



POLSKA  
ORGANIZACJA  
TURYSTYCZNA

**ZAGRANICZNY OŚRODEK  
POLSKIEJ ORGANIZACJI TURYSTYCZNEJ  
W AMSTERDAMIE  
SPRAWOZDANIE  
ROK 2020**



Move Your Imagination

## Spis treści

<b>1. Trendy społeczno-gospodarcze.....</b>	<b>3</b>
<b>2. Sytuacja na rynku turystycznym .....</b>	<b>6</b>
<b>3. Przyjazdy do Polski .....</b>	<b>21</b>
<b>4. Połączenia.....</b>	<b>23</b>
<b>5. Popyt na polskie produkty turystyczne .....</b>	<b>26</b>
<b>6. Analiza wybranych działań.....</b>	<b>32</b>
<b>7. Analiza zachowań konkurencji .....</b>	<b>41</b>
<b>8. Mierniki działań promocyjnych .....</b>	<b>44</b>
<b>9. Współpraca w realizacji działań promocyjnych .....</b>	<b>45</b>
9.1. Środki zaangażowane przez podmioty współfinansujące działania promocyjne realizowane przez ZOPOT. Dane w EUR.....	45
9.2. Najaktywniejsi, na rynku działania ZOPOT, przedstawiciele polskiej branży turystycznej oraz regiony.....	45

## 1. Trendy społeczno-gospodarcze

	2018	2019	2020
PKB w EUR	764 000 000	812 000 000	798 674 00
PKB per capita w EUR	44,900	46,820	45,790
Poziom bezrobocia (w %)	4	3.8	2,98
Inflacja - CPI	1,72	2,7	1,3
Kurs PLN/ EUR	4,3000	4,2585	4,4459

Źródła: CBS, Moody's, S&P

### Gospodarka

Podobnie jak inne gospodarki europejskie, pandemia uderzyła mocno w gospodarkę Królestwa Niderlandów. Analitycy banku ING przewidywali w 2020 roku, że wzrost gospodarczy Holandii wyniesie 1,5%. Szacunki bankowców były jednak zbyt optymistyczne i ostatecznie PKB spadło o 3,8%. Pozytywne jest jednak to, że spadła inflacja (1,3%), a także bezrobocie, które wyniosło niecałe 3%.

W minionym roku kryzys uderzył szczególnie mocno w kilka sektorów. Oprócz branży hotelarskiej, obroty sklepów obuwniczych i odzieżowych spadły w 2020 roku o prawie 20%. Ucierpiał również sektor transportowy, w tym lotnictwo najbardziej, ze spadkiem obrotów o ponad 50%. Ale były też branże, w których rosły obroty, takie jak sektor IT i supermarkety.

W przeciwieństwie do innych sektorów, sektor budowlany miał stosunkowo niewiele problemów w ubiegłym roku. Jak podaje bank Rabobank, spadek produkcji budowlanej w 2020 roku był znikomy i wyniósł -0,4%.

W Holandii istnieje 1,9 miliona firm. Branże o największej liczbie firm działają w specjalistycznych usługach biznesowych (374 tys.), handlu (243 tys.) i budownictwie (200 tys.).

Zdecydowana większość firm zatrudnia mniej niż 5 pracowników (93%). Ten odsetek małych firm jest nieco wyższy w specjalistycznych usługach biznesowych i budownictwie.

Udział firm zatrudniających 5 lub więcej pracowników jest większy w przemyśle (18%) i gastronomii (20%). W Holandii istnieje 8 tysięcy firm zatrudniających 100 lub więcej pracowników. Firmy te najczęściej występują w przemyśle (1,3 tys.) i handlu (1,1 tys.).

### COVID-19 – pomoc państwa

W 2020 roku firmy otrzymały łącznie 17,6 miliardów euro na rekompensatę kosztów wynagrodzeń i kosztów stałych podczas pandemii. Wydatki rządowe wzrosły o 13 procent w 2020 roku w porównaniu z rokiem poprzednim, z czego 5 punktów procentowych przypadło na te dwa rodzaje środków wsparcia związanych z koronawirusem. Najwięcej zwrotów płać poszło do handlu, a największy zwrot kosztów stałych do firm cateringowych.

Dodatki na koszty wynagrodzeń i koszty stałe to dwa rodzaje środków wsparcia koronawirusowego, które wprowadził holenderski rząd, aby wspierać przedsiębiorców w czasie pandemii. Oprócz zwrotu kosztów wynagrodzeń i kosztów stałych, firmy mają również możliwość odroczenia płatności podatku, są też różne gwarancje, pożyczki i mniejsze programy dotacji.

W 2020 roku firmy otrzymały zwrot kosztów wynagrodzenia w wysokości 15 miliardów euro w ramach programu NOW. Ponadto z programów TOGS/TVL zwrócono 2,6 mld euro kosztów stałych. W 2020 r. istniały trzy okresy składania wniosków zarówno dla NOW, jak i TOGS/TVL. Kwota wypłacona za NOW była najwyższa w pierwszym okresie składania wniosków. W systemach z kosztami stałymi najwyższą kwotę wypłacono w trzecim okresie składania

wniosków. Następnie program TVL, który początkowo był otwarty tylko dla określonych sektorów, został rozszerzony na prawie wszystkie branże. Oba rodzaje programów dotyczą dotacji przyznawanych na podstawie przewidywanej utraty obrotów. Faktyczne dotacje są określane retrospektywnie na podstawie rzeczywistej utraty obrotów i mogą być wyższe lub niższe.

W 2020 roku rząd wydał o ponad 44 miliardy euro więcej niż rok wcześniej, co stanowi wzrost o 13 procent w porównaniu z rokiem 2019.

W 2020 roku zwrot kosztów wynagrodzeń i kosztów stałych przedsiębiorstw przypadający na jednego pracownika jest najwyższy w aglomeracji amsterdamskiej: 3,9 tys. euro. Ze wszystkich regionów (obszary COROP) relatywnie najczęściej korzysta się również z jednego lub większej liczby środków wsparcia (41% przedsiębiorstw). Za nimi plasują się IJmond (2,5 tys. euro na stanowisko pracownika), Het Gooi en Vechtstreek i południowo-wschodnia Brabancja Północna (po 2 tys. euro na stanowisko pracownika).

Większość regionów, w których przyznano średnio mniej niż 1 500 euro dotacji na koszty wynagrodzeń i koszty stałe na pracę na jednego pracownika, znajduje się na północy kraju. We wschodnim Groningen kwota przypadająca na jednego pracownika jest najniższa i wynosi tysiąc euro.

### **Sklepy – brak widocznego wpływu COVID-19**

Pod koniec grudnia 2020 r. w Holandii funkcjonowało 85,5 tys. sklepów, prawie o 900 mniej niż rok wcześniej. Spadek ten pokrywa się ze średnim spadkiem od 2010 r. Nie ma więc wyraźnego wpływu kryzysu związanego z pandemią. Najbardziej spadła liczba księgarni i sklepów sprzedających artykuły papiernicze (2,5%), sklepów z produktami nieżywnościowymi (-1,3%) Ponadto stosunkowo gwałtownie spadła liczba sklepów odzieżowych i obuwniczych, warzywniaków oraz sklepów sprzedających nagrania audio i wideo.

W niektórych częściach handlu detalicznego liczba sklepów rosła. Najszybciej, bo o 2,5%, wzrosła liczba sklepów sprzedających komputery i oprogramowanie. W 2020 roku więcej było też domów towarowych (+2,2%), sklepów z pozostałymi artykułami spożywczymi (+1,5%) oraz piekarni, ciastkarni i sklepów ze słodyczami (+1,5%). Liczba supermarketów pozostała mniej więcej taka sama.

### **Etyka pracy – wpływ COVID-19**

Podczas kryzysu pandemii coraz więcej pracowników zaczęło pracować w trybie homeoffice. 90% wszystkich pracowników domowych ma regularny kontakt telefoniczny lub cyfrowy ze współpracownikami lub innymi osobami.

Pracownicy, którzy podczas pracy nie spotykają się ze współpracownikami, pacjentami, klientami czy studentami, czują się zazwyczaj mniej związani z organizacją, dla której pracują. Są też mniej zadowoleni ze swojej pracy. To ostatnie nie dotyczy pracowników, którzy zwykle pracują w domu. Inaczej jest w przypadku pracowników, którzy pracują wyłącznie na miejscu u pracodawcy.

### **Sytuacja polityczna**

Sytuacja polityczna w Królestwie Niderlandów była w 2020 r. stabilna. Wybory parlamentarne do izby niższej parlamentu (Tweede kamer) zostały zaplanowane na 17 marca 2021 r.

Trzonem koalicji rządzącej jest liberalna partia premiera Marka Rutte - Partia Ludowa na rzecz Wolności i Demokracji (VVD), która współpracuje z chadekami z CDA (Apel Chrześcijańsko-Demokratyczny), socjalliberałami z D66 oraz konserwatywną chadecją (Christien Unie).

Premierem od 2010 r. pozostaje Mark Rutte z VVD. Sondaże przed marcowymi wyborami 2021 przewidują utrzymanie władzy przez rządzącą koalicję.

### **Cyberprzestępczość**

Cyberprzestępcy okradli holenderskie banki w 2020 r. na prawie 40 mln euro. W wyniku przestępstw dokonanych przez przestępców internetowych w ubiegłym roku banki utraciły 39,5 mln euro - informuje Holenderski Związek Banków (NVB).

Najwięcej szkód, bo aż 26,7 mln euro, wyrządził „phishing”, czyli podszywanie się pod stronę banku lub wyłudzenie danych przez telefon lub pocztę elektroniczną (7,9 mln euro w 2019 r.).

Cyberprzestępcy wykorzystywali także skradzione karty debetowe i kredytowe, co przyniosło prawie 10 mln euro strat. Jak zauważa NVB prawie wszystkie szkody są rekompensowane przez banki, chyba że sam klient dopuścił się poważnego zaniedbania.

Według bankowców istnieje kilka przyczyn większych szkód spowodowanych oszustwami w systemie płatności. „Ponieważ w wyniku pandemii utrzymujemy więcej kontaktów online ze znajomymi, sklepami, firmami i władzami, oszustom łatwiej jest dotrzeć do potencjalnych ofiar przez Internet” - pisze w informacji prasowej Holenderski Związek Banków.

Fałszywe wiadomości i fałszywe strony internetowe oszustów stały się znacznie lepsze, inteligentniejsze i bardziej przekonujące. Dzięki bogactwu danych osobowych, które oszuści uzyskują z wycieków danych: Facebook, Marktplaats, Instagram, LinkedIn i innych mediów społecznościowych, mogą łatwiej oszukać ofiary.

### **Demografia - prognoza**

Imigranci i kobiety muszą więcej i dłużej pracować, wynika z rad, jakie przedstawił rządowi Holenderski Instytut Demograficzny (NIDI). Powodem jest szybkie starzenie się społeczeństwa.

Badania przeprowadził Holenderski Instytut Demograficzny przy współpracy Niderlandzkiego Urzędu Statystycznego (CBS). Wynika z nich, że do 2050 r. w Niderlandach potroi się liczba osób powyżej 80-go roku życia, która wyniesie prawie 3 mln.

W nadchodzących latach wzrośnie również liczba imigrantów. Obecnie mieszka ich w Holandii około 4,2 miliona, czyli około 24 % populacji. Ta liczba do 2050 r. może wzrosnąć nawet do 35-40%.

Kurczy się natomiast liczba osób pracujących. Obecny udział pracowników spadnie z 46% do 41-44% w 2050 roku. Dlatego NIDI radzi rządowi, by w sytuacji kurczącej się liczby pracujących osób i w celu utrzymania państwa opiekuńczego, muszą zostać podjęte konkretne kroki. „Państwo powinno zachęcać imigrantów, kobiety oraz osoby starsze do częstszej i dłuższej pracy” czytamy w raporcie. Autorzy proponują, aby placówki opieki dla dzieci były opłacane przez państwo, przez co kobiety będą mogły częściej podejmować pracę. „Uchodźcy muszą przechodzić szkolenia, aby przygotować ich do wejścia na rynek pracy. Pracodawcy i rząd muszą również sporządzić wykaz, w jaki sposób stwarzają warunki, w których osoby starsze mogą kontynuować pracę tak długo, jak to możliwe” doradza rządowi NIDI.

### **Miejsca pracy - prognoza**

„W Holandii około 1,6 mln osób może stracić w najbliższych latach pracę ze względu na cyfryzację, a pandemia koronawirusa przyspieszyła ten proces” - informuje firma PricewaterhouseCoopers (PwC), która ocenia, że są to „zawody zombie”, sztucznie utrzymywane przez programy rządowe.

Holenderski oddział PwC opublikował raport pt. „Jak uratować zagrożone miejsca pracy”. Wynika z niego, że każdego roku 400 tys. osób będzie tracić pracę w Niderlandach.

Dzięki programom, za pomocą których rząd sztucznie utrzymuje przy życiu „zawody zombie”, na razie nie doszło do znaczącej likwidacji miejsc pracy, ale według PwC zmieni się to, gdy skończy się rządowe dofinansowanie.

Główny ekonomista PwC Jan Willem Velthuijsen wskazuje, że zagrożone są miejsca pracy w transporcie, turystyce, rekreacji i handlu detalicznym, z których „wiele będzie prawdopodobnie mniej istotnych w przyszłości”.

Zdaniem autorów raportu, opublikowanego na stronie internetowej firmy, proces likwidacji będzie pochodną cyfryzacji, a przyspieszy go pandemia koronawirusa.

„Firmy coraz bardziej koncentrują się na pracy zdalnej z domu, częściej też inwestują w internetowe kanały sprzedaży” - uważa PwC.

Autorzy raportu oceniają jednak, że w czterech na pięć przypadków osoby, których praca może zniknąć w przyszłości, mają umiejętności przydatne gdzie indziej. Na przykład wielu pracowników działów obsługi klienta może wykorzystywać swoje umiejętności na stanowiskach administracyjnych, a stewardessy mają wiele cech przydatnych jako opiekunki.

## 2. Sytuacja na rynku turystycznym

### 1. Uczestnictwo i liczba wyjazdów<sup>1</sup>

Analiza na podstawie danych NRIT i Centralnego Urzędu Statystycznego. Finalne dane zbiorcze dotyczące roku 2020 zostaną opublikowane w listopadzie 2021 roku, cytowane w tym opracowaniu dane za pierwsze sześć miesięcy 2020 roku są szacunkowe.

	2017	2018	2019
Uczestnictwo w wyjazdach z co najmniej 1 noclegiem w celach turystycznych (w %)	83,2%	83,3%	83,7%
Uczestnictwo w <b>wyjazdach zagranicznych</b> z co najmniej 1 noclegiem w celach turystycznych (x 1000)	10 991	10 942	11 100
Uczestnictwo w <b>wyjazdach krajowych</b> z co najmniej 1 noclegiem w celach turystycznych (x 1000)	8 786	8 855	8 900

<sup>1</sup> Jeśli nie wskazano inaczej, wszystkie cytowane dane ujęte w podpunktach 1, 2 i 3 pochodzą z publikacji ContinuVakantieOnderzoek, NBTC-NIPO Research. NBTC to holenderski odpowiednik Polskiej Organizacji Turystycznej, opierający się na danych statystycznych dostarczanych przez holenderski Centralny Urząd Statystyczny (CBS) i na własnych badaniach. Co roku przygotowywane jest opracowanie danych statystycznych dotyczących trendów w turystyce wraz z danymi liczbowymi. Powyższe dane pochodzą z publikacji *Trendrapport toerisme, recreatie en vrije tijd 2020*, która ukazała się w listopadzie 2020 roku (*Raport o trendach, turystyce, wypoczynku i spędzaniu czasu wolnego 2020*).

Liczba <b>wyjazdów zagranicznych</b> w celach turystycznych (x 1000)	22 084	22 116	22 600
Częstotliwość wyjazdów na osobę w skali roku	2,4	2,4	2,4

Źródła: NRIT, CBS.

## 2. Liczba wyjazdów

W **2019 roku** zanotowano kolejny wzrost liczby Holendrów, którzy przynajmniej raz pojechali na wakacje: 14,3 milionów (w porównaniu z 14,1 milionów w 2018 roku), co oznacza 83,7% wszystkich mieszkańców Niderlandów.

Łącznie podjęto 40,6 milionów wyjazdów wakacyjnych – 18 milionów wyjazdów krajowych i 22,6 milionów za granicę.

Większość Holendrów pojechała na wakacje w okresie letnim – 13,2 miliona. W okresie zimowym rzadziej wyjeżdżano na wakacje – tę formę wypoczynku wybrało 9,2 miliona osób.

Turysta holenderski wyjeżdżał średnio 2,4 razy na wakacje: 1,1 w Niderlandach i 1,3 razy za granicę. Średnio Holender spędził 20,8 dni na wakacjach, z czego 6,4 dni we własnym kraju, a 14,4 dni za granicą. 11,1 miliona Holendrów zdecydowało się na wakacje za granicą.

85% Holendrów wyjeżdżających w 2019 roku na wakacje, spędzało je w Europie (19 milionów wyjazdów wakacyjnych). Z tej grupy połowa zwiedzała Europę Zachodnią, 30% Europę Południową, 10% Europę Północną, a 5% Europę Centralną i Wschodnią.

3,6 milionów wyjazdów to podróże poza Europę, z których 47% do Azji, 17% do Ameryki Północnej, 15% do Ameryki Łacińskiej i na Karaiby.

Najbardziej popularne były długie wyjazdy wakacyjne (co najmniej 4 noclegi) – to 25,6 miliona wyjazdów, trwające średnio 12 dni. Krótkie wakacje trwały 3,1 dni. Wakacje trwały średnio 8,7 dni. Wakacje zagraniczne trwały średnio 10,8 dni, podczas gdy wakacje krajowe miały średnią długość 6,1 dni. Wyjazdy wakacyjne w okresie letnim trwały dłużej (10,1 dni) niż wakacje zimowe (6,8 dni).

314 milionów nocy spędzono poza domem: 91 milionów nocy na terenie Niderlandów i 223 milionów nocy poza krajem. Większość turystów holenderskich wyjechała na wakacje raz (22%) lub 2 razy (23%). 17% wyjechało 3 razy, 10% cztery razy, a 6% pięć razy. Pozostałe 6% wyjeżdżało na wakacje więcej niż pięć razy.

Holendrzy wydali w 2019 roku na wyjazdy wakacyjne 22 miliardy euro (1291 euro na osobę). Jeden wyjazd wakacyjny kosztował średnio 542 euro na osobę. Wakacje zagraniczne średnio 809 euro na osobę a wakacje krajowe średnio 205 euro.

### **Zagraniczne podróże biznesowe**

W 2019 roku Holendrzy wyjechali 9 miliony razy w interesach, z czego ponad 5 milionów (56%) to wyjazdy zagraniczne. Oznacza to znaczący wzrost (6%) liczby wyjazdów zagranicznych od czasu ostatniego badania, przeprowadzanego w 2016 roku.

Tylko 14% zagranicznych podróży biznesowych trwało jeden dzień, bez noclegu. Podróż zagraniczna w interesach obejmowała średnio 3,4 noclegi, których dokonano łącznie 14,6 milionów.

Podróżowano głównie do krajów sąsiednich, aby wziąć udział w zebraniu (ponad 20% wszystkich wyjazdów biznesowych). 21% wyjazdów zagranicznych związanych było z tematyką MICE.

Na podróże biznesowe przeznaczono w 2019 roku 4,3 miliardów euro (na podróż średnio 860 euro na osobę). Były to głównie koszty transportu i noclegów. Podróżujący z powodów MICE wydali średnio na jedną podróż 1085 euro na osobę.

### 3. Wpływ pandemii COVID-19 na uczestnictwo i liczbę wyjazdów w 2020 roku

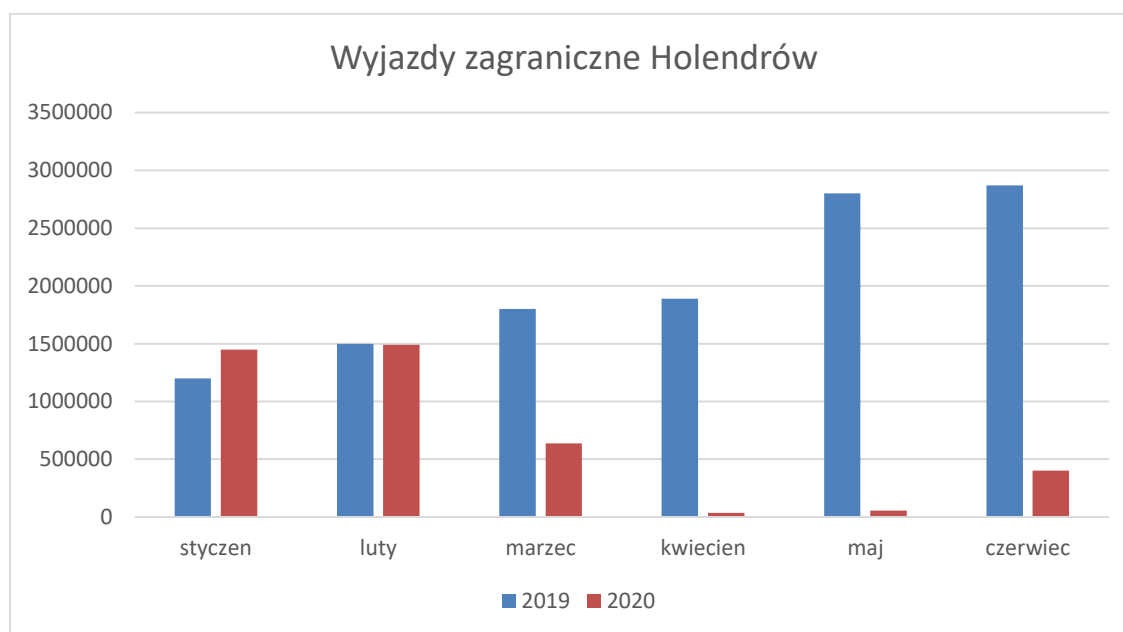
Pierwsze 6 miesięcy 2020 roku, w związku z wybuchem pandemii, wywarło ogromny wpływ na zachowania turystyczne Polaków. W okresie poluzowania restrykcji, liczba wakacji krajowych w czerwcu 2020 wyniosła 80% w porównaniu do czerwca 2019. Podróże zagraniczne były znacznie mniej popularne - tylko 14% w porównaniu z czerwcem 2019.

#### **Spadek liczby wyjazdów w okresie pandemii**

Od 13 marca drastycznie zmalała liczba wyjazdów wakacyjnych, osiągając swój najniższy punkt dwa tygodnie później. Do tego czasu, od początku roku na wakacje wyjechało mniej niż 150 000 Polaków (900 000 mniej niż w analogicznym okresie 2019 roku). Sytuacja ta nie zmieniła się do 11 maja, potem stopniowo zaczęła się poprawiać.

Do końca czerwca 2020 roku nastąpił spadek w liczbie wyjazdów wakacyjnych, zarówno krajowych (w kwietniu 28% porównując z liczbą wyjazdów w analogicznym okresie 2019), jak i zagranicznych (około 36 000 – czyli zaledwie **2% liczby podróży zagranicznych w kwietniu 2019 roku**).

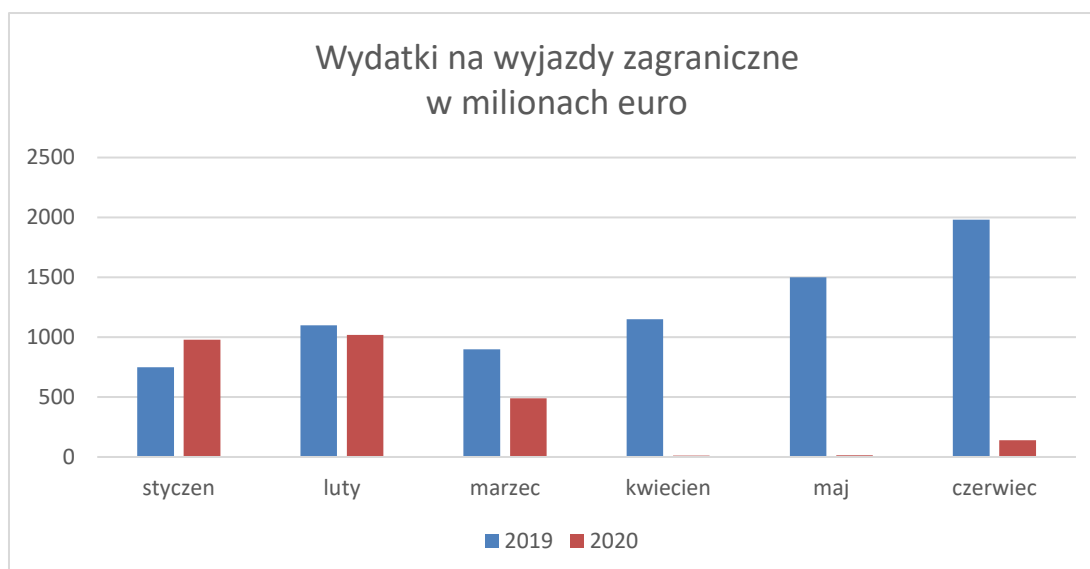
W maju, ze względu na poluzowanie obostrzeń, rynek turystyki krajowej zaczął powoli odrabiać straty, osiągając jednak tylko 54% poziomu zamówień realizowanych w maju 2019 roku. Zdecydowanie lepszy był czerwiec: 1,9 miliona Polaków zmęczonych lockdown'em wyjechało na wakacje krajowe (80% poziomu sprzedaży z czerwca 2019). Rynek **wyjazdów zagranicznych** nie zdołał jednak odrobić strat: sprzedaż w maju wyniosła, podobnie jak w kwietniu, jedynie 2%, a w czerwcu 14% sprzedaży w analogicznych miesiącach 2019 roku.



#### **Wydatki na wakacje**

Wydatki przeznaczone na wyjazdy wakacyjne w pierwszych sześciu miesiącach 2020 roku zmalały, podobnie jak liczba wyjazdów. W maju i czerwcu wyniosły odpowiednio 1% i 7% kwot wydanych w tym samym okresie w 2019 roku.





### Skutki pandemii dla sektora MICE w Niderlandach

Niderlandy znajdują się w ścisłej czołówce destynacji organizujących kongresy (dziewiąte miejsce na świecie w 2019 roku). W sprawach biznesowych w 2019 roku przyjechało tutaj 5,1 milionów międzynarodowych podróżnych, a sami Holendrzy odbyli 4 miliony podróży w interesach we własnym kraju.

W przeciągu pierwszych siedmiu miesięcy pandemii COVID-19, liczba podróżnych biznesowych w holenderskich hotelach drastycznie zmalała, co dało się zauważyć głównie w regionie Amsterdamu.

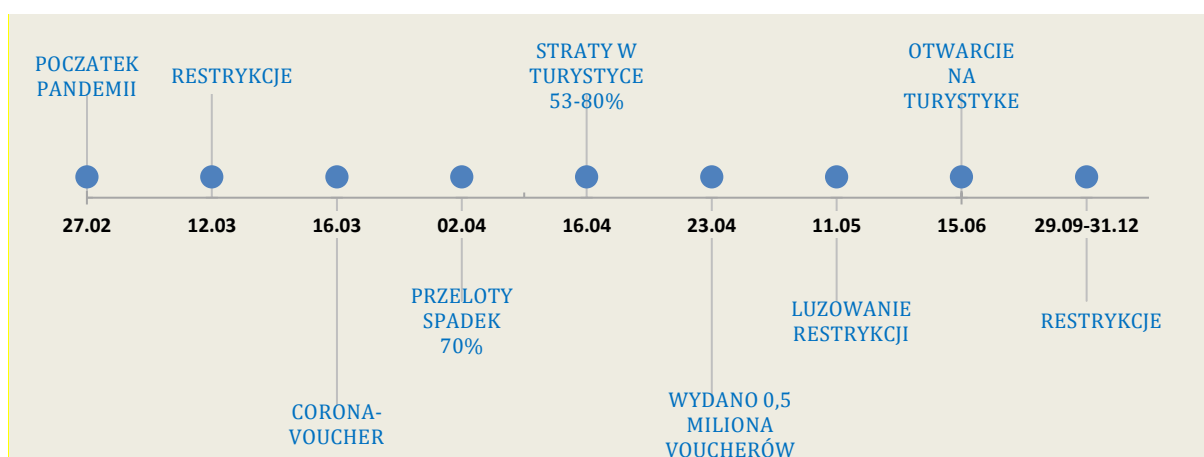
Badania CBS za pierwsze siedem miesięcy 2020 roku pokazują, że liczba podróżnych biznesowych spadła o 56% w stosunku do 2019 roku (podczas gdy spadek w liczbie turystów wyniósł w tym okresie 41%). W Amsterdamie spadek ten był jeszcze bardziej zauważalny: 69% mniej podróżnych biznesowych i 58% mniej w celach wypoczynkowych.

## 4. Wpływ pandemii na gospodarkę Niderlandów

### 4.1 Obostrzenia

Pierwszy przypadek COVID w Niderlandach ogłoszono 27 lutego 2020 roku, od 13 marca rząd holenderski zaczął wprowadzać coraz ostrzejsze restrykcje, aby zatrzymać rozprzestrzenianie się pandemii.

Od 11 maja zaczęto stopniowo zmniejszać restrykcje w Niderlandach, aby powrócić do nich pod koniec września.



### Pierwszy etap – Inteligentny lockdown

Ograniczenia w kraju wywołane pojawieniem się COVID-19 wprowadzono 15 marca. Rząd zdecydował o odwołaniu wszelkich imprez masowych, zamknięciu obiektów kulturalnych, wprowadzeniu pracy zdalnej, zamknięciu szkół oraz obiektów gastronomicznych. Restrykcje te następnie zostały rozszerzone na zawody kontaktowe. Granice kraju pozostały otwarte. Linie lotnicze podjęły decyzje o stopniowym zawieszeniu lotów do Włoch i Chin oraz rozpoczęły akcję sprowadzania obywateli do kraju. Wprowadzono podstawowe zasady bezpieczeństwa: zasada 1,5 metra odległości, ograniczenia w odwiedzinach domowych, zakaz zgromadzeń, korzystanie ze środków masowej komunikacji tylko w sytuacjach niezbędnych oraz ograniczenia w sklepach. Wszelkie restrykcje wprowadzono na zasadzie ścisłych zaleceń, a zaistniały stan nazwany został „inteligentnym lockdownem”.

### Etap drugi – rozluźnienie obostrzeń w okresie letnim

Pewne poluznienia obostrzeń nastąpiły na przełomie maja i czerwca. Wtedy to uczniowie wrócili do szkół, osoby wykonujące zawody kontaktowe mogły powrócić do swoich praktyk, restauracje i kawiarnie mogły otworzyć ogródki, wizyty były możliwe tylko na podstawie uprzednich rezerwacji), w kinach, teatrach i salach koncertowych nastąpił powrót do przedstawień z udziałem publiczności, a odwiedzanie muzeów czy obiektów zabytkowych stało się możliwe na podstawie rezerwacji online. Granice kraju cały czas pozostawały otwarte, jednak apelowano o nieodbywanie podróży zagranicznych, z wyjątkiem tych, które są niezbędne (ważne sprawy rodzinne czy podróże służbowe). Sytuacja w zakresie podróżowania zmieniła się od połowy czerwca, kiedy to rząd kraju dał „zielone światło” w odniesieniu do wyjazdów turystycznych do większości krajów europejskich. Wyjątkami były podróże do trzech krajów: Wielkiej Brytanii, Danii oraz Szwecji, w stosunku do których nadal obowiązywało negatywne zalecenie, co do wyjazdów.



*RTL Nieuws. Podróżni na lotnisku Schiphol w okresie letnim*

### Stopniowy powrót obostrzeń

Kolejne zmiany w restrykcjach wprowadzone zostały w lipcu i sierpniu, kiedy to przyznano więcej uprawnień władzom na szczeblu lokalnym, tak aby możliwe było szybsze reagowanie i wprowadzanie regionalnych obostrzeń. W obiektach gastronomicznych wprowadzono obowiązek rejestracji danych gości. Miasta Amsterdam i Rotterdam podjęły czasową próbę obowiązkowego noszenia maseczek w wyznaczonych strefach - miejscach szczególnie zatłoczonych, w których zachowanie dystansu 1,5m było bardzo utrudnione. W sierpniu

wprowadzono zalecenie odbywania kwarantanny osobom, które wracają z wakacji z krajów o podwyższonym ryzyku.

#### Czwarty etap – częściowy lockdown

Zmiany w zakresie obostrzeń na poziomie ogólnokrajowym ponownie wprowadzone zostały na początku października. Ograniczono m.in.: funkcjonowanie obiektów gastronomicznych do godziny 22:00; liczbę klientów w sklepach, wprowadzono tzw. godziny dla seniorów. Dodatkowo wprowadzono zakaz udziału publiczności w wydarzeniach sportowych, ograniczono liczbę odwiedzających w obiektach kultury i rozrywki oraz zapowiedziano wprowadzenie obowiązku noszenia maseczek. W tym samym miesiącu zamknięto ponownie obiekty gastronomiczne oraz zakazano urządzania wszelkich wydarzeń. Wprowadzono też dalsze ograniczenia w funkcjonowaniu sklepów. W związku ze zbliżającym się terminem tzw. wakacji jesiennych zwrócono się z apelem o niewyjeżdżanie poza granice kraju i możliwe spędzanie tego czasu w małych grupach. W listopadzie zamknięto wszystkie obiekty użyteczności publicznej. W grudniu zaś wszystkie sklepy, oprócz spożywczych i drogerii. Zamknięto także centra sportowe, sauny i baseny, ograniczono ilość osób, które można przyjąć w domu do 2, zakazano działalności w obszarze zawodów kontaktowych, zamknięto szkoły podstawowe i średnie.

#### **4.2 Kierunki i rodzaj wyjazdów**

##### Możliwe kierunki wyjazdów

Granice kraju pozostawały cały czas otwarte. Apelowano jednak o ograniczanie podróży do niezbędnego minimum, a pewne poluznienie w tym zakresie przyniosła dopiero połowa czerwca. Powracającym z podróży zalecano kwarantannę, jednak nie było formalnego obowiązku jej odbywania.

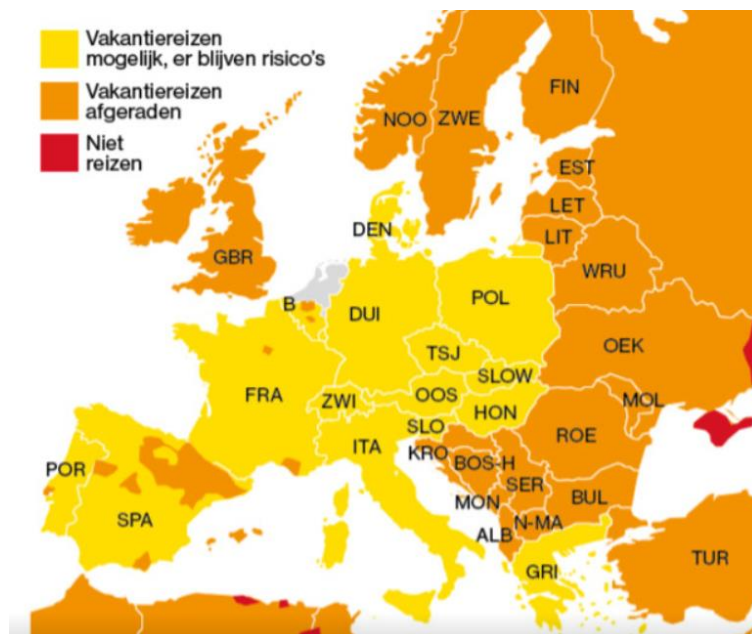
W związku z rosnącą liczbą zachorowań na terenie Niderlandów turyści holenderscy nie mogli też podróżować do niektórych krajów. I tak na przykład w maju ograniczenia takie dotyczyły następujących państw: Belgia, Francja, Wielka Brytania, Niemcy, Austria, Grecja, Portugalia i Szwajcaria. Kraje te nie przyjmowały w ogóle turystów z Niderlandów lub zobowiązywały ich do kwarantanny.

Z pewnymi ograniczeniami Holendrzy mogli w tym samym czasie podróżować do Luxemburga, Włoch i Hiszpanii. Wybierając te kierunki musieli jednak liczyć się z lokalnymi obostrzeniami, koniecznością noszenia maseczek ochronnych, kontrolami stanu zdrowia czy restrykcjami w zakresie funkcjonowania obiektów gastronomicznych.

Z planów i możliwości wyjazdowych zniknęły zupełnie dalekie destynacje, które tak chętnie były wybierane jako kierunki wypoczynku.

##### Zalecenia wyjazdowe Ministerstwa Spraw Zagranicznych

Planowanie każdej podróży poprzedzone było zapoznawaniem się z zaleceniami wyjazdowymi, opublikowanymi na stronie Ministerstwa Spraw Zagranicznych, które na bieżąco weryfikowało ograniczenia w poszczególnych krajach. Destynacjom przydzielono kolory oznaczające stopień ryzyka zaczynając od zielonego (brak obostrzeń, swoboda podróży), poprzez żółty (nieznaczne obostrzenia, prawie pełna swoboda podróży), pomarańczowy (znaczne obostrzenia, podwyższony stopień ryzyka), a kończąc na czerwonym (podróże całkowicie niezalecane).



Mapka z kolorami krajów z dnia 15 sierpnia 2020

Biura podróży, organizujące wyjazdy turystyczne miały obowiązek informowania o istniejących w destynacjach ograniczeniach, lecz nie mogły zabronić klientom wyjazdów do nich. Ostateczna decyzja, jak i ryzyko z nią związane należały zatem do turysty.

Ogłaszając „zielone światło” w odniesieniu do podróży po Europie w czerwcu, rząd przygotował zalecenia dla wyjeżdżających, prosząc ich o tzw. „mądre podróżowanie” - dobre przygotowanie do podróży; świadomość podróżowania na własne ryzyko (brak powtórki akcji repatriacyjnej w sytuacji zmiany stopnia zagrożenia); gotowość odbycia kwarantanny po powrocie; przesunięcie terminu odbywania wakacji w momencie, kiedy członkowie rodziny nie są objęci obowiązkiem szkolnym; korzystanie z własnego środka transportu w czasie wakacji (samochód, kamper, rower), tak aby ograniczyć obciążenie środków komunikacji publicznej.

#### Wakacje w kraju lub w krajach sąsiadujących

Jeszcze przed sezonem wakacji letnich rozpoczęła się szeroko zakrojona kampania holenderskiej narodowej organizacji turystycznej NBTC pod hasłem „Hier moet je zijn” – musisz być tutaj, zachęcająca obywateli do wakacji na terenie kraju. Inicjatywa ta została wsparta przez grupę blogerów i instagrammerów, którzy na specjalnie do tego utworzonych kanałach pokazywali miejsca bardziej i mniej znane, podkreślając, że kraj można zwiedzać przez 365 dni w roku.

Jak wynika z danych urzędu statystycznego CBS, wakacje letnie Holendrzy głównie spędzali blisko domu:

- 98% wyjazdów było na terenie Europy (w porównaniu z 86% w roku poprzednim), a na podróże zagraniczne wybierane były głównie kraje sąsiadujące. Holendrzy dużo częściej wybierali wakacje we własnym kraju, wyjazdy do Niemiec niż do dalej położonej Hiszpanii.
- Zmniejszyły się wydatki na transport w zakresie dojazdu do destynacji wakacyjnych. Aspekt bliskości i możliwości szybkiego, ewentualnego powrotu do domu odgrywał olbrzymią rolę w czasie ubiegłorocznych wyjazdów wakacyjnych.
- Niezbyt odległe kraje europejskie (w tym również Polska) znalazły się w spectrum zainteresowań Holendrów. Konieczność dostosowania do istniejącej sytuacji lub całkowitej zmiany planów wakacyjnych spowodowała, że Holendrzy poszukiwali nowych

miejsc, do których łatwo było dotrzeć własnym środkiem transportu, a które równocześnie oferowały szeroki pakiet możliwości turystom. Dzięki temu wielu turystów po raz pierwszy (lub kolejny) odwiedziło również i nasz kraj.

- Wiele wyjazdów organizowanych było samodzielnie i odbywano je w gronie najbliższych osób. Sytuacja ta dotyczyła generalnie całego roku. W okresie tzw. wakacji jesiennych (październik), zamiast tradycyjnych tygodniowych wyjazdów do ciepłych destynacji typu Turcja, wybierane były pobyty w domkach letniskowych na terenach parków narodowych w Niderlandach.

### 4.3 Nastroje na rynku (konsumenci i branża)

#### 4.3.1 Konsumenci

##### Sceptycyzm w kwestii wyjazdów w pierwszej fazie

Z badań opinii publicznej (badania urzędu statystycznego CBS), prowadzonych w początkowej fazie pandemii (marzec – kwiecień) wynika, że **Holendrzy poddawali w wątpliwość organizację wyjazdów wakacyjnych w 2020 r.**, deklarowali przełożenie ich terminów oraz spędzanie wakacji we własnym kraju. Uważali, że wakacje zaplanowane na lipiec w ogóle nie dojdą do skutku, a granice powinny być zamknięte dla turystów z zagranicy. Również sceptyczne podejście w tym temacie potwierdzają badania prowadzone przez firmę Multiscope czy VakantieDiscounter. Mieszkańcy kraju termin planowanego wyjazdu uzależniali od konkretnych okoliczności, ale nadal wierzyli w możliwość spędzania wakacji zarówno w Europie, jak i poza nią. Prowadzone były również badania na stronie Holland.com (odwiedzanej przez cudzoziemców planujących podróż na teren Niderlandów). Z danych, uzyskanych w II kwartale, wynikało, że **prawie 50% ankietowanych zamierza odwiedzić kraj**, co dawało nadzieję na szybką odbudowę turystyki przyjazdowej.

Kolejne badania zlecone przez CBS pokazały, że **mieszkańcy kraju jako najbardziej uciążliwą odczuwali niemożność odwiedzin rodziny czy znajomych**. Tęsknili za wyjazdami wakacyjnymi, ale decyzje rządu uważali za słuszne i chętnie się im podporządkowywali (na tym etapie tylko 14% stanowiła grupa osób poddających w wątpliwość konieczność wprowadzenia obostrzeń).

Badania przeprowadzone w kwietniu przez portal Wandelnet (witryna poświęcona turystyce wędrownej) wykazały, że już w pierwszym etapie epidemii **Holendrzy zaczęli bardzo zwracać uwagę na zachowanie sprawności fizycznej** i wybierali krótkie wędrowki w bliskiej okolicy, jako sposób na odreagowanie stresu i aktywność sportową.



*Główny sposób Holendrów na pokonanie stresu w pandemii to spacer w okolicy.*

Dane z badań opinii przeprowadzanych w maju przez portal Holiday Guru potwierdziły, że **mieszkańcy Niderlandów coraz bardziej skłaniali się ku wyborowi wypoczynku we własnym kraju** (80% ankietowanych). Natomiast wyniki z ankiet prowadzonych przez holenderskie narodowe biur turystyki NBTC-NIPO pokazały, że dłuższe plany wakacyjne miało w maju ok. 7,2 miliona Holendrów, co stanowi o 39% mniej niż w roku poprzednim.

W maju pogorszyła się ocena sytuacji ekonomicznej przez obywateli. Zgodnie z badaniami CBS coraz bardziej **ostrożnie zaczęli oni podchodzić do kwestii wydatkowania pieniędzy**, a zwłaszcza inwestowania dużych kwot. Pod koniec maja na zlecenie programu konsumenckiego Kassa wykonano kolejne badania opinii pod kątem planów wyjazdowych. Ich wyniki pokazały, że 36% ankietowanych nadal deklarowało gotowość do podróżowania, 42% chciało pozostać w domu, a 22% nie była jeszcze zdecydowana. Jako destynacje wyjazdów zagranicznych wskazywano Niemcy, Włochy i Hiszpanię.

#### Poprawa nastrojów w okresie letnim

Ogłoszenie możliwości podróżowania w czerwcu przyniosło również zmianę w podejściu do tematyki wyjazdów i zwiększyło zainteresowanie konsumentów dokonywaniem rezerwacji.

Z badania przeprowadzonego w czerwcu przez panel EenVandaag wynikało, że prawie połowa Holendrów (48%) nie miała jeszcze w tym okresie planów wakacyjnych; 33% ankietowanych wybierało się na pewno na wakacje, a 11% rozważało taką możliwość. Normalnie w tym okresie 76% Holendrów wybiera się na wypoczynek wakacyjny. Spośród osób deklarujących wyjazdy w tym roku 42% zamierzało pozostać w Holandii, zaś 20% wybrać jeden z kierunków europejskich. Wśród krajów w Europie w tym momencie największym zainteresowaniem cieszyły się (w kolejności): Niemcy, Francja, Grecja, Hiszpania i Austria. Do destynacji wakacyjnej większość (72%) chciała pojechać własnym autem.

Ciekawe wyniki przyniosła ankieta prowadzona przez portal dla 50+ Grijsopreis.nl. Z danych wynikało, że 56% respondentów zmieniło kierunek wyjazdu wakacyjnego, zaś 16% nie zmieniło kierunku, a jedynie termin podróży. Wielu spośród ankietowanych już w 2020 roku uzależniało dalsze planowanie wyjazdów na wakacje od dostępności szczepionki. Osoby planujące wyjazdy zagraniczne miały zamiar odwiedzić Niemcy (20%), Włochy (19%) i Francję (17%), a następnie Belgię, Hiszpanię, Austrię i Chorwację.

#### Pogorszenie nastrojów jesienią

Przedłużający się czas trwania pandemii i stopniowy powrót do obostrzeń na jesieni wywołał kolejną zmianę nastrojów w społeczeństwie. Zaczęła się powiększać grupa tzw. koronasceptyków. Z badania przeprowadzonego przez SCP (biuro planowania ds. socjalnych i kulturowych) wynikało, że kryzys wywołany COVID-19 spowodował zwiększenie poziomu lęku o stabilność dochodów i możliwość znalezienia się w izolacji/samotności. Kolejne badania przeprowadzone w październiku pokazały, że spada też zaufanie do działań podejmowanych przez rząd. Wielu ankietowanych wskazywało, że konkretne rozwiązania podejmowane są zbyt późno i nie są w stanie zapobiec wprowadzeniu następnego lockdownu. Nastroje społeczne uległy dalszemu pogorszeniu na początku grudnia, kiedy to okazało się, że zmniejszenie restrykcji nie będzie możliwe, a spędzanie Świąt odbędzie w minimalnym gronie osób najbliższych. Mimo to, Holendrzy pod koniec roku 2020 optymistycznie patrzyli na perspektywę podróży w następnym sezonie. Deklarowali gotowość do przystąpienia do programu szczepień i powrót do wyjazdów zagranicznych wtedy, kiedy staną się one znowu możliwe.

## Ocena voucherów i działań rządu



*Korona-voucher*

W związku z wprowadzeniem voucherów w zamian za niezrealizowane podróże, badano również opinie konsumentów pod kątem zamiaru ich wykorzystania. I tak z badania firmy marketingowej Growth from Knowledge przeprowadzonego wśród osób, które zarezerwowały już wakacje: ok 60% osób, które otrzymały voucher ANVR chciało użyć go jeszcze w tym samym roku. 47% spośród nich zamierzało wykorzystać voucher na wakacje zagraniczne, ale bliżej domu, 11% wykorzystać voucher na wakacje w Niderlandach, a 25% deklarowało oczekiwanie na zwrot pieniędzy za voucher.

Holendrzy wypowiedzieli się również na temat sytuacji branży turystycznej. W sierpniu z ankiety przeprowadzonej wśród czytelników jednej z największych i najpopularniejszych gazet codziennych „De Telegraaf” wynikało, że 1/3 ankietowanych uważa, że branża turystyczna wymaga dodatkowego wsparcia ze strony państwa celem uniknięcia bankructwa. Większość ankietowanych oceniało również pomysł z bankiem voucherów (wspierającym wypłatę równowartości za voucher) jako bardzo dobry.

## Letnie trendy wyjazdowe

Opinie konsumentów badane były również w czasie trwania wakacji. Z różnych ankiet przeprowadzanych przez NBTC, Royal Schiphol Group, portal VakantieDiscounter czy witrynę Vliegtickets.nl uzyskano dane, które pozwalają na wskazanie trendów panujących w tym okresie:

- **Wakacje we własnym kraju:** z 38 do 44% wzrosła liczba osób deklarujących spędzenie wakacji lub spędzających już wakacje we własnym kraju.
- **Rezerwacje last minute:** rezerwacje dokonywane były często w ostatnim momencie na podstawie oceny sytuacji w konkretnej lokalizacji.
- **Małe obiekty noclegowe:** 58% wyjeżdżających wybierało małe obiekty – domki letnie, małe campingi, B&B, jako miejsca ich zdaniem bezpiecznego zakwaterowania wakacyjnego.
- **Samochód jako popularny środek transportu:** wśród podróżujących zwiększyła się popularność samochodu jako środka transportu (w 2020 było to 36% w porównaniu do 10% w podobnym sezonie w roku poprzednim).
- **Rzadsze podróże samolotem:** mniej osób decydowało się na wakacje samolotem (64% w porównaniu z 90% deklarowanym wcześniej) – w grupie młodych konsumentów (pom. 26-35 roku życia) tylko 48% zadeklarowało używanie samolotu w przyszłości.
- **Świadome podróżowanie:** mimo kryzysu wywołanego COVID-19 ponad połowa ankietowanych była zadowolona z dokonanych wyborów i przebiegu swoich wakacji; 2/3 respondentów deklaruje, że w przyszłości będzie w sposób bardziej przemyślany decydować o podróżach.

## Wyjazdy zimowe w sezonie 2020/2021

Jeszcze pod koniec wakacji letnich zaczęto prowadzić także badania wśród osób, które interesują się wyjazdami w celu uprawiania sportów zimowych. Z ankiet na platformie Snowplaza.nl wynikało, że 90% ankietowanych planowało w sezonie zimowym 2020/2021 wyjazd; z tej grupy 44% już zarezerwowało wyjazd, a 64% chciało poczekać z rezerwacją lub dokonać jej w opcji last minute. Holendrzy podchodzili więc optymistycznie do tej tematyki, a jedynie planowali zmiany w zakresie terminu wyjazdów. Zamiast dotychczasowych tradycyjnych podróży narciarskich w okresie Świąt Bożego Narodzenia deklarowano wyjazdy w tzw. niskim sezonie (styczeń i początek lutego). Ważnym aspektem tych planów była możliwość anulowania podróży i zwrotu pieniędzy w przypadku, gdy destynacja zostanie objęta negatywnymi zaleceniami, co do wyjazdów.

### **4.3.2 Branża**

#### Prognozy strat

Już 15 marca większość touroperatorów zaczęła anulować organizowane przez siebie wyjazdy zagraniczne. Na podstawie danych przedstawionych przez CBS (urząd statystyczny) oszacowano, że wstępne straty w II kwartale spowodowane brakiem wpływów z turystyki będą na poziomie 4 600 000 000 euro. Taka wiadomość odbiła się szerokim echem w kręgach branżowych, ale ponieważ był to dopiero początek okresu pandemii, wszyscy mieli nadzieję, że będzie to tylko przejściowe, a straty zostaną dość szybko nadrobione.

#### Strategia odbudowy

Już na początku kwietnia Holenderskie Narodowe Biuro Turystyki (NBTC) zaczęło pracować na planem odbudowy sektora. W plan zaangażowane zostały podmioty na różnych szczeblach od lokalnych inicjatyw do NBTC. Strategia od samego początku dotyczyła trzech najważniejszych zagadnień: turystyki w obrębie własnego kraju, turystyki z krajów sąsiednich oraz turystyki kongresowej.



*25 sierpnia 2020 w Hadze na błoniach Malieveld pracownicy branży eventowej chcieli zwrócić uwagę rządu na tragiczną sytuację w tym sektorze.*

#### Faktyczne straty w okresie przedwakacyjnym

Kolejnym momentem, kiedy branża odczuła następny wymierny skutek zaistniałego kryzysu był Weekend Świąt Wielkanocnych. Obliczono, że strata w tym okresie wyniesie ok. 800 milionów euro, z czego 300 milionów to dochody pochodzące z wydatków turystów zagranicznych. Wiadomo było, że sektor turystyczny będzie potrzebował szybkiej i skutecznej pomocy ze strony państwa.

Z prognoz banku Rabobank, z tego okresu wynikało, że jeśli dojdzie do rozluźnienia reguł i powrotu do pewnej normalności to straty w sezonie letnim dla podmiotów z branży będą na



poziomie -30%. Nie były to jednak prognozy do końca optymistyczne. Kryzys dotknął 631 tys. osób zatrudnionych w zawodach/firmach związanych z sektorem spędzania wolnego czasu (turystyka, gastronomia, sport, wellness, muzea, kina, sale kongresowe, itp.).

Pod koniec kwietnia, w związku z nadal istniejącymi obostrzeniami w zakresie podróżowania, ANVR (Holenderskie Stowarzyszenie Agentów Podróży i Touroperatorów) zaleciło branży niepodejmowanie działań sprzedażowych do 29 maja. Oznaczało to dalsze straty i brak źródeł utrzymania. W szczególnie złej sytuacji znaleźli się samodzielni agenci podróży (ZRA), którzy, aby przeczekać ciężki okres, często decydowali się na angażowanie własnych prywatnych środków pieniężnych i zgromadzonych oszczędności na ratowanie biznesów.

### Protokoły i nowe formy działań

Jeszcze w kwietniu podmioty skupione w poszczególnych sektorach branży turystycznej oraz związanej ze spędzaniem wolnego czasu zaczęły opracowywać protokoły powrotu do „normalności” z zachowaniem zasady 1,5m dystansu; nad zbieraniem protokołów czuwał między innymi ANVR. W ramach branży rozpoczęła się też współpraca pomiędzy podmiotami, które musiały dostosować profil swojej działalności do istniejącej sytuacji. I tak na przykład jeden z większych holenderskich touroperatorów – Corendon, zdecydował się na współpracę z siecią z resortów wakacyjnych EuroParcs i sprzedaż pakietów wakacyjnych na terenie Holandii. Jednak nie wszyscy mogli pozwolić sobie na takie działania.

### Apele do rządzących

W okresie przedwakacyjnym 99% podmiotów skupionych w sektorze związanym ze spędzaniem wolnego czasu negatywnie oceniało sytuację i z niepokojem patrzyło na przyszłość.

Organizacja z branży turystycznej „Gastvrij Nederland” (narodowa rada turystyki, rekreacji, wolnego czasu, gastronomii z siedzibą w Hadze) zwróciła się do rządu o lepsze wsparcie podmiotów z sektora; zdaniem organizacji dotychczasowe uregulowania były niewystarczające i nie chroniły branży przed stratami, oszacowanymi na poziomie -85% w stosunku do roku poprzedniego.

W tym samym okresie przedstawiciele indywidualnych agentów podróży (ZRA) skierowali list do parlamentu holenderskiego, w którym zwrócili się o większe wsparcie dla nich, jako mini-przedsiębiorców; w liście podkreślono, że dotychczasowe formy pomocy nie pozwalają na wystarczającą ochronę tej grupy, a zaistniała sytuacja doprowadzi do upadłości wielu z nich.

### Okres wakacyjny

Pewną poprawę nastrojów w branży przyniosły decyzje o przywróceniu możliwości podróżowania w obrębie krajów europejskich w okresie wakacyjnym. Konsumenci powrócili do rezerwacji wakacji, a biura podróży i indywidualni agenci stali się ważnym elementem w procesie planowania wyjazdów.

Dzięki fachowej wiedzy pracownicy branży turystycznej zaczęli być postrzegani jako indywidualni doradcy, którzy potrafią dostosować się do konkretnych potrzeb swoich klientów. Wśród konsumentów, celem wzbudzenia ich zaufania promowana była akcja „VeiligOpVakantie” (bezpiecznie na wakacjach), gdzie sami turyści prezentowali własne relacje z odbytych przez siebie podróży.

Jednocześnie organizacja ANVR rozpoczęła proces przeszkalania i przekwalifikowywania się pracowników sektora turystycznego w obliczu bankructwa firm.

Z badań prowadzonych przez Centralny Urząd Statystyczny w tym okresie wynikało, że wzrosło zaufanie branży turystycznej w przetrwanie kryzysu: 51% ankietowanych miało w tym zakresie pozytywne oczekiwania w porównaniu z 10% w maju 2020 roku.

#### Kolejne straty

Mimo chwilowego polepszenia sytuacji, branża turystyczna nadal pozostawała w kłopotach spowodowanych utratą zarobków w okresie pomiędzy marcem a czerwcem. Zarząd organizacji ANVR po raz kolejny wystosował apel do rządu holenderskiego o natychmiastowe wsparcie sektora i objęcie go kolejnym pakietem pomocowym.

Według danych centralnego biura statystycznego CBS branża turystyczna odniosła w drugim kwartale największe straty ze wszystkich sektorów objętych kryzysem; straty te szacowane są na poziomie 89,2% (w innych sektorach średnio ok. 20% w II kwartale).

#### Odwołanie imprez targowych



*Targi w Drachten z dnia 16 maja odwołane z powodu pandemii*

Już w sierpniu organizatorzy największych targów turystycznych w Holandii – Vakantiebeurs w Utrechcie ogłosili na swojej stronie, że dołożą wszelkich starań, aby edycja imprezy w 2021 r. odbyła się z zachowaniem wszelkich środków ostrożności. Organizatorzy podkreślili, że nie wyobrażają sobie przeniesienia targów do sfery wirtualnej, gdyż nie zastąpi to w żaden sposób wrażenia i możliwości jakie dają bezpośrednie spotkania wystawców i odwiedzających (rzeczywistość okazała się jednak inna).

W związku z pogarszającą się na jesieni sytuacją epidemiologiczną oraz protokołami ograniczającymi organizację dużych eventów, duże targi konsumenckie, odbywające się w Utrechcie (50plus Beurs oraz Camping & Caravan Beurs) przesunęły swoje edycje na rok 2021; wydarzenia te rokrocznie goszczą około 100 000 (dla 50plus) oraz 50 000 (dla C&C) odwiedzających, a ich ważnymi elementami są również zagadnienia z zakresu turystyki. Decyzje te poddały w wątpliwość możliwość organizacji imprez targowych na początku 2021 r. W ślad za tym w październiku organizatorzy targów Vakantiebeurs podjęli decyzje o jednorazowym przesunięciu terminu targów ze stycznia na kwiecień 2021 roku. Założenie targów w 2021 r. to podróżowanie w zmienionych okolicznościach, gdzie większy nacisk położony będzie na doradzanie klientowi indywidualnemu, w zależności od jego potrzeb.

#### Trendy i zmiany w sprzedaży produktów turystycznych

- touroperatorzy, nawet wyspecjalizowani w dalekich podróżach, wprowadzają oferty na wyjazdy we własnym kraju i bliskim sąsiedztwie, poszerzają już istniejące oferty, zamieniają wyjazdy grupowe na indywidualne

- zauważalny wzrost zainteresowania domkami (w kwietniu 2020 roku 40% więcej rezerwacji niż rok wcześniej), kempingami i turystyką indywidualną
- duża elastyczność w możliwości zmiany rezerwacji, jej anulowania czy otrzymania zwrotu za niezrealizowaną podróż
- duża popularność rezerwacji last minute

#### Podsumowanie roku

Z danych NBTC wynika, że za cały rok 2020 branża turystyczna poniosła straty na poziomie 63,2% w porównaniu do roku poprzedniego.

#### **4.4 Instrumenty wsparcia (pomoc) dla poszczególnych branż sektora turystycznego**

Gospodarcze i społeczne konsekwencje pandemii były odczuwalne dla całego społeczeństwa. Dlatego też powstały pakiety wsparcia obejmujące tymczasowe instrumenty finansowe, pakiety socjalne i dostęp do środków inwestycyjnych. W ten sposób rząd Niderlandów wspomagał dużych i małych przedsiębiorców oraz oferował wsparcie, w momencie, gdy pracownicy w obliczu bankructwa pracodawcy musieli się przekwalifikować i szukać nowej pracy.

#### Pierwszy pakiet pomocowy

Decyzje o wprowadzeniu pierwszego pakietu pomocowego zapadły już 17 marca. Celem tego instrumentu, nazwanego TNOW - *Tijdelijke Noodmaatregel Overbrugging voor Werkbehoud*, czyli Tymczasowy Pakiet Pomocowy w celu Utrzymania Miejsc Pracy było zapewnienie przedsiębiorcom (od tych z sektora samozatrudnienia aż do dużych firm) płynności finansowej dzięki złagodzeniu przepisów podatkowych, wypłacie odszkodowań i dodatkowym opcjom kredytowym.

- W ramach pakietu przedsiębiorca mógł ubiegać się o dofinansowanie z UWV (Urząd Ubezpieczeń Pracowniczych) na okres trzech miesięcy (maksymalnie 90% kwoty wynagrodzenia, w zależności od utraty obrotów). UWV zapewniał wypłatę zaliczki w wysokości 80% żądanej rekompensaty. Dzięki temu firmy mogły nadal płacić swoim pracownikom. Warunkiem skorzystania z pakietu była deklaracja, że żaden z członków personelu pracodawcy nie mógł zostać zwolniony z powodów ekonomicznych w okresie obowiązywania subsydium.
- Wprowadzono elastyczny system wsparcia osób samozatrudnionych, tak aby mogły kontynuować swoją działalność. Program wdrażany był przez gminy. Osoby prowadzące działalność na własny rachunek mogły otrzymać dodatkowe wsparcie na utrzymanie przez okres trzech miesięcy w ramach procedury przyspieszonej. Wsparcie to nie podlegało zwrotowi.
- Odroczone zobowiązania podatkowe. Poszkodowani przedsiębiorcy mogli łatwiej wnioskować o odroczenie podatku. W takim przypadku administracja podatkowa i celna natychmiast wstrzymywała ich pobieranie. Dotyczyło to zarówno podatków dochodowych, podatku dochodowego od osób prawnych, wynagrodzeń i podatków od sprzedaży (VAT).
- Odroczone wszelkie kary za niewywiązanie się z płatności w terminie oraz pobieranie odsetek.
- Firmy mające problemy z uzyskaniem kredytów bankowych i gwarancji bankowych mogły skorzystać z Programu Gwarancyjnego Finansowania Przedsiębiorstw (GO), w ramach którego udzielano 50% gwarancji na kredyty bankowe i gwarancje bankowe (minimum 1,5 miliona - maksymalnie 50 milionów euro na firmę).
- Rozpoczęto prace nad systemem rekompensat dla firm z konkretnych sektorów, które z powodu wprowadzenia obostrzeń utraciły dochody i nie mogły ich nadrobić po ustaniu restrykcji (jak właśnie branża turystyczna czy gastronomiczna). System ten po opracowaniu musiał być przedłożony w trybie pilnym Komisji Europejskiej w celu oceny (dozwolonej) pomocy publicznej.



### *NOW - rządowy pakiet pomocy dla przedsiębiorców*

Mimo uchwalenia pakietu przedsiębiorcy z branży turystycznej oceniali pomoc jako niewystarczającą dla sektora. Zwłaszcza trudna była pozycja indywidualnych agentów podróży, którzy uważali, że dotychczasowe formy nie pozwalają na ochronę tej grupy mini-przedsiębiorców, a wprowadzenie restrykcji w zakresie podróżowania doprowadzi do upadłości wielu z nich.

#### Drugi pakiet pomocy

Pod koniec maja ogłoszono drugi pakiet. Objął on rozszerzenie pierwszego instrumentu TNOW i innych środków z pierwszego pakietu, w wielu przypadkach z nowymi warunkami. Zawierał nowe środki wsparcia, takie jak dodatek na koszty stałe dla małych i średnich przedsiębiorstw. Gabinet określił okres obowiązywania drugiego pakietu ratunkowego na cztery miesiące, czyli do 1 października 2020 roku:

- przedsiębiorcy mogli ubiegać się o dodatek w wysokości do 50 000 euro na kolejne miesiące działalności. W tym celu musieli wykazać, że nastąpiła strata obrotów w wysokości min. 30%. Całkowita wysokość dodatku ustalana była w zależności od wielkości przedsiębiorstwa i wysokości kosztów stałych.
- Wprowadzając przedłużenie funkcjonowania instrumentu TNOW zastosowano nową zasadę. W firmach korzystających ze wsparcia miał obowiązywać zakaz wypłaty dywidend, wykupu akcji własnych i wypłaty premii zarządowi i kierownictwu grupy lub spółki dominującej oraz kierownictwu osoby prawnej. Dodatkowym warunkiem korzystania z przedłużenia TNOW było również zobowiązanie pracodawców do dołożenia wszelkich starań, aby zachęcić swoich pracowników do dodatkowych szkoleń lub przekwalifikowania.
- do 1 października przedłużono także funkcjonowanie tymczasowego systemu pomostowego dla osób samozatrudnionych. Przedłużone zostały również instrumenty kredytowe, gwarancyjne i te związane z odroczeniem zobowiązań podatkowych.

#### Trzeci pakiet pomocy

Pod koniec sierpnia 2020 r. rząd przedstawił trzeci pakiet pomocy - „pakiet wsparcia i naprawy gospodarki i rynku pracy”. Na jego podstawie środki pomocy od 1 października 2020 r. w oparciu o nowy pakiet NOW, Tozo (pomoc dla samozatrudnionych) i ulga na koszty stałe dla MŚP zostały przedłużone do czerwca 2021 r. Pakiet miał dać przedsiębiorstwom przestrzeń do przygotowania się do funkcjonowania w nowej przyszłości i umożliwienia lepszego reagowania na nową sytuację gospodarczą.

Rijksoverheid

Steun- en herstellepakket voor economie en arbeidsmarkt

Op deze manier en via andere kanalen krijgen voor langere tijd meer duidelijkheid over financiële ondersteuning. Economische groei wordt gestimuleerd en waar nodig worden mensen geholpen richting nieuwe werk.

Financiële regelingen vanaf 1 oktober 2020

**Roostmaatregel**  
Overdracht van  
Werkloosheidsverzekering (WVZ)

**Tijdelijke overbruggingsregeling zelfstandig ondernemers (TZOZ)**

**Tijdelijke maatregelen Vrije Leden (TVM)**

**Maakt door**

**Coronakrediet en garanties**

**Beleidsmaatregelen**

**Aanvullende steun bij noodzakelijke aanpassingen**

voor bepaalde sectoren is er aanvullende steun.

alleen samen krijgen we corona onder controle



Opis rządowego programu pomocy przedsiębiorcom z października 2020

### Wprowadzenie voucherów za anulowane wyjazdy na rynku holenderskim

- Aby touroperatorzy nie musieli zwracać klientom wpłaconych pieniędzy, stworzony został produkt w postaci vouchera. Pomysł vouchera i jego konstrukcji był wspólnym działaniem SGR (fundusz gwarancyjny i stowarzyszenie zajmujące się ochroną praw konsumentów), ANVR (związek touroperatorów i agentów turystycznych) i branży turystycznej. Dzięki temu konsumenci mogli przy pomocy vouchera dokonać następnej rezerwacji lub odczekać rok i jeden dzień od daty jego wydania i prosić o zwrot pieniędzy. Vouchery były wydawane od dnia 16 marca do końca 2020 roku.
- Część klientów wykorzystała w dogodnym momencie vouchery, ale duża część, w związku z niepewną sytuacją, czekała na upływ rocznego terminu.
- Wsparciem dla tego produktu miało być utworzenie zapowiedzianego przez rząd holenderski "banku voucherowego", zabezpieczającego kwotę 400 milionów euro, z którego branża mogłaby pożyczać pieniądze, celem wypłaty rekompensat za vouchery. Projektostał złożony do rozpatrzenia przez Komisję Europejską w lutym 2021 roku.

### 3. Przyjazdy do Polski

	2018	2019	2020
Liczba wyjazdów do Polski (w tys.)	571,3 tys.	603,3	115 (w I poł. 2020 r.)
Liczba wyjazdów do Polski obejmujących co najmniej 1 nocleg (w tys.)	475,5 tys.	bd	bd
Liczba wyjazdów do Polski 1+ nocy w celach turystycznych (liczba lub w %)	29,9/475,5	503,3	bd
Liczba wyjazdów do Polski 1+ nocy w celach służbowych / biznesowych (liczba lub w %)	24,9	21,6	bd
Liczba wyjazdów do Polski 1+ nocy w celach VFR (liczba lub w %)	40,5	43,8	bd

Źródła: dane MSiT-GUS-NBP

## **Informacje ogólne**

W związku z sytuacją pandemiczną panującą w 2020 r. w znacznym stopniu spadła liczba przyjazdów do Polski z Niderlandów. Jeśli przyjąć założenie, wynikające z danych polskiego Departamentu Turystyki Ministerstwa Rozwoju, Pracy i Technologii, zgodnie z którym w 2020 r. Polskę odwiedziło o 42,3% mniej cudzoziemców niż w roku poprzednim, to z Holandii do naszego kraju przyjechało ok. **350 tys. gości**. Tylko w pierwszym półroczu takich wyjazdów było zaledwie 115 tysięcy, w porównaniu z 257 tysiącami w I poł. 2019 r. Oczywiście wiąże się to z faktem wprowadzenia ścisłych restrykcji w zakresie podróżowania spowodowanych COVID-19.

Mimo braku danych z II półrocza, należy przyjąć, że takich wyjazdów w drugiej połowie roku było więcej. Pod koniec czerwca wiele krajów europejskich zniosło najbardziej dotkliwe obostrzenia, co pozwoliło na bardziej swobodne przemieszczanie się w okresie wakacyjnym. Z kontaktów mailowych czy telefonicznych, jakie Ośrodek miał z Holendrami w okresie tzw. twardego lockdownu i zamknięcia polskich granic, wynikało, że turyści bardzo czekali na zniesienie restrykcji i deklarowali przyjazd do naszego kraju, kiedy to tylko będzie możliwe. Holendrzy odwiedzali Polskę głównie w okresie pomiędzy połową czerwca a połową października, kiedy to podróżowanie było obarczone najmniejszymi restrykcjami.

## **Motywy podróży**

Podobnie, jak w ubiegłych latach Holendrzy do Polski wyjeżdżali głównie turystycznie lub aby odwiedzić rodzinę czy znajomych. W przypadku tych drugich podróży, łączone były one zazwyczaj ze zwiedzaniem turystycznym.

## **Produkty turystyczne**

Jak wynika z nadsyłanych do Ośrodka zapytań celem wielu podróży do Polski były w 2020 r. regiony bogate przyrodniczo, pozwalające na aktywny wypoczynek na łonie natury, z dala od dużych aglomeracji miejskich. Aktywność na świeżym powietrzu była zawsze ważnym elementem zarówno codzienności, jak i wakacji Holendrów, jednak od czasu pandemii nabrała jeszcze głębszego znaczenia. Można śmiało powiedzieć, że drugim rodzajem ulubionej formy spędzania wolnego czasu, po wycieczkach rowerowych, stały się spacer i wędrówki piesze. Stąd też bierze się fakt wzmożonego zainteresowania tymi rodzajami aktywności przy planowaniu podróży do Polski w 2020 r. Wędrówki po polskich górach (Karkonoszach, Tatrach, Beskidach), trasy rowerowe (Green Velo, Velo Małopolska, trasy na Pomorzu, Pomorzu Zachodnim czy Dolnym Śląsku), odwiedziny w parkach narodowych czy rezerwach przyrody, obserwacja dzikich zwierząt, wypoczynek nad jeziorami – takie elementy znalazły się w ubiegłorocznych planach wyjazdowych Holendrów. Oczywiście nie zabrakło też odwiedzin w polskich miastach, z których największą popularnością, podobnie jak do tej pory, cieszyły się: Kraków, Warszawa, Gdańsk i Wrocław. Jednak niejednokrotnie były to tylko krótkie odwiedziny przy okazji pobytu w regionie. W planach wyjazdowych pojawiły się dodatkowo, inne mniej do tej pory popularne miasta (Katowice, Łódź czy Bydgoszcz), miasta mniejsze (Toruń czy Sandomierz) lub zupełnie małe miejscowości (...) w wybranych regionach Polski.

## **Termin i długość podróży**

Wielu Holendrów planowało swoje wyjazdy już na kwiecień i maj 2020 roku, jednak musiało je dopasować do istniejącej sytuacji i zmienić termin na późniejszy, czyli typowo wakacyjny. W nielicznych przypadkach podróże następowały wcześniej, jednak były one raczej wymuszone okolicznościami (wyjazd służbowy lub w sprawach rodzinnych), a nie miały charakteru turystycznego.

Wyjazdy typowo wakacyjne były przeważnie wyjazdami trwającymi dłużej niż tydzień. Odbywały się głównie przy użyciu własnego środka transportu (samochód, kamper), w gronie bliskich osób (rodzina, przyjaciele). Podobnie jak w latach ubiegłych był to jeden wyjazd do Polski w ciągu roku.

## Noclegi

Jak wynika z danych GUS, w 2020 r. z rejestrowanej bazy noclegowej skorzystało **60 871** Holendrów. Jest to spadek o 63% w porównaniu do roku 2019. Należy przyjąć, że oprócz klasycznych pobytów w hotelach czy na kampingach wielu turystów holenderskich wybierało pobyty u rodziny i znajomych.

## Sposób organizacji podróży

Wyjazdy do Polski, podobnie jak w latach ubiegłych, w większości organizowane były samodzielnie. Taki sposób organizacji dominował również w latach poprzednich. W zakresie planowania podróży do Polski Holendrzy wciąż jeszcze w niewielkim stopniu korzystają z usług biur podróży.

## 4. Połączenia

### 4.1 Połączenia lotnicze

#### INFORMACJE OGÓLNE

##### Lotniska

Podobnie jak w roku 2019 bezpośrednie połączenia lotnicze do Polski oferowane były z dwóch holenderskich lotnisk:

- Amsterdam Schiphol <https://www.schiphol.nl/en/>
- Eindhoven Airport <https://www.eindhovenairport.nl/en>

##### Linie lotnicze

Liniami lotniczymi oferującymi loty do polskich miast w 2020 r. były:

- **PLL LOT** (Warszawa),
- **KLM** (Warszawa, Kraków, Gdańsk, Poznań, Wrocław),
- **Ryanair** (Warszawa-Modlin, Kraków),
- **Wizz Air** (Warszawa-Chopin, Katowice, Poznań, Wrocław, Gdańsk, Lublin, Rzeszów),
- **Transavia** (Kraków).

##### Połączenia - opis zmian

W porównaniu do roku 2019 lista połączeń w 2020 r. poszerzona została o loty liniami **KLM z Amsterdamu do Poznania** oraz liniami **WizzAir z Eindhoven do Rzeszowa**. W siatce połączeń zabrakło natomiast lotów Transavia z Amsterdamu do Katowic. Połączenie to funkcjonowało jedynie do końca roku 2019 i jako mało rentowne zostało wycofane.

KLM – Amsterdam – Poznań: Uruchomienie połączenia nastąpiło 25 października. Loty zaplanowane zostały raz dziennie, 7 razy w tygodniu. Poznań to piąte lotnisko w Polsce, do którego lata KLM. W ten sposób linie umocniły swoją pozycję na rynku holenderskim w zakresie lotów do Polski, a jednocześnie wzmocniły wizerunek Polski jako kraju atrakcyjnego turystycznie.

WizzAir – Eindhoven – Rzeszów: Uruchomienie połączenia nastąpiło 6 listopada. Loty zaplanowane zostały raz dziennie, 2 razy w tygodniu. Rzeszów to siódme lotnisko w Polsce obsługiwane przez Wizz Air. Biorąc pod uwagę fakt, że do tej pory region południowo-wschodniej Polski nie miał w ogóle połączenia z Niderlandami, uruchomienie tego kierunku jest bardzo cenne.

##### Dane z lotnisk

###### Schiphol

Z corocznego raportu ruchu lotniczego na lotnisku Schiphol – Schiphol Traffic Review wynika, że w 2020 roku gościło ono 20,9 milionów pasażerów, co stanowi spadek o 70,9% w stosunku do

roku 2019. Oczywiście ten ogromny spadek spowodowany był sytuacją pandemiczną i obostrzeniami, które wpłynęły na możliwości transportu i zachowania podróżnych.

Spośród destynacji europejskich w raporcie Polska przesunęła się na miejsce 11 pod względem liczby pasażerów, dla których lotnisko Schiphol było punktem początkowym podróży (w 2019 było to miejsce 14). Wzrost ten może wynikać z faktu, że wprowadzone obostrzenia uniemożliwiły lub zablokowały na dłuższy czas realizację wielu pozaeuropejskich połączeń lotniczych. W porównaniu z rokiem 2019 Polska jako destynacja zanotowała jednak spadek ruchu pasażerskiego o 48,3% z lotniska Schiphol.

#### Przeloty samolotowe do Polski w 2020 roku

Według danych z PLL LOT za 2020 rok PLL LOT oraz KLM przewiozły do Polski łącznie 160 758 pasażerów.

Liczba pasażerów do Polski z lotniska Schiphol (x 1000)*			
2017	2018	2019	2020
673	829	950	338

\*Dane lotniska Schiphol

Dla porównania, dane za te same lata, podające liczbę pasażerów do Czech.

Liczba pasażerów do Czech z lotniska Schiphol (x 1000)*			
2017	2018	2019	2020
658	691	759	214

\*Dane lotniska Schiphol

Dane te obejmują zarówno pasażerów, dla których Polska była punktem docelowym, jak i tych dla których nasz kraj był punktem przesiadkowym w podróży.

### Main countries

Main European countries				
Ranking	(2019 ranking)	Country	Total movements	Compared to 2019 in %
1	(1)	Great Britain	33,108	-64.5%
2	(2)	Germany	20,512	-54.4%
3	(3)	Spain	15,922	-56.4%
4	(5)	France	13,840	-53.9%
5	(4)	Italy	12,940	-60.5%
6	(7)	Switzerland	7,373	-58.2%
7	(6)	Norway	7,358	-59.5%
8	(8)	Denmark	6,844	-52.9%
9	(9)	Sweden	5,460	-55.8%
10	(11)	Portugal	5,234	-50.6%
11	(14)	Poland	4,846	-48.3%
12	(10)	Turkey	4,675	-60.9%
13	(13)	Ireland	4,618	-55.0%
14	(12)	Greece	4,339	-58.0%
15	(15)	Austria	3,615	-58.3%
16	(18)	Finland	2,583	-45.4%
17	(16)	Czech Republic	2,515	-54.8%
18	(19)	Belgium	1,801	-50.5%
19	(17)	Russia	1,800	-65.5%
20	(20)	Romania	1,577	-52.4%
Rest of Europe			11,393	-45.1%
<b>Total of Europe</b>			<b>172,353</b>	<b>-57.4%</b>

*Schiphol Traffic Review 2020*

Zdaniem przedstawicieli lotniska Schiphol całkowite przywrócenie ruchu pasażerskiego do poziomu sprzed pandemii możliwe będzie w roku 2023, a jeśli obostrzenia utrzymywane będą dłużej, to nawet w roku 2025.



## Połączenia do Polski



Warszawa, Chopin (7 dni w tygodniu)



Warszawa, Chopin (7 dni w tygodniu)

Kraków (7 dni w tygodniu)

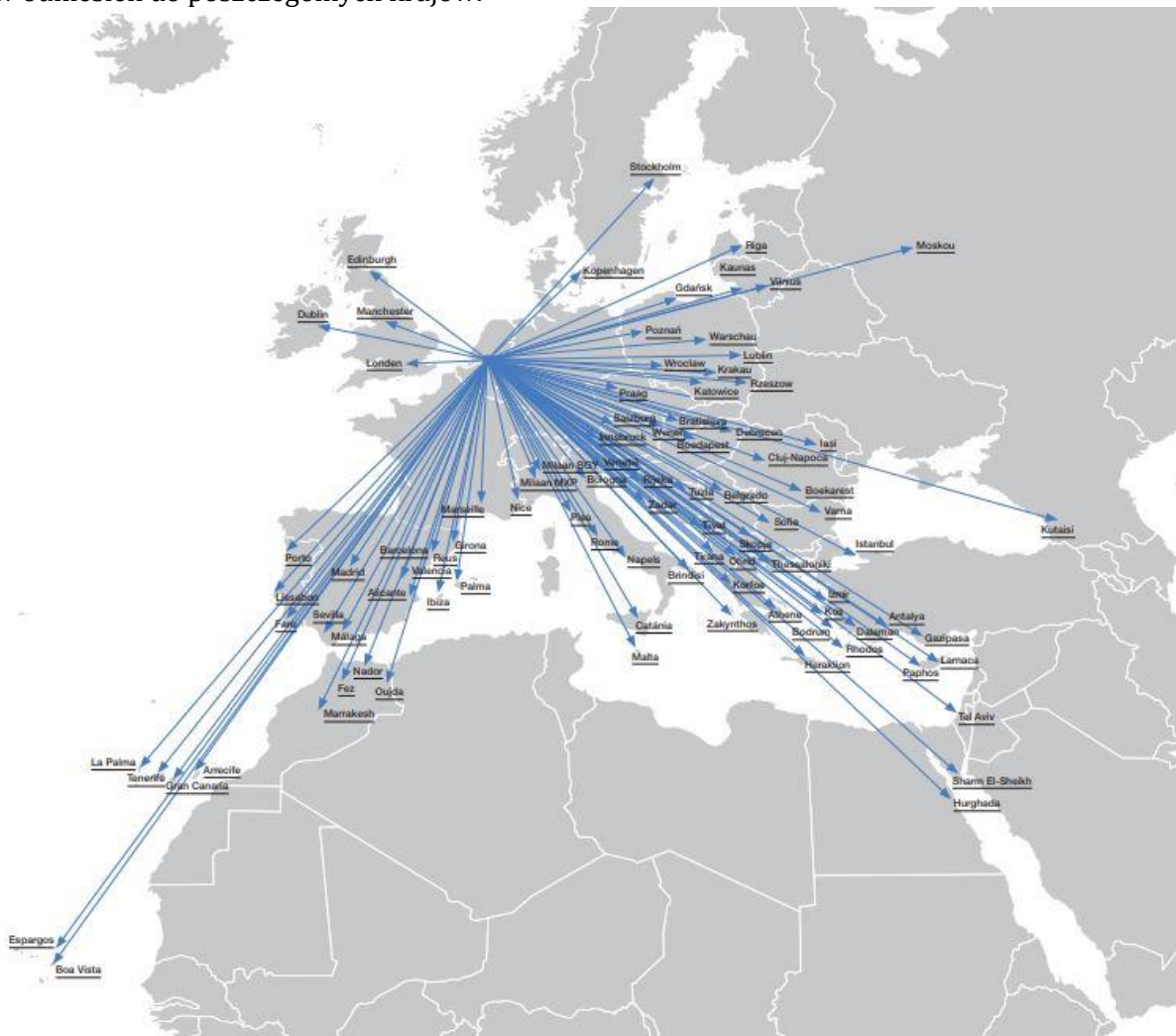
Gdańsk (7 dni w tygodniu)

Wrocław (7 dni w tygodniu)

Poznań (7 dni w tygodniu)

## Eindhoven Airport

Podobnie jak w przypadku lotniska Schiphol w Amsterdamie, również lotnisko w Eindhoven zanotowało drastyczny spadek w zakresie ruchu pasażerskiego w 2020 r. Jak wynika z opublikowanego raportu rocznego w 2020 r. z lotniska możliwe były połączenia do 79 destynacji (w tym Polska) w porównaniu z 89 destynacjami w roku 2019. Liczba pasażerów spadła o 69% z poziomu 6,7 mln w 2019 r. do 2,1 mln w roku 2020. Lotnisko nie publikuje szczegółowych danych w odniesień do poszczególnych krajów.



Siatka połączeń z lotniska Beethoven w 2020 r. – Źródło raport roczny za rok 2020 lotnisko Eindhoven

Zdaniem dyrektora generalnego lotniska rok 2021 będzie również pełen wyzwań, jeśli chodzi o działalność lotniska. Przedstawiciel portu lotniczego uważa, że dzięki powolnemu znoszeniu restrykcji oraz powszechności programu szczepień ruch pasażerski, zarówno wakacyjny, jak i biznesowy powoli zacznie wracać do normy. W pierwszej kolejności na pewno będzie dotyczyć to destynacji europejskich. Lotnisko przygotowane jest na podróże w sezonie letnim 2021 z zachowaniem wszelkich obowiązujących regulacji dotyczących bezpiecznego przemieszczania się.

#### Połączenia do Polski



Katowice (6 dni w tygodniu)  
Gdańsk (6 dni w tygodniu)  
Warszawa, Chopin (4 dni w tygodniu)  
Wrocław (4 dni w tygodniu)  
Poznań (2 dni w tygodniu)  
Lublin (2 dni w tygodniu)  
Rzeszów (2 dni w tygodniu)



Kraków (5 dni w tygodniu)  
Warszawa, Modlin (4 dni w tygodniu)



Kraków (4 dni w tygodniu)

### **INFORMACJE SZCZEGÓŁOWE**

#### **4.2. Połączenia kolejowe**

Od momentu zlikwidowania w 2016 r. jedyne, bezpośrednie połączenia kolejowe relacji Amsterdam Centralny – Warszawa, połączenia tego typu z Amsterdamu do polskich miast możliwe są jedynie z przesiadką w Berlinie. Podróż taka trwa około 13-15 godzin. Turyści holenderscy zainteresowani są bezpośrednim połączeniem pociągowym, co wiąże się zarówno z trendami dbałości o środowisko naturalne w momencie planowania i trwania wakacji, jak i traktowania podróży do celu jako części wakacji.

#### **4.3. Inne połączenia**

Podobnie jak w roku 2019, oprócz połączeń lotniczych alternatywnym sposobem podróżowania do Polski były przejazdy autokarami. Najbardziej popularnymi przewoźnikami na rynku były firmy takie jak: Eurotrans, Flixbus, Sindbad i Ecolines. Atrakcyjna cena biletu oraz połączenia do różnych miast Polski sprawiają, że w normalnych warunkach jest to często wybierana forma podróży do Polski. Dane za rok 2020 w zakresie szacunkowej ilości przewozów pasażerskich nie są ogólnodostępne.

## **5. Popyt na polskie produkty turystyczne**

Rok 2020 zaczynał się dla Polski bardzo dobrze: łącznie 83 holenderskich touroperatorów i biur podróży posiadało w swoich katalogach Polskę, oferując holenderskiemu klientowi 178 podróży do naszego kraju. Jednak w trakcie roku, po kolejnych lockdownach i wprowadzeniu restrykcji

przez Niderlandy i inne kraje oraz ogłoszeniu upadłości przez niektóre firmy, liczba ta zmalała do 78 touroperatorów posiadających w katalogach ofertę wyjazdową do Polski na 2020 rok.

Poluzowanie restrykcji w okresie wakacyjnym i nadzieja na lepszy 2021 rok, spowodowały zmianę w sposobie myślenia, a także powrót nadziei zarówno branży, jak i konsumentów. Holenderscy touroperatorzy poświęcili drugą połowę roku na analizę trendów i rynków w aspekcie podróży w erze post-pandemii, co dla Polski zaowocowało trzynastoma nowymi podmiotami branżowymi oferującymi wyjazdy do Polski w 2021 roku.

Podstawowy wpływ na sprzedaż polskich produktów turystycznych miały obowiązujące przepisy (np. kod czerwony dla danego kraju oznacza w Niderlandach zakaz wyjazdów turystycznych), zamykanie i otwieranie granic, możliwość lub brak transportu samolotowego.



Podróżowanie do Polski w celach turystycznych z Niderlandów było możliwe w okresach od 1.01-15.03 oraz od 15.06 do 13.10.2020 (w przybliżeniu przez 6,5 miesiąca) z zaznaczeniem, że od 15 czerwca do 13 października podróże odbywały się w zwiększonym rygorze bezpieczeństwa sanitarnego.

### **Przewozy autokarowe i wycieczki objazdowe autokarem po Polsce**

Holenderska branża autokarowa poniosła największe straty w związku z pandemią. Nawet w trakcie miesięcy letnich, gdy granice państw strefy Schengen były otwarte, obowiązujące przepisy i ograniczenia związane z reżimem sanitarnym uniemożliwiały lub utrudniały rentowny przewóz pasażerów i turystów. Dodatkowo sami klienci (grupa docelowa to osoby powyżej 50-ego roku życia) wykazywali dużą nieufność do długich podróży grupowych jednym, zamkniętym pojazdem. W rezultacie wielu touroperatorów wyspecjalizowanych w długich podróżach objazdowych autokarem do Polski zawiesiło sprzedaż swojej oferty zagranicznej na rok 2020. Dobrym przykładem jest tu renomowana firma autokarowa **OAD Reizen**. Były też firmy, które nie uniosły strat finansowych, np. touroperator **Dalstra Reizen**, specjalizujący się w podróżach autokarowych, w tym do Polski, ogłosił w 2020 roku upadłość.

Mniej ucierpiały same przewozy autokarowe – na przykład od 2.07.2020 firma FlixBus wznowiła przewozy autokarowe z Holandii do Polski, nie jest jednak znana liczba pasażerów przewiezionych w miesiącach letnich.

Pomimo ogromnych strat poniesionych w 2020 roku, branża podróży autokarowych przygotowała szeroką ofertę na rok 2021. Już od listopada 2020 można było rezerwować grupowe wyjazdy autokarem do Polski u touroperatorów Bolderman Excursiereizen (aż 6 nowych wycieczek autokarowych do Polski w 2021 roku), De Jong Intra Vakanties, Djoser, Effeweg, Maaskant Reizen, TUI. Pojawiły się także nowe biura podróży, które dodały Polskę do katalogów na 2021 rok: Veenstra Reizen, Ter Beek Reizen, Slangen Reizen, Hartbrug Reizen czy Estivant.

Co charakterystyczne, nowe oferty na objazdy autokarowe po Polsce w 2021 roku często mają miejsce w sezonie jesienno-zimowym.

### **Indywidualne podróże do Polski w ofertach touroperatorów**

Jednym z efektów pandemii COVID-19 były zmiany w formie oferowania polskich produktów turystycznych.

#### Wyjazdy grupowe sprzedawane jako indywidualne

Kilku touroperatorów zdecydowało się odejść od oferowania wyjazdów grupowych, zmieniając je na oferty wyjazdów indywidualnych, opracowano też nowe produkty dostosowane do potrzeb rynku w okresie pandemii.

Dobrym przykładem jest tu **Nederlandse Kampeer Club** oferujący grupowe wyjazdy do Polski kamperami, który zrezygnował z organizacji grupowych wyjazdów, proponując trasy na Polskę wraz z możliwością wycieczek rowerowych i pieszych.

Touroperator **Sunair Vakanties** wyjazdy grupowe na city trip do Polski zamienił na indywidualne city trip.

Touroperator **OAD Reizen**, specjalizujący się w podróżach objazdowych autokarem po Polsce, rezygnując ze sprzedaży wyjazdów grupowych, wprowadził do oferty nową podróż indywidualną na rowerach wzdłuż polskiego wybrzeża. Touroperator **Djoser** (wyjazdy grupowe) wprowadził do oferty indywidualne wakacje rowerowe w Polsce.

#### Poszerzanie już istniejących ofert turystyki indywidualnej

Touroperatorzy posiadający już polską ofertę dla turystów indywidualnych w katalogach poszerzali ją o nowe wycieczki i możliwości. Dobrym przykładem jest touroperator **Trailfinders Ruitervakanties**, wyspecjalizowany w podróżach dla miłośników turystyki konnej. Do trzech istniejących ofert wakacji konnych w Polsce dodano 4 nowe oferty.

Liczbę ofert do Polski dla turystów indywidualnych zwiększyli także touroperatorzy **TUI** (city trip własnym samochodem), **Eurocult** (wakacje własnym samochodem), **Kloosterreizen** (pobyty w Polsce własnym samochodem) czy **Mozaik Reizen** (3 nowe oferty wakacji rowerowych w Polsce).

#### Turystyka kempingowa

Biura podróży i organizacje oferujące do tej pory grupowe wyjazdy kamperami do Polski, takie jak ANWB Kampeerreizen czy Nederlandse Kampeerauto Club zamiast wyjazdów grupowych, sprzedawały w 2020 roku wyjazdy indywidualne kamperami do Polski. Do ich grona dołączyły dwie nowe organizacje: Tailormade expeditions oraz Via Toga z ofertą na 2021 rok.

#### Oferta polska po raz pierwszy w katalogach

Touroperatorzy wyspecjalizowani w podróżach indywidualnych lub przyrodniczych, którzy jeszcze do tej pory nie sprzedawali wyjazdów do Polski, w 2020 roku dodali Polskę do swojej oferty katalogowej (przy czym oferta najczęściej tyczyła się wyjazdów w 2021 roku, rzadziej w 2020).

Biuro podróży **All for Nature** dodało ofertę wyjazdu do Białowieży, jeszcze w 2020 roku.

Biuro **Untamed Reizen** po raz pierwszy wprowadziło Polskę do katalogu oferując aż dziewięć tras w 2021 roku (Karpaty, Mazury, Białowieża, Biebrza, region Lubelski, Małopolska, Trasa kulinarna i inne).

Nowi touroperatorzy **Sawadee**, **Buro Scanbrit** oraz **Shoestring** oferują indywidualne podróże po Polsce w 2021 roku pociągiem lub własnym transportem.

Podsumowując, w roku 2020 na pandemii najbardziej ucierpiały polskie produkty turystyczne oparte o podróże objazdowe autokarem, a najmniej turystyka kempingowa, aktywna i podróże objazdowe własnym samochodem. Trudno jednak mówić o tym, aby któraś branża zyskała, biorąc pod uwagę ogromny spadek liczby przyjazdów do Polski.

Pozytywnym dla Polski efektem długiego zamknięcia rynku dalekich podróży z terenu Niderlandów jest z pewnością zwiększone zainteresowanie polską ofertą turystyczną wśród biur podróży i operatorów, którzy w poszukiwaniu bliskich, a mniej znanych destynacji docenili walory turystyczne naszego kraju wprowadzając polską ofertę po raz pierwszy do swoich katalogów oraz zwiększając liczbę już istniejących ofert na 2021 rok.

#### **Kanały sprzedaży**

Polska oferta wyjazdów zorganizowanych i indywidualnych w 2020 roku dostępna była w katalogach touroperatorów zarówno w formie drukowanej, jak i w katalogach internetowych.

#### Współpraca z branżą holenderską

Od stycznia do 15 marca (okres, gdy jeszcze można było jeździć turystycznie do Polski) charakteryzował się typowym dla branży turystycznej zachowaniem w zakresie promocji

sprzedawanych ofert. Poprzez kanały na social media, wysyłkę newsletterów czy ogłoszenia drukowane zachęcano klientów do rezerwacji wycieczek i wyjazdów, koncentrując się na najbliższych wakacjach szkolnych (termin majowy). Wiele rodzin zmęczonych sezonem zimowym wyjeżdża w tym okresie na wakacje do Hiszpanii lub Francji (preferowane są destynacje „słoneczne”), dużym zainteresowaniem cieszą się także krótsze city trips oraz trasy objazdowe własnym samochodem i podróże kamperem dla starszej grupy wiekowej. Holenderska branża turystyczna chętnie współpracuje z zagranicznymi ośrodkami informacji turystycznej poszczególnych krajów, aby zmniejszyć swoje koszty.

ZOPOT Amsterdam w planie na 2020 rok miał kilka projektów przeprowadzanych wspólnie z branżą, jednak ze względu na pandemię nie wszystkie udało się zrealizować (np. ze względu na obostrzenia sanitarne przełożono kampanię promocyjną z **OAD Reizen**, firmą specjalizującą się w objazdach autokarowych i posiadającą szeroką ofertę na Polskę).

Jednym z działań, które zostało przeprowadzone częściowo w lutym 2020 roku (artykuł w wysokonakładowym magazynie Kampioen o zasięgu 2,5 miliona i newslettery), a następnie we wrześniu (wysyłka newsletterów i posty na social media), była wspólna promocja indywidualnych podróży samochodem do Polski z touroperatorem **Pharos Reizen**. Kampania dotarła łącznie do ponad 2,6 miliona Holendrów.

Dużym sukcesem była także kampania prowadzona wspólnie z organizacją **ACSI**, specjalizującą się w turystyce kempingowej, która dotarła do 300 000 osób posiadających własne kampery. Szczegółowy opis kampanii znajduje się w punkcie 6.

### Targi turystyczne

W styczniu ZOPOT Amsterdam brał udział w organizowanych w Utrechcie 5-dniowych, największych turystycznych targach branżowo-konsumenckich na terenie Holandii, Vakantiebeurs. ZOPOT Amsterdam uczestniczył zarówno w dniu branżowym, jak i dniach konsumenckich, zapraszając do udziału polskie miasta i regiony w celu promocji lokalnych produktów turystycznych, a także branżę polską i holenderską. Dodatkowo polskie produkty turystyki wędrowniej i rowerowej promowane były także na targach specjalistycznych Fiets & Wandelbeurs w lutym.

Należy zaznaczyć, że zarówno targi Vakantiebeurs, jak i Fiets & Wandel były w 2020 roku ostatnimi targami turystycznymi, które odbyły się w niezmienionej formie. Po zanotowaniu pierwszego przypadku COVID-19 w Niderlandach 27 lutego i ogłoszeniu restrykcji sanitarnych 15 marca, wszystkie imprezy masowe w Niderlandach odwołano.

### Popularność Polski jako destynacji turystycznej

W ogólnodostępnych na terenie Niderlandów badaniach z zakresu turystyki wyjazdowej nie ma szczegółowych danych na temat Polski (klasyfikuje się ona w kategorii „inne kraje europejskie”). Ze względu na sytuację pandemiczną, a co za tym idzie znaczne ograniczenia w możliwościach podróżowania publikowane dane za rok 2020 są bardzo szczątkowe. Wiedza na temat popularności Polski jako destynacji turystycznej opiera się zatem na:

- prowadzonej działalności w zakresie informacji turystycznej,
- kontaktach z konsumentami w czasie imprez targowych,
- opiniach i komentarzach użytkowników mediów społecznościowych, obserwujących konta Facebook, Twitter i Instagram Ośrodka,
- oraz danych wynikających z ankiet, rozsyłanych wraz z pakietami informacyjnymi lub wypełnionych na targach.

Zebrane w ten sposób dane (ze względu na ich ilość) nie są reprezentatywne dla całego społeczeństwa holenderskiego, niemniej jednak ich wyniki pokrywają się ze sobą i pozwalają na wysnucie podobnych konkluzji.

## Informacja turystyczna – podsumowanie za rok 2020

Ośrodek w Amsterdamie prowadzi działalność w postaci klasycznej informacji turystycznej, udzielając odpowiedzi na zapytania drogą telefoniczną, mailową lub też wysyłając pakiety z broszurami. Pomimo sytuacji wywołanej pandemią COVID-19, w 2020 r. ponownie zwiększyła się, w porównaniu do lat ubiegłych, ilość wysyłanych pakietów. Wiąże się to zarówno z zainteresowaniem Polską jako destynacją turystyczną ze strony samych holenderskich turystów, jak i prowadzonymi przez Ośrodek działaniami promocyjnymi. Ze względu na odległość Polska była i jest krajem, który można odwiedzić w bezpieczny sposób własnym środkiem transportu, nie poświęcając zbyt wiele czasu na podróż do miejsca przeznaczenia. Zdaniem Holendrów Polska to kraj atrakcyjny cenowo, oferujący szeroki wachlarz możliwości spędzania wolnego czasu i wciąż mało odkryty.

Pomimo ograniczeń w podróżowaniu turyści holenderscy czekali na otwarcie polskiej granicy i możliwość wyjazdu wakacyjnego do naszego kraju. Zainteresowanie Polską i jej ofertą wyrażali także podczas odwiedzania polskiego stoiska na targach turystycznych Vakantiebeurs oraz Fiets en Wandelbeurs. Imprezy te odbyły się jeszcze na początku 2020 r., zanim zapanowały ograniczenia związane z COVID-19.

### Wysyłka pakietów - zapytania

Mimo panujących obostrzeń i zmieniających się zasad podróżowania, Ośrodek otrzymywał na przestrzeni roku bardzo wiele zapytań o produkty turystyczne, co przełożyło się na wysyłkę **695 pakietów** informacyjnych.

Najwięcej zapytań, a co za tym idzie wysłanych pakietów dotyczyło turystyki kamperowej i kempingowej. Wiąże się to zarówno z faktem, że Holendrzy od dawna chętnie zabierają swoje „mobilne domy” na wyjazdy wakacyjne i już wcześniej zaczęli odkrywać Polskę pod tym kątem, jak i z prowadzoną przez Ośrodek kampanią promocyjną we współpracy ze stowarzyszeniem ACSI w tym zakresie. Z wyżej wspomnianej liczby wysłanych pakietów, 402 dotyczyły tematyki kamperowej i kempingowej.

- Najbardziej popularne produkty

Niewątpliwą popularnością cieszyła się turystyka aktywna (trasy rowerowe, trasy piesze, wędrówki po górach, turystyka wodniacka) oraz związany z nią odpoczynek na łonie przyrody (parki narodowe, rezerваты przyrody, osobliwości przyrodnicze). Na kolejnych miejscach, jeśli chodzi o zapytania tematyczne znalazły się: polskie miasta, zabytki UNESCO (w szczególności Puszcza Białowieska, Kopalnia Soli w Wieliczce, Muzeum Auschwitz oraz Zamek Malbork) oraz zamki i pałace. Nadal niekorzystną popularnością na terenie Niderlandów cieszy się tematyka SPA i Wellness. W 2020 r. Ośrodek otrzymał tylko 4 zapytania w tym zakresie.

- Popularne miasta

Największym zainteresowaniem spośród polskich miast nadal cieszy się Kraków, następnie na kolejnych miejscach znajdują się odpowiednio Warszawa, Gdańsk, Wrocław i Poznań. Do tego powoli zaczynają dołączać Łódź i Katowice, co może świadczyć o tym, że turyści holenderscy zaczynają szukać i odkrywać mniej znane, a równie ciekawe aglomeracje.

- Popularne regiony

Jeśli chodzi o popularne regiony to wciąż na pierwszym miejscu znajduje się Małopolska. Region ten przyciąga Holendrów nie tylko ze względu na Kraków i zabytki z listy UNESCO, ale także jest atrakcyjny jako miejsce do uprawiania turystyki aktywnej i podziwiania piękna przyrody. Na drugim miejscu plasuje się Dolny Śląsk. Ten region wybierany jest głównie przez amatorów wycieczek pieszych po Karkonoszach, zainteresowanych zabytkami Doliny Pałaców i Ogrodów czy też przez osoby fascynujące się tajemnicami, związanymi z II wojną światową. Warto podkreślić, że dużym zainteresowaniem cieszy się Pałac Marianny Orańskiej, znajdujący się w Kamieńcu Żąbkowickim. Trzecim regionem, chętnie wybieranym przez turystów holenderskich

jest Pomorze. Tu także ogromną rolę odgrywa przyroda, wypoczynek aktywny (trasy rowerowe), a także zabytki i atrakcje Trójmiasta i mniejszych miejscowości. Na kolejnych miejscach znajdują się Zachodniopomorskie, Śląskie, Warmińsko – Mazurskie i Podlaskie. W zapytaniach, w ramach planowanych tras objazdowych, pojawiają się również inne polskie regiony, jednak tylko jako elementy dłuższej podróży, a nie docelowe miejsca wypoczynku. Holendrzy bardzo doceniają możliwość otrzymywania broszur pocztą i często przesyłają podziękowania po ich otrzymaniu.

- Informacja w sprawie obowiązujących obostrzeń

Warto podkreślić, że w okresie trwającej pandemii Ośrodek spełniał i spełnia nadal ważną funkcję w informowaniu o obowiązujących regulacjach i możliwościach podróżowania. Drogą telefoniczną czy mailową trafiały zapytania dotyczące konkretnych przypadków osób, które musiały pojechać do Polski w tym trudnym okresie czy też wrócić z niej do Holandii. Pracownicy Ośrodka starali się udzielać jak najpełniejszych informacji lub wyszukiwać instancje pomocne w rozwiązywaniu zaistniałych sytuacji.

#### Analiza ankiet rozsyłanych drogą pocztową

W porównaniu do ilości rozesyłanych pakietów z materiałami promocyjnymi (695), z których każdy zawierał prośbę o wypełnienie ankiety, w roku 2020 ZOPOT otrzymał jedynie 67 sztuk zwrotnie (co stanowi 9,6% w odniesieniu do liczby wysyłek). Jest to poprawa w stosunku do roku ubiegłego, niestety ilość zebranych w ten sposób opinii nie jest nadal reprezentatywna dla rynku, na którym działa Ośrodek.

Skrótowe wnioski wynikające z analizy wypełnionych ankiet:

- ponad 90% ankietowanych to osoby powyżej 50 roku życia;
- znajomość Polski – ponad połowa ankietowanych była już w Polsce i deklaruje dobrą lub podstawową znajomość naszego kraju;
- plany wyjazdowe – prawie połowa respondentów zadeklarowała, że na pewno odwiedzi Polskę; podobna grupa rozważała taką możliwość;
- zdecydowana większość respondentów ocenia, że: Polska posiada liczne, interesujące atrakcje, ma piękną przyrodę, jest krajem bezpiecznym, gościnnym i nowoczesnym; ankietowani oceniają, że łatwo jest zorganizować wyjazd do Polski, a stosunek cen do jakości oferowanych usług jest bardzo dobry; nadal najtrudniejszą dla ankietowanych jest ocena atrakcyjności wydarzeń kulturalnych;
- ponad 90% deklaruje długie, trwające ponad tydzień pobyty w Polsce w celach głównie turystycznych;
- jako główne cele wizyty w Polsce ankietowani wskazują: odwiedzanie miast, atrakcje przyrodnicze i wyjazdy typu objazdowego po kraju;
- noclegi – najczęściej wybieranymi przez ankietowanych w 2020 roku typami noclegów były nadal hotele i kempingi;
- ankietowani jadąc do Polski korzystają przede wszystkim z własnych samochodów, odbywają podróż kamperem lub przylatują samolotem;
- większość respondentów samodzielnie organizuje sobie pobyt w Polsce, korzystając z informacji dostępnych w Internecie; tylko niewielka grupa korzystała z usług biur podróży;
- odwiedziny u naszej konkurencji – odpowiadając na pytanie dotyczące wyjazdów do krajów sąsiadujących z Polską, ankietowani na pierwszym miejscu wskazują Czechy, następnie Węgry, Słowację oraz tzw. kraje nadbałtyckie: Litwę, Łotwę i Estonię.

Wyniki te pokrywają się w znacznej mierze z danymi uzyskanymi z ankiet wypełnianych w Internecie, które dostępne są na portalu poland.travel.

#### Skrócone badania ankietowe w czasie targów Vakantiebeurs 2020

Podobnie jak w latach 2018 i 2019 r. również i w roku 2020 ZOPOT Amsterdam przeprowadził skrócone badania ankietowe podczas targów Vakantiebeurs w Utrechcie. Wypełnienie ankiety

połączone było z konkursem organizowanym wspólnie z LOT Polish Airlines. W czasie imprezy targowej udało się zgromadzić 221 poprawnie wypełnionych formularzy. Pomimo, że taka ilość zgromadzonych nie jest również reprezentatywna to formuła pomaga w aspekcie uzyskiwania opinii o Polsce jako destynacji turystycznej i będzie, w miarę możliwości kontynuowana w kolejnych latach. Wyniki badań pokrywają się z odpowiedziami z ankiet nadsyłanych do Ośrodka. Wiąże się to na pewno z faktem, że grupa wiekowa osób odwiedzających targi, to ta sama grupa, która w klasyczny sposób nadal poszukuje informacji o destynacji, wysyłając zapytania do ZOPOT Amsterdam.

## 6. Analiza wybranych działań

### Kampania „Do Polski na kemping”

Zagraniczny Ośrodek Polskiej Organizacji Turystycznej w Amsterdamie przeprowadził w 2020 roku dwie bardzo udane kampanie promocyjne, zapraszając Holendrów do odwiedzenia w nadchodzącym sezonie kempingów w Małopolsce i na Dolnym Śląsku. Działanie przeprowadzono we współpracy z holenderską organizacją ACSI, specjalizującą się w turystyce kempingowej.

#### Ontdek de schoonheid van Klein-Polen



In Polen zijn alle campings op dit moment geopend. Wanneer de grenzen voor buitenlandse toeristen opengaan is nog niet precies bekend, maar inspiratie opdoen kan natuurlijk al wel.

Laat u bijvoorbeeld inspireren door de provincie Malopolska, wat Klein-Polen betekent. U vindt hier een schat aan cultuur en natuur, zonder dat u de hoofdprijs betaalt. Vraag nu meer informatie aan over deze regio en maak kans op een leuke prijs!



Maak kans



#### Groots genieten in Klein-Polen

In het zuiden van Polen ligt de provincie Malopolska, wat Klein-Polen betekent. Je vindt hier een schat aan cultuur en natuur, zonder dat je de hoofdprijs betaalt. Ontdek jij alle pareltjes van dit stukje Polen?

Breukel Heil Heilische Krakau, drompel je onder in de natuur van het Tatraergebte en daal af in de zonnrijven van Bochnia of Wieliczka. [Kampanen in Klein-Polen](#), biedt voor iedere kampeerder wat wilt. Vraag nu je informatiepakket aan en maak kans op mooie prijzen!

Lees meteen verder

BEZIELEN | MAŁOPOLSKA, POLSKA | TRUST 740 01 800 0301 0300 014

## Klein-Polen Groots én goedkoop

IN HET ZUIDEN VAN POLEN LIGT DE PROVINCIE MAŁOPOLSKA, WAT KLEIN-POLEN BETEKENT. VOOR LIEFHEBBERS VAN CULTUUR EN NATUUR HEEFT DE PROVINCIE VEEL GROOITE BEZIENSWAARDIGHEDEN. ZO VIND JE ER DE MOOISTE STAD VAN HET LAND EN HET SPECTACULAIRE TATRAGEBERGTE MET ZIJN HOGE PIEKEN. DE PRUIZEN DAARTEGEN ZIJN KLEIN, WAT KLEIN-POLEN TOT EEN JAANTREKKELIJKE VAKANTIEBESTEMMING MAAKT.



#### DE GRANIEUR VAN KRAKAU

Wie er naar Krakau, de hoofdstad van de regio, reisereis de historische binnenstad van Polen. De plaats waar de architectuur van de 14e eeuw en de 16e eeuw samenkomt. Het is een unieke combinatie van oude en nieuwe architectuur. De stad is een van de best bewaarde oude steden in Europa. Het is een unieke combinatie van oude en nieuwe architectuur. De stad is een van de best bewaarde oude steden in Europa.

compleet hoog met de rijkdom van de historische gebouwen. Het is een unieke combinatie van oude en nieuwe architectuur. De stad is een van de best bewaarde oude steden in Europa. Het is een unieke combinatie van oude en nieuwe architectuur. De stad is een van de best bewaarde oude steden in Europa.

MAŁOPOLSKA, POLSKA | BEZIELEN

#### SPECTACULAIRE NATUUR

De natuur in Klein-Polen is een schat aan cultuur en natuur. Het is een unieke combinatie van oude en nieuwe architectuur. De stad is een van de best bewaarde oude steden in Europa. Het is een unieke combinatie van oude en nieuwe architectuur. De stad is een van de best bewaarde oude steden in Europa.



#### PAUSELIJK GEWAS

De heerlicheit van Polen is de natuur. Het is een unieke combinatie van oude en nieuwe architectuur. De stad is een van de best bewaarde oude steden in Europa. Het is een unieke combinatie van oude en nieuwe architectuur. De stad is een van de best bewaarde oude steden in Europa.



#### REIZEN VAN HOUT

De heerlicheit van Polen is de natuur. Het is een unieke combinatie van oude en nieuwe architectuur. De stad is een van de best bewaarde oude steden in Europa. Het is een unieke combinatie van oude en nieuwe architectuur. De stad is een van de best bewaarde oude steden in Europa.

#### ACSI-INSPECTEURS GAAN EN HOOGBOEM

Wie er naar Krakau, de hoofdstad van de regio, reisereis de historische binnenstad van Polen. De plaats waar de architectuur van de 14e eeuw en de 16e eeuw samenkomt. Het is een unieke combinatie van oude en nieuwe architectuur. De stad is een van de best bewaarde oude steden in Europa. Het is een unieke combinatie van oude en nieuwe architectuur. De stad is een van de best bewaarde oude steden in Europa.

compleet hoog met de rijkdom van de historische gebouwen. Het is een unieke combinatie van oude en nieuwe architectuur. De stad is een van de best bewaarde oude steden in Europa. Het is een unieke combinatie van oude en nieuwe architectuur. De stad is een van de best bewaarde oude steden in Europa.



"Een jaar ontdekken we weer wat nieuws"






Weet jij al waar je volgend jaar gaat kamperen? | Win een reisgids  
Als je deze e-mail niet goed ontvangt, [klik dan hier voor de webversie](#)

**ACSI FreeLife** Alles voor de kampeerder

Bekijk de laatste updates over het coronavirus op onze speciale pagina



ACSI FreeLife wenst je prettige feestdagen en een gezond en gelukkig 2021!

### Een kerst vol kampeerinspiratie

Nog maar heel even en dan gaat 2021 van start. Net als jij hopen we dat er volgend jaar weer meer mogelijk is op vakantiegebied. Doe daarom inspiratie op met ACSI FreeLife en kom alvast in de stemming!

Wat te denken van het Zwitserse kanton Graubünden? Hoofdstad Arosa is een prachtige wintersportbestemming en kuuroord. Verder is de natuur nog ongerept, er leven zelfs nog beren. Compleet anders, maar minstens zo mooi, zijn Ierland en Noord-Ierland. Dit groene eiland met ruige kustlijn is ideaal om te ontdekken per camper. Wat is jouw favoriet?

**Veel meer reistbestemmingen**

**CARAVANS**  
**Afgesleten caravanbanden**  
Niemand zit te wachten op versleten caravanbanden, zeker niet als ze scheef zijn afgesleten. Eric van Velse uit Purmerend overkwam het helaas. Hij wil van jou weten waarmee dit te maken kan hebben en of het aanschaffen van banden met een hogere load-index zinnig is.  
[Reageer op dit artikel](#)  
[Lees verder](#)

**Advertorial**  
**Win een reisgids over Polen**  
Wandelen in het Reuzengebergte, eeuwenoude kastelen bezoeken of cultuur snuiven in Wrocław. De gastvrije Poolse regio Neder-Silezië ligt op minder dan 1.000 km van Utrecht.  
Vraag nu een gratis informatiepakket aan en doe inspiratie op voor een vakantie in Polen in 2021. Onder de aanvragers worden 20 Michelin-reisgidsen Polen verloot.  
**Maak kans**

**ACSI FREELIFE TESTTOUR**  
**Nieuw jaar, nieuw team!**  
Bijna alle video's van Harm en Sophia, het testteam Actievelingen, staan online. Blik daarom nog één keer terug op hun reis door Karimbië. Vanaf januari is het de beurt aan de gezinskampeers. Dit jaar is dat testteam de familie Toorenburg uit Beuningen. Houd onze website in de gaten voor al hun avonturen.  
[Reageer op dit artikel](#)  
[Lees verder](#)

**KAMPEERARTIKEL**  
**Compacte campingfiets**  
Een compacte fiets is erg handig op vakantie. Even een rondje over de camping, boodschappen doen of een langere tocht maken; het kan allemaal! Cube heeft twee nieuwe modellen e-bikes: de Compact Hybrid en Compact Hybrid Sport. Lees wat deze twee e-bikes zo geschikt maakt voor op reis.  
[Reageer op dit artikel](#)  
[Lees verder](#)

**Bekijk ook**

- Nieuws: Caravana 2021 gaat helaas niet door
- Warm winterkamperen doe je met deze winterjas


**CARAVANS** **FRANCIË VRAAG?** **FREELIFE 1-2021 IS UIT!**

Je ontvangt deze e-mail op: [f.maladras](mailto:f.maladras)  
[ACSI FreeLife.nl](#) • [Afmelden](#) • [Klantenservice](#)


© 2021 ACSI FreeLife - All Rights Reserved.

**Neder-Silezië: onontdekte en veelzijdige kamperbestemming**

Silezië is een van de meest populaire vakantiegebieden in Oost-Europa. Het is een regio met een rijke geschiedenis, prachtige natuur en veelzijdige kamperbestemmingen. De regio is ideaal voor kampeers die op zoek zijn naar een unieke vakantie.




**Zwitserscheitsland**  
Een prachtig landschap met bergen, meren en historische dorpen. Het is een perfecte plek voor een winterse vakantie met veel mogelijkheden voor kamperen.




**Austerlitz poparcos**  
Een prachtig landschap met bergen, meren en historische dorpen. Het is een perfecte plek voor een winterse vakantie met veel mogelijkheden voor kamperen.


**Wrocław - Sted en van te voren**




**Utrecht valt twee keer breder brugge**  
Een prachtig landschap met bergen, meren en historische dorpen. Het is een perfecte plek voor een winterse vakantie met veel mogelijkheden voor kamperen.




**Kuuderen in het Amstegebergte**




**Beide van Kasteel en Talleen**




**Hydroneur Travelling**




**Erken met Best**



**Zelfs moer water de grond**



**Gezinsle vakantie van Polen**



**Waarom kamperen in Polen?**  
Polen is een prachtig land met veel mogelijkheden voor kamperen. Het is een perfecte plek voor een winterse vakantie met veel mogelijkheden voor kamperen.

**Praktisch info Polen**  
Een reisgids over Polen met alle informatie die je nodig hebt voor een vakantie in Polen. De reisgids bevat informatie over de beste kamperbestemmingen, de beste tijd om te kamperen en de beste manier om te kamperen.

**Kamperen in Polen**  
Een reisgids over Polen met alle informatie die je nodig hebt voor een vakantie in Polen. De reisgids bevat informatie over de beste kamperbestemmingen, de beste tijd om te kamperen en de beste manier om te kamperen.

**Geen informatiepakket**  
Een reisgids over Polen met alle informatie die je nodig hebt voor een vakantie in Polen. De reisgids bevat informatie over de beste kamperbestemmingen, de beste tijd om te kamperen en de beste manier om te kamperen.

**ACSI FreeLife**

**Wat zeggen de ACSI-inspecteurs?**  
De ACSI-inspecteurs hebben de reisgids over Polen getoetst en zijn erachter gekomen dat het een uitstekende reisgids is. Het bevat alle informatie die je nodig hebt voor een vakantie in Polen.

**Praktisch info Polen**  
Een reisgids over Polen met alle informatie die je nodig hebt voor een vakantie in Polen. De reisgids bevat informatie over de beste kamperbestemmingen, de beste tijd om te kamperen en de beste manier om te kamperen.

**Kamperen in Polen**  
Een reisgids over Polen met alle informatie die je nodig hebt voor een vakantie in Polen. De reisgids bevat informatie over de beste kamperbestemmingen, de beste tijd om te kamperen en de beste manier om te kamperen.

**Geen informatiepakket**  
Een reisgids over Polen met alle informatie die je nodig hebt voor een vakantie in Polen. De reisgids bevat informatie over de beste kamperbestemmingen, de beste tijd om te kamperen en de beste manier om te kamperen.

**ACSI FreeLife**

**Je ontvangt deze e-mail op: [f.maladras](mailto:f.maladras)**  
**[ACSI FreeLife.nl](#) • [Afmelden](#) • [Klantenservice](#)**

© 2021 ACSI FreeLife - All Rights Reserved.

Królestwo Niderlandów to od zawsze kraj miłośników turystyki kempingowej – aż **3,5 miliona Holendrów podróżuje w ten sposób**. Okres pandemii spowodował, że turystyka kempingowa jeszcze bardziej zyskała na popularności. Bardzo wielu Holendrów posiada własne kampery, na które popyt rekordowo wzrósł w 2020 roku. Holenderscy turyści na nadchodzący sezon szukają destynacji atrakcyjnych, posiadających bogate dziedzictwo przyrodnicze, bezpiecznych i niezbyt odległych od domu. Sukces obydwu kampanii potwierdza, że w oczach Holendrów Polska posiada ogromny potencjał w zakresie turystyki kempingowej i jest destynacją z powodzeniem spełniającą wszystkie powyższe warunki.

Organizacja ACSI specjalizuje się w udzielaniu informacji w tematyce kempingowej od 1965 roku, szeroko działając na rynku europejskim. Oddział ACSI w Królestwie Niderlandów publikuje przewodniki kempingowe, magazyny, prowadzi ożywioną działalność w Internecie poprzez portal, social media i aplikacje zamieszczające praktyczne informacje z zakresu turystyki kempingowej. ACSI Touroperating organizuje grupowe podróże objazdowe dla miłośników turystyki kempingowej, między innymi do Polski.

ACSI prowadzi także ewaluację kempingów, rocznie ponad 330 inspektorów wyrusza w trasę, aby ocenić 10 000 kempingów. Rekomendacje inspektorów włączane są do kampanii promocyjnych w celu powiększenia zaufania konsumenta. Poprzez portal ACSI i Eurocampings można dokonać bezpośredniej rezerwacji pobytu na polskim kempingu.

W roku 2021 ZOPOT Amsterdam planuje kolejną kampanię we współpracy z ACSI, zachęcającą Holendrów do turystyki kempingowej w Polsce, odwiedzenia parków narodowych i kolejnych regionów. Bardzo ciekawym i nowatorskim elementem kampanii z ACSI będzie możliwość promocji tras dla kamperów w formacie GPX, które zostaną wprowadzone do aplikacji TOMTOM w języku angielskim. Mamy możliwość zaprezentowania w taki sposób 10 tras, które będą służyć nie tylko holenderskim turystom, ale wszystkim cudzoziemcom podróżującym kamperami.

Promocja w nadchodzącym okresie turystyki kempingowej w Królestwie Niderlandów ma głęboki sens, także w aspekcie organizowanych w sierpniu 2023 roku zjazdu Światowej Federacji Kampingu i Karawangu w Warszawie i międzynarodowego Rally w Małopolsce i Koziencach.

### **Targi turystyczne Fiets en Wandelbeurs wraz z działaniami promocyjnymi online**

Ponad 41 tysięcy odwiedzających to bilans targów turystyki aktywnej Fiets en Wandelbeurs, które odbyły się w dniach 28.02-1.03.2020 r. w Utrechcie. Przez trzy dni odwiedzający mieli możliwość zapoznać się z ofertą tras rowerowych, wędrownych oraz sprzętu sportowego. Naturalnie na targach nie zabrakło Polski. Na stoisku Polskiej Organizacji Turystycznej prezentowane były nowe trasy rowerowe Velo Małopolska i ogólne informacje na temat atrakcji i turystyki aktywnej. Na targach nie zabrakło też stoiska regionów Green Velo. Oprócz uzyskania tradycyjnych materiałów, broszur i map, zainteresowani mogli lepiej zapoznać się z trasami dzięki nowoczesnym technologiom. Na stoisku Velo Małopolska ustawiono trener i olbrzymi ekran ledowy, dzięki czemu odwiedzający mogli odbyć wirtualną przejażdżkę po ścieżkach rowerowych Małopolski. Green Velo proponowało zaś kino 5D Green Velo, które zabierało oglądających w podróż po trasach Polski Wschodniej.



Odbyła się również specjalna prezentacja pod hasłem „Małopolska Cycling Challenge”, na której eksperci z regionu opowiadali o nowych trasach rowerowych i udzielali praktycznych porad dotyczących organizacji aktywnego wyjazdu do Polski.

Targi Fiets en Wandelbeurs to w Europie największa tego typu impreza skierowana do turysty zainteresowanego tematyką rowerową i wędrowną. Są one dla wielu Holendrów wyznacznikiem trendów wyjazdowych oraz rozpoczynają sezon planowania aktywnych wakacji. Biorąc pod uwagę fakt, że aktywny wypoczynek jest dla turystów holenderskich bardzo ważnym aspektem, to obecność na tego typu imprezie i możliwość zaprezentowania oferty w takim zakresie należy do priorytetów w działalności Ośrodka w Amsterdamie.

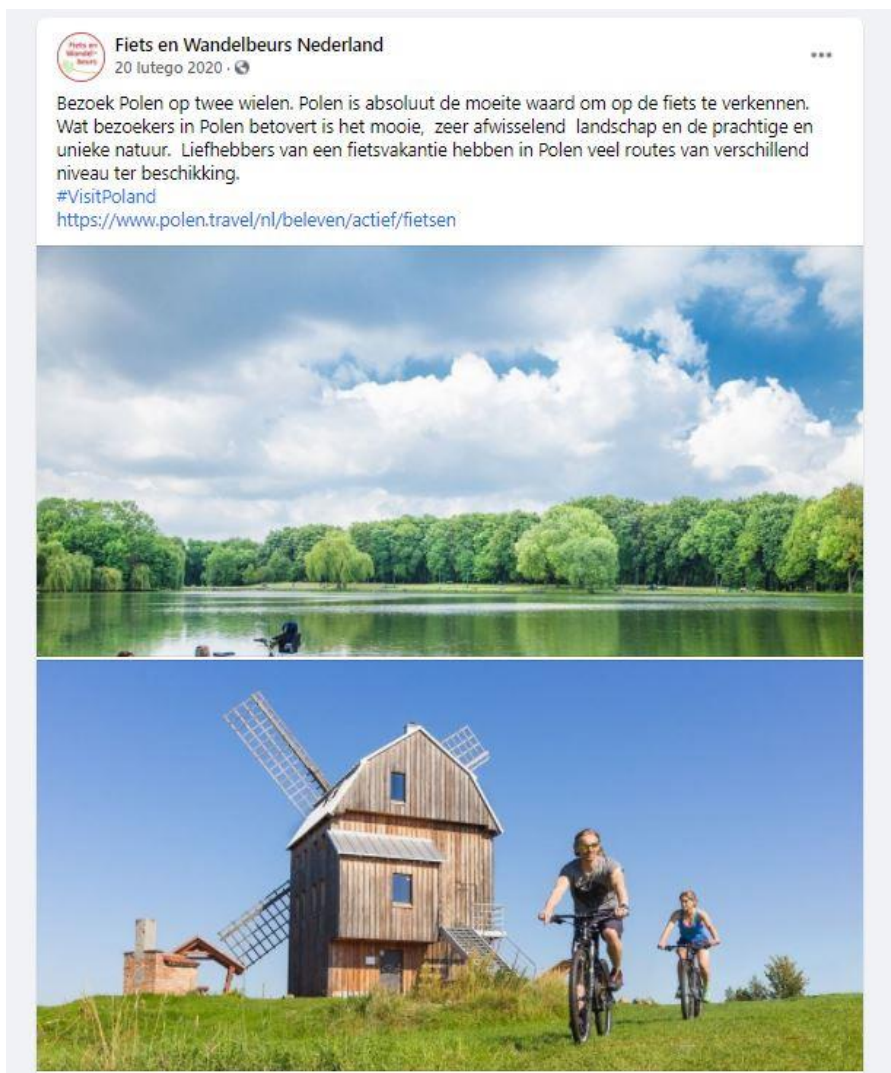


Celem wzmocnienia obecności na wydarