu do normalności, w tym do podróżowania. Opublikowana informacja o otwarciu granic w sposób naturalny (bez płatnej kampanii) otrzymuje nadal sporo wejść. Jednak utrzymuje się trend wyboru podróży do kierunków bliskich, łatwo dostępnych i bezpiecznych z punktu widzenia powrotu w razie ponownego wybuchu pandemii. Deklaracja podróży nie musi jednak przełożyć się na jej realizację, w kontekście pogarszających się wskaźników gospodarczych (ujemny wzrost gospodarczy, wzrost bezrobocia).

Kluczowym elementem tego podróży MICE jest komunikacja lotnicza. Przywracane są połączenia krajowe, następnie europejskie i na końcu transatlantyckie, o ile istnieje taka możliwość (niektóre kraje Am. Łacińskiej nie przyjmą tego typu lotów prawdopodobnie do początku września). Kwestie bezpieczeństwa sanitarnego oraz rola Travel Manager, wg uczestników, jest bardzo istotna dla odrodzenia się tego typu podróży.

Zalecenia dotyczące organizacji podróży MICE (wg <https://www.mice.es/post/876-recomendaciones-para-la-organizacion-de-un-evento-en-sitio-en-tiempos-del-coronavirus>) to:

- noszenie maseczek i dezynfekcja rąk przy każdym wejściu na salę spotkania;
- obecność personelu medycznego czuwającego na dostępem do sali spotkania (pomiar temperatury, ankieta sanitarna, dezynfekcja rąk dla wszystkich bez wyjątku; zaleca się korzystanie z jednego wejścia i wyjścia;
- zachowanie bezpiecznej odległości (1,5 m);
- oznaczenie odpowiedniej przestrzeni dla każdego uczestnika (po 1,5 m z przodu, z tyłu i po bokach) i wyznaczenie stref dla osób siedzących i stojących;
- informacja nt. norm bezpieczeństwa w każdym venue powinny znaleźć się w zaproszeniu, a także powinna się o nich przypominać na początku i na końcu wydarzenia przez megafon;
- kontrola uczestników wraz z posiadaniem jego aktualnych danych kontaktowych, także zaleca się zawarcie informacji w zaproszeniu dotyczących czasu trwania wydarzenia i stosowanych normach;
- podczas wydarzenia, stworzenie kilkuetapowej kontroli (1. pomiar temperatury, dezynfekcja rąk, przekazanie maseczki, jeżeli uczestnik jej nie posiada, zainstalowanie kontenera na wymianę maseczki własnej na tę oferowaną przez organizatorów;
- wypełnienie ankiety sanitarnej;
- odkażenie obuwia;
- skierowanie uczestnika do miejsca spotkania z wydzielonymi wcześniej strefami lub do miejsca, gdzie w odpowiedniej odległości będzie czekał na wstęp do sali;
- kontrola liczby osób korzystających z toalet (w zależności od wielkości, ale zaleca się nie więcej niż cztery osoby) i ponowna dezynfekcja rąk po powrocie do miejsca spotkania;
- po zakończeniu wydarzenia, sprawna organizacja opuszczenia obiektu, unikając tworzenia się tłoku przy wyjściu.

HOLANDIA

SYTUACJA W BRANŻY TURYSTYCZNEJ

Holenderskie linie lotnicze Transavia wznowiły swoje loty; od 18 czerwca linie te wznowiły połączenia stricte wakacyjne z lotniska w Rotterdamie (kierunki: Malaga, Alicante, Ibiza, Faro, Girona i Split).

Firma Sunny Cars, zajmująca się wynajmem samochodów w trakcie wakacji, opracowała nowe zasady bezpiecznego i higienicznego wynajmu pojazdów; według zarządzających firmą, właśnie w tym sezonie możliwość wynajmu auta na wakacjach będzie szczególnie atrakcyjna dla podróżujących.

Touroperator Corendon wprowadza możliwość bezkosztowego przebukowania zaplanowanych wakacji i przesunięcia terminu podróży do października 2021 r.

Ceny biletów lotniczych do popularnych wakacyjnych destynacji są w tym sezonie średnio o 20 % niższe.

Podróżni, którzy zakupili bilety lotnicze na przeloty w liniach KLM i Transavia, ze względu na COVID-19 otrzymali voucher do wykorzystania w innym terminie. Mogą także ubiegać się o zwrot pieniędzy za bilet.

Zdaniem Holenderskiego Instytutu Zdrowia Publicznego (RVIM) nie ma konieczności wprowadzenia ograniczeń co do maksymalnej liczby pasażerów dla samolotów nawet bez zachowania 1,5 m odległości; oznacza to że samoloty mogą przewozić maksymalną liczbę pasażerów, jednak wszyscy oni mają obowiązek noszenia maseczek w trakcie całego lotu.

Od 15 czerwca holenderskie campingi mogą udostępniać swoim gościom zaplecze sanitarne do użytkowania (do tego momentu pomimo że campingi zostały otwarte już wcześniej sanitariaty były zamknięte co spotkało się z falą ogromnej krytyki).

RYNEK KONSUMENTA

W związku z ogłoszeniem możliwości podróżowania do większości krajów europejskich od 15 czerwca zwiększyło się zainteresowanie konsumentów rezerwacjami i wyjazdami wakacyjnymi (wynik badania przeprowadzonego przez firmę RED Online Marketing). Zainteresowaniem cieszą się zarówno wakacje krajowe, jak i zagraniczne.

Z badania przeprowadzonego na grupie 29 tys. osób przez panel EenVandaag wynika że:

- prawie połowa Holendrów (48 %) nie wybierze się w tym roku na wakacje letnie;
- 33 % ankietowanych wybiera się na pewno na wakacje,
- 11 % ma to w planie;
- 76 % Holendrów (grupa wiekowa 35-55 lat, rodziny z dziećmi) wybiera się na wypoczynek wakacyjny;
- spośród osób deklarujących wypoczynek wakacyjny w tym roku, 42% zamierza pozostać w Holandii;
- 20% wybierze jeden z kierunków europejskich; spośród krajów w Europie w tym momencie największym zainteresowaniem cieszą się (w kolejności): Niemcy, Francja, Grecja, Hiszpania i Austria;

- do destynacji wakacyjnej większość (72 %) chce pojechać własnym autem;
- Holendrzy są bardzo sceptyczni jeśli chodzi o przyjazdy turystów zagranicznych do Holandii w tym momencie, uważają że niosą one jeszcze zbyt wysoki stopień ryzyka.

IZRAEL

SYTUACJA W BRANŻY TURYSTYCZNEJ

Lotnisko w Tel Awiwie opracowało szczegółowy plan o nazwie „Free corona”, który będzie obejmował kilka ważnych kroków, aby upewnić się, że podróżują tylko zdrowi ludzie. Kontrolą zdrowia pasażerów przed lotem zajmą się nawet zaawansowane maszyny/roboty. Rząd planował uruchomić pilotaż w połowie lipca, aby umożliwić podróżowanie do kilku wybranych krajów, a następnie, w zależności od rozwoju sytuacji, dodać, w sierpniu i wrześniu, kolejne kraje, w tym Polskę, bez potrzeby przechodzenia kwarantanny w obie strony i dla obu krajów. Sugerowana lista pierwszych krajów obejmuje na razie takie kraje jak: Grecja, Cypr, Austria, Czechy, Czarnogóra i Szeszele.

Spora liczba zapytań o wyjazdy pochodzi od klientów biur, którzy nadal nie mogą dokonać rezerwacji z powodu obecnych ograniczeń w podróżowaniu. Biura turystyczne wywierają presję na rząd za pośrednictwem grup na Facebooku, występów w telewizji i spotkań z urzędnikami, aby bardziej wspierać ich potrzeby i „jak najszybciej otworzyć” niebo.

Pomimo powyższych restrykcji niektóre linie lotnicze jak Lufthansa, Wizz Air, Easy Jet, Aeroflot, Aegean (Ateny) i Delta wróciły do obsługi lotów z Tel Awiwu, inni jak Austrian Airlines i Turkish Airlines planują powrót w lipcu. Codzienne loty do Nowego Jorku są obsługiwane przez United Airlines, a także loty do Etiopii z połączeniami.

W Izraelu istnieją 3 narodowe linie lotnicze:

- ELAL - obsługuje wyłącznie loty specjalne i loty towarowe.
- Israil - obsługuje loty krajowe, loty specjalne i loty towarowe.
- Arkia - funkcjonowanie linii jest zawieszona.

Turystyka krajowa - większość luksusowych hoteli została otwarta pod koniec maja br. Wiele z nich jest już w pełni zarezerwowanych na nadchodzące tygodnie pomimo wysokich cen. Oznacza to, że Izraelczycy chcieliby zacząć podróżować. Ponieważ nie mogą jeszcze podróżować za granicę, wybierają wypoczynek w kraju.

Większość narodowych organizacji turystycznych, które są obecnie aktywne w Izraelu prowadzi swoje działania głównie w Internecie (media społecznościowe, Facebook, newslettery i biuletyny prasowe).

- Niemcy - promocja w mediach społecznościowych i banery na stronie turystyki
- Hiszpania - promocja w mediach społecznościowych
- Cypr - promocja w mediach społecznościowych
- Grecja - promocja w mediach społecznościowych
- Grecja, Cypr, Austria i Niemcy planują dodatkowo kampanie reklamowe.

RYNEK KONSUMENTA

Na podstawie opinii z touroperatorów/agentów turystycznych, co odzwierciedlają media i lokalne nastroje, widać, że turyści będą szukać najpierw atrakcyjnych miast uważanych za „czyste”, utrzymujących wysoki poziom higieny w hotelach i restauracjach, oferujących również otwarte parki, przestrzeń do spacerów i niezbyt zatłoczone. Wielu turystów szuka również miejsc oferujących przyrodę, jeziora, rzeki, piękne.

JAPONIA, KOREA POŁUDNIOWA

SYTUACJA W BRANŻY TURYSTYCZNEJ

Korea Południowa

Podczas, gdy o zagranicznych wyjazdach w Korei wciąż praktycznie się nie mówi, boom przeżywa turystyka krajowa. Rozważa się wprowadzenie systemów rezerwacyjnych na koreańskich plażach.

Sytuacja w kontekście międzynarodowych podróży z Korei pozostanie bez zmian do czasu oficjalnego otwarcia granic (w tym UE).

Japonia

Sytuacja w branży japońskiej pozostaje bez zmian. Do ZOPOT w Tokio stopniowo zaczynają napływać zapytania dotyczące możliwości podróży do Polski (w tym kwestii formalnych, dot. otwarcia obiektów oraz praktycznych - zdrowotnych).

RYNEK KONSUMENTA

Big Diamond – wydawca najbardziej popularnej w Japonii serii przewodników książkowych przeprowadził wśród swoich czytelników ankietę (na grupie 1400 respondentów).

Najbardziej ogólne wnioski z przeprowadzonej ankiety prezentują się następująco:

- 40% respondentów chciałoby móc już podróżować, od lipca do października 2020 r.;
- wielu respondentów planuje swoje podróże i zbiera informacje o możliwych celach podróży, jednak bez ostatecznej decyzji dot. terminu;
- wybierając cel następnej podróży brana jest pod uwagę sytuację epidemiczną, ograniczenia w podróżowaniu, bezpieczeństwo i dostępność opieki medycznej;
- ww. informacje planują pozyskiwać z oficjalnych stron internetowych krajów wyjazdowych - narodowych organizacji turystycznych, ambasad, przewoźników, itp.;
- kluczowym źródłem informacji o bezpieczeństwie w danym kraju są ogłoszenia rządu japońskiego oraz WHO.

Respondenci wyraźnie wskazali na swoje potrzeby informacyjne w przypadku realizacji podróży zagranicznej:

- informacje o lokalnym systemie ochrony zdrowia;
- „Co powinienem zrobić, jeśli zarażę się?”;
- „Jak mogę znaleźć właściwy szpital / lekarza?”;

- „Jak funkcjonuje ubezpieczenie za granicą?”;
- dla Japończyków ważna jest również wiarygodna, obiektywna ocena wydolności systemu opieki zdrowotnej w danym kraju.

NIEMCY

SYTUACJA W BRANŻY TURYSTYCZNEJ

DERTOUR wprowadził nowy katalog ze specjalną ofertą wyjazdów na sezon letni „Sommer in der City 2020”, w którym ceny noclegów są o 20%, a ceny biletów na imprezy kulturalne o 15% niższe. Dodatkowa specjalna oferta to „3 za 2”, czyli koszt podróży trzydniowej, równy jest podróży dwudniowej. Powyższe oferty ważne są na wszystkie podróże do 31.10.2020.

VisitBerlin, w celu promocji miasta, wprowadza na rynku niemieckim akcję reklamową „Berlin. Auch das” („Berlin. Jeszcze to”). Pierwsza część kampanii poświęcona jest turystyce aktywnej, trasom wodnym, parkom, obszarom leśnym na terenie Berlina. Część druga ma zwracać uwagę na ofertę kulturalną miasta, zabytki i gastronomię. Kampania będzie prowadzona w mediach społecznościowych. Przewidziana jest również jako reklama outdoorowa w przestrzeni miejskiej w Bawarii, Badenii Wirtembergii, Nadrenii-Westfalii i Hesji.

Na większości niemieckich lotnisk obecnie obowiązuje zasada, że każdy pojedynczy pasażer może zabrać na pokład samolotu tylko jedną sztukę bagażu podręcznego. W ten sposób zmniejszone ma zostać ryzyko zakażenia w czasie kontroli bezpieczeństwa. W czasie odprawy i kontroli obowiązuje zasada utrzymywania co najmniej półtora metra odstępów. Obsługa naziemna i linie lotnicze zobowiązane są do odpowiedniego „rozrzedzania” tłumów za pomocą odpowiednio wyznaczonych i oznakowanych „ścieżek”. Do dyspozycji mają być także dodatkowe stanowiska odprawy. W poczekalniach w celu zwiększenia odstępów niektóre krzesła będą wyłączone z użytku.

Zmagająca się ze skutkami pandemii koronawirusa linia lotnicza Lufthansa będzie musiała wyraźnie zmniejszyć zatrudnienie. Koncern chce zlikwidować około 22 tysięcy pełnowymiarowych miejsc pracy.

Związek Przedsiębiorstw Komunikacyjnych Berlin-Brandenburgia (VBB) wznowił regularne połączenia kolejowe z Polską. Połączenia zostały wstrzymane w marcu, kiedy w Polsce wprowadzono kontrole graniczne. Niemiecki MSZ już zapowiedział, że od połowy czerwca nie będzie już ostrzegał przed podróżami do innych krajów, tylko będzie wskazywał na sytuację epidemiczną w konkretnych krajach. Chodzi m.in. o pociągi regionalne z Berlina-Gesundbrunnen i Angermuende do Szczecina, pociąg z Berlina Ostkreuz do Kostrzyna nad Odrą i Gorzowa Wielkopolskiego. Według starego rozkładu jazdy mogłyby kursować znowu połączenia między Frankfurtem nad Odrą i Zieloną Górą, a także między Forst a Żaganiem.

Ruszył popularny „pociąg do kultury” między Berlinem a Wrocławiem. W ubiegłym roku skorzystało z niego ok. 18 tys. osób.

Niemieckie Ministerstwo Zdrowia zaprezentowało aplikację "Corona-Warn-App" rządu federalnego, która jest już dostępna do pobrania. Aplikacja ta ma na celu wczesne ostrzeżenie osób, które miały kontakt z osobami zakażonymi i ma pomóc w identyfikacji i przerwaniu łańcuchów zakażenia. Nie chroni ona jednak użytkowników przed samym zakażeniem się wirusem.

Mimo otwarcia granic, wizyt w restauracji i możliwość zakwaterowania w hotelach kryzys spowodowany koronawirusem wciąż uderza w przemysł turystyczny w Niemczech. Targi i wydarzenia kulturalne w Niemczech są w dużej mierze zabronione. Spadek sprzedaży jest ogromnym problemem. Branża turystyczna deklaruje spadek obrotów o ok. 60-70%. Uruchamianie branży podlega również ścisłym restrykcjom, prowadzenie „normalnego” biznesu wciąż jest utrudnione. Niejednoznaczność istniejących przepisów jest tak samo problematyczna dla firm, jak dla klientów, podobnie jak wiele innych nierozstrzygniętych kwestii dotyczących przyszłych podróży.

RYNEK KONSUMENTA

Z badań przeprowadzonych przez Bayerische Tourismus Zentrum oraz firmy APPINIO wynika, że:

- 26,2% ankietowanych w wieku 18-65 deklaruje chęć wyjazdu na urlop;
- 44,7% ankietowanych planuje przeczekać obecną sytuację i podjąć decyzję po otwarciu granic;
- 29,1% nie planuje wakacji w tym roku, ¼ z tej grupy, jako powód podaje brak środków finansowych;
- 50% ankietowanych osób chce spędzić urlop w Niemczech, z tej grupy ¼ spędzała już urlop w Niemczech;
- 46% chce wyjechać na urlop do krajów europejskich.

Jeśli byłaby możliwość wyjazdu, to większość ankietowanych w dalszym ciągu zainteresowana jest wyjazdami na łono natury (turystyka aktywna - rowerowa, wędrowna), carawaningiem oraz wyjazdami typowo wypoczynkowymi (plaża, słońce). Preferowana baza noclegowa to małe hotele i pensjonaty oraz campingi.

ROSJA

SYTUACJA W BRANŻY TURYSTYCZNEJ

Turystyka krajowa nie może wystartować na 100%, ze względu na obecną sytuację epidemiologiczną w regionach turystycznych FR. Planowane jest otwarcie wielu nowych tras turystycznych w oparciu o przeloty czarterowe po Rosji. Wybrane biura turystyczne otrzymają finansową pomoc od państwa na realizację nowych kierunków krajowych.

W zakresie turystyki międzynarodowej istnieje duży szum komunikacyjny. Ministerstwo Transportu wraz z rosyjskimi przewoźnikami zapowiadają pierwsze rejsy do Europy i wybranych krajów Azji, począwszy od 15 lipca br. (Armenia, Białoruś, Tadżykistan, Kirgizja,

Uzbekistan, Kazachstan, Azerbejdżan i Mołdawia). Informacja ta nie została potwierdzona przez rząd rosyjski. Zakłada się, że pierwsze rejsy międzynarodowe odbędą się po 1 sierpnia i dotyczyć będą 7 krajów, w tym Grecji, Cypru, Czarnogóry, Turcji i Tajlandii.

Uruchomienie lotów do Mińska wywołało nadzieję wśród branży i turystów, iż tego lata skorzystają z tych kierunków, które już teraz oferuje się na Białorusi.

RYNEK KONSUMENTA

Grupa na FB „Właściciele i managerowie biur podróży”, w ostatnim tygodniu przeprowadzili własne badanie wśród klientów. Z badania wynika, że:

- 70% badanych czeka z niecierpliwością na otwarcie granic, aby natychmiast udać się na zagraniczny odpoczynek;
- 20% badanych klientów waha się;
- 10% zdecydowanie odpowiada, że w tym roku nie stać ich na wyjazd zagraniczny.

Zainteresowanie zakupem wycieczki po Rosji w biurach turystycznych jest znikome.

SKANDYNAWIA

Szwecja

Rynek MICE - jak na razie brak zainteresowania organizacją wyjazdów, imprezy planowane na jesień są stopniowo anulowane, sytuacja ekonomiczna wielu zakładów pracy jest trudna co przekłada się także na niewielką liczbę rezerwacji w tutejszych obiektach konferencyjnych i droższych hotelach.

Pomimo otwarcia granic nadal brak bardziej widocznej promocji turystyki zagranicznej.

Norwegia

Rynek MICE - sytuacja analogiczna jak w Szwecji, choć tu jest chociaż szansa na otwarcie połączeń przez tych przewoźników, którzy mogą obsługiwać grupy konferencyjne.

Dania

Rynek MICE - brak info o możliwości szybkiej reaktywacji.

Finlandia

Rynek MICE - brak info o możliwości szybkiej reaktywacji

UKRAINA

SYTUACJA W BRANŻY TURYSTYCZNEJ

Od 15 czerwca większość osób przybywających na terytorium Ukrainy jest zwolniona z obowiązku odbywania obowiązkowej dwutygodniowej kwarantanny. Zwolnienie nie jest automatyczne, dotyczyć będzie osób przybywających krajów, w których wirus nie jest w obecnej chwili zbyt rozpowszechniony. Kryterium decydującym ma być ilość aktywnych

wypadków COVID-19 na 100 tys. mieszkańców nie przekraczająca 40 zachorowań. Według obecnego stanu, Polska spełnia ten warunek. Równocześnie podjęto decyzję o wznowieniu pracy 15 przejść granicznych znajdujących się we wszystkich ukraińskich międzynarodowych portach lotniczych. Sygnalizuje to zamiar uruchomienia lotniczych połączeń międzynarodowych, jednak, jak informuje zarząd stołecznego lotniska Boryspol, formalna decyzja nie dotarła jeszcze do zainteresowanych.

Duży rezonans wzbudziło świętowanie, w czerwcu br., trzeciej rocznicy ustanowienia ruchu bezwizowego z Unią Europejską. Przy tej okazji zarówno branża turystyczna jak i ukraińskie media zauważyły fakt otwarcia większości granic wewnątrz strefy Schengen i wyraziły nadzieję, że Bruksela podejmie decyzję o normalizacji na granicach zewnętrznych na koniec czerwca. Środki masowego przekazu nie mają wątpliwości, że decyzja ta będzie zależać od sytuacji epidemiologicznej, która niestety w tym momencie nie jest najlepsza. W ubiegłym tygodniu notowano rekordowe od początku epidemii ilości nowych zachorowań sięgające 750 przypadków dziennie. Choć nie jest to sytuacja krytyczna – ilość miejsc w szpitalach jest wystarczająca, a na ogólny wynik silnie wpływają ogniska w niektórych obwodach – to w kontekście otwarcia granic dla ukraińskich turystów nie ma na razie zbyt wielu powodów do optymizmu.

USA

SYTUACJA W BRANŻY TURYSTYCZNEJ

W tygodniu od 1 do 8 czerwca liczba podróży samochodowych wzrosła w USA o 9,4%.

Rośnie też liczba rezerwacji zagranicznych na przyszłość - w pierwszym tygodniu kwietnia spadek w tym obszarze wynosił -88%, w ostatnim tygodniu maja spadek zmniejszył się do -78%.

Zdaniem US Travel Association amerykańska branża turystyczna od sześciu tygodni stale obserwuje wzrosty dokonywanych rezerwacji podróży, jednak ich poziom jest o 81% niższy niż w ubiegłym roku.

Coraz więcej imprez, które miały odbyć się w drugiej połowie roku 2020 r. i na początku 2021r. zostało odwołanych (np. Travel Con) lub zmienionych na format online (m.in. Asta Global Convention). W związku z brakiem pewności, czy nie nastąpi nawrót epidemii oraz koniecznością przestrzegania nowych norm sanitarnych, utrudniających zgromadzenie dużej liczby uczestników, organizatorzy decydują się na odkładanie imprez coraz bardziej w czasie. Niektórzy inwestują znaczne kwoty w platformy do masowych spotkań online, które miały zastąpić tradycyjne stoiska.

W związku z trwającą epidemią odwołano coroczne targi New York Times Travel Show, które planowano na styczeń 2021 r.

RYNEK KONSUMENTA

Według danych zebranych przez firmę badawczą Destination Analysis 70% Amerykanów ma wstępnie zaplanowany wyjazd wycieczkowy w 2020 r., z czego:

- 76% wie już dokąd i kiedy chce się wybrać w podróż;
- 52% planując podróż uważa, że ryzyko rezygnacji z planów wycieczkowych jest niewielkie.

Najważniejszym aspektem wycieczek turystycznych jest bezpieczeństwo, dlatego plany Amerykanów dotyczą:

- noclegów u rodziny i znajomych (30%),
- aktywności na powietrzu i atrakcji naturalnych (31%),
- pobytów w małych miejscowościach i wsiach (21%)
- pobytów w parkach narodowych (19%).

Według ankiety przeprowadzonej wśród klientów popularnej platformy do sprzedaży wycieczek Travelzoo, klienci są gotowi do dokonywania rezerwacji na 2020 r. (66% badanych) i później. Oferty, które najlepiej się sprzedają, cechują:

- bardzo niskie ceny (np. 399 USD za 6 nocy w Kostaryce z przelotem i wyżywieniem);
- długie okno kalendarzowe, kiedy można wykorzystać pakiet (np. do końca 2021 r. lub 2022 r.);
- elastyczność – brak kosztów zmiany rezerwacji;
- dodatkowa wartość w pakiecie (np. degustacja win, rejs łodzią itp.).

W rankingu najczęściej wybieranych kierunków na 2020 r. znalazły się:

- USA
- Karaiby
- Kanada
- Meksyk
- Wielka Brytania
- Kostaryka
- Włochy
- Irlandia
- Francja
- Grecja

Warto zauważyć, że Włochy, dotąd w czołówce kierunków wycieczkowych, mają obecnie słabszą pozycję.

Wybór kierunków deklarowanych na 2021 r. przedstawia się inaczej, pokazując większe zainteresowanie krajami europejskimi:

- USA
- Karaiby
- Włochy
- Wielka Brytania
- Grecja
- Irlandia

- Francja
- Meksyk
- Kostaryka
- Australia/Japonia

WIELKA BRYTANIA

SYTUACJA W BRANŻY TURYSTYCZNEJ

Od 15 czerwca wznowiły swoją działalność stacjonarne biura podróży.

- Tailor Made Travel – 50% oddziałów;
- Advantage – 60% oddziałów;
- Bailey’s Travel- wszystkie oddziały od 01.07;
- Fred Olsen – od 15.06;
- Kuoni: od sierpnia br.;
- Limavady Travel: od 15.06;
- Millington Travel: od 01.07;
- More Travel: od 15.06;
- Spear Travel: od 29.06;
- The Travel Network Group: lipiec br.;
- The Travel Village: od 15.06;
- Tivoli Travel: od 15.06;
- Triangle Travel: lipiec.

W najbliższych dniach rusza platforma szkoleniowa Train2Travel, która ma na celu podniesienie kwalifikacji travel agentów, którzy obecnie przebywają w domu na tzw. tymczasowym zawieszeniu od pracy.

Expedia Group Academy oferuje nowy cykl szkoleń wirtualnych dla agentów w zakresie podniesienia umiejętności sprzedażowych.

Lastminute.com zanotował w tym tygodniu 45% wzrost w zakresie bookingów krajowych. Jest to prawdopodobnie spowodowane wprowadzeniem kwarantanny, jak również zakazem wyjazdów zagranicznych.

Według analizy danych przeprowadzonych przez Forward Keys, wynika że nastąpił 30% wzrost sprzedaży biletów do krajów takich jak: Grecja, Portugalia oraz Hiszpania.

RYNEK KONSUMENTA

Firma Oliver Wyman przeprowadziła badania na respondentach z 9 krajów (UK, Niemcy, Francja, Hiszpania, Włochy, USA, Kanada, Chiny oraz Australia), z którego wynika, że:

- obywatele Wielkiej Brytanii są największą grupą osób, które są gotowe do podróżowania, jak tylko zostaną zniesione restrykcje. Jest to aż 64% osób, które złożyły taką deklarację, w porównaniu z 58% z pozostałych rynków;

- 12% Brytyjczyków zadeklarowało, że wyjedzie za granicę dopiero w momencie, kiedy będzie dostępna szczepionka;
- zmiana zachowań podróżniczych – 37% obywateli UK planuje zmiany, w porównaniu z 77% Włochów, czy 56% Amerykanów.

Według ankiety przeprowadzonej przez The Personal Travel Agents:

- 39% Brytyjczyków chce wyjechać na wakacje za granicę natychmiast;
- 8% chce poczekać 2 miesiące od czasu otwarcia granic przez kraj, do którego chcą jechać;
- 11% chce poczekać 3 miesiące;
- 13% będzie czekać 6 miesięcy;
- 29% poczeka do lata 2021;
- preferowany kierunek - na pierwszym miejscu jest Europa: 62%, potem USA: 10%;
- typ wakacji - zdecydowanie wyjazd na plażę: 66% oraz wyjazdy weekendowe: 38%;
- podróż z rodziną lub ze znajomymi są najczęstszym wyborem, jeśli chodzi o pierwszy wyjazd po Covid19.

Raport BVA – turystyka krajowa:

- o 44% wzrost zainteresowania wyjazdem na wieś w przeciągu najbliższego miesiąca;
- o 19% wzrost poziomu bookingów krajowych w ostatnim tygodniu;
- po raz pierwszy wzrost niechęci lokalnych społeczności do turystów – obawa wynika głównie z nadal trwającej pandemii w Wielkiej Brytanii. Obecnie 30% obawia się turystów krajowych, a 40% obawia się turystów zagranicznych.

Raport BVA – turystyka zagraniczna:

- 33% planuje wyjazd w przeciągu 6 miesięcy;
- 18% w przeciągu 3 miesięcy;
- 35% zakupiło wyjazd zagraniczny, który ma się odbyć w przeciągu najbliższych 6 miesięcy,
- 16% zakupiło wyjazd zagraniczny, który ma się odbyć w przeciągu najbliższych 3 miesięcy.

WŁOCHY

SYTUACJA W BRANŻY TURYSTYCZNEJ

Hotele i struktury turystyczne zainicjowały akcję solidarności z personelem służby zdrowia, oferując darmowy pobyt w podziękowaniu za walkę z koronawirusem na pierwszej linii frontu.

TO Gattinoni przygotował dla biur podróży z nim związanych narzędzie online „On The Road”, które pozwala na booking online w najbliższej okolicy – to pomysł kierujący się na turystykę krajową, w pobliżu miejsca zamieszkania.

Także Airbnb stawia w swojej komunikacji na turystykę bliską, regionalną.

W kryzysie są imprezy targowe i MICE. 138 imprez targowych zostało przesuniętych, 30 zupełnie odwołanych.

Branża MICE silnie odczuła skutki koronawirusa. Najwięksi organizatorzy włoscy z tego sektora próbują się dostosować do nowych wyzwań, stawiając na wirtualizację spotkań i wykorzystywane już wcześniej (choć w mniejszym zakresie) rozwiązania hybrydowe – live i streaming w jednym, a nawet w formie „virtual exhibition”. Takie rozwiązania proponuje AIM Italia oraz Gattinoni MICE. Gattinoni przedstawił swoją strategię, opartą na storytellingu i przekonującym opracowywaniu treści oraz na wykorzystaniu technologii do angażowania uczestników do aktywności. Organizatorzy stawiają na technologie, ale też na kreatywność, co pokazała kampania social organizowana przez Gattinoni MICE, „Here we are”.

Pandemia na pewno pokazała, że przyszłością wielu branż, w tym MICE i turystyki jako takiej, jest silna inwestycja w nowe technologie i ich szersze zastosowanie. Nie oznacza to jednak, że ta branża się zupełnie zwirtualizuje: uważa się wręcz, że to właśnie branża MICE będzie kluczem do odbudowania gospodarczego. Turystyka biznesowa gwarantuje natychmiastowy przychód, przestrzega zasad bezpieczeństwa zarówno na poziomie strukturalnym, jak wśród uczestników, którzy jeśli chcą normalnie pracować, muszą przestrzegać reguł bezpieczeństwa. W sondażu UNWTO 80% ankietowanych odpowiedziało „nie” na pytanie, czy przyszłość spotkań i imprez targowych jest wirtualna.

W centrum spotkania wirtualnego Regionu Lacjum zorganizowanego przez magazyn Wired były również nowe technologie i start-upy dla turystyki. Innowacyjność rozwiązań technologicznych jest kluczowa dla turystyki przyszłości, przygotowując tzw. ofertę integralną, mającą na uwadze całe doświadczenie terytorium, od restauracji, przez hotel, muzeum itd. Turystyka musi stać się jednolitą opowieścią, całościowym doświadczeniem, nie wrywkowymi momentami. Według uczestników seminarium, należy zdigitalizować komunikację i marketing, stworzyć sieć współpracy między sektorem publicznym i prywatnym. Nowe technologie mogą silnie wesprzeć turystykę, np. przy użyciu rzeczywistości wirtualnej czy *augmented reality*.

RYNEK KONSUMENTA

Chociaż restrykcje w przemieszczaniu się są już właściwie zniesione, Włosi wciąż deklarują, że zaczną podróżować kiedy poczują się bezpiecznie – to deklaracja 66% respondentów (sondaż The Fool/GlobalWebIndex). Reszta (34%) odpowiedziała „jak tylko to będzie możliwe”.

Podczas webinaru zorganizowanego przez stowarzyszenie przedsiębiorców turystycznych Confcommercio o tytule „Un turismo da reinventare” („Turystyka do przemyslenia na nowo”) podkreślano, że tendencja Włochów do wyjazdów w miejsca postrzegane jako bezpieczne i zdrowe oraz poczucie bezpieczeństwa będzie miało większe znaczenie przy wyborze kierunku wyjazdu niż koszt. Wyspy postrzegane są jako najbezpieczniejsze i w turystyce krajowej zapewne będą najbardziej popularne. Będą wybierane w pierwszej kolejności małe obiekty noclegowe i podróż samochodem.

Zmienił się zarówno popyt, jak podaż i duże znaczenie będą miały opinie, jakie podróżnicy zostawiają online, gdyż turyści bardziej niż kiedykolwiek będą szukali miejsc, które są pewne i sprawdzone pod każdym względem, także sanitarnym. Według prelegentów, bardzo ważne będzie, by biura podróży i TO zapewнили w pakiecie ubezpieczenie bądź informację o tym,

jak zostanie zorganizowany powrót do kraju w razie sytuacji kryzysowej i przygotować się na ofertę dla mniejszych grup, a nawet dla turystów indywidualnych. Rezerwacje będą się odbywać nie „last minute”, a wręcz „last second”, więc agenci muszą być gotowi na taką ewentualność.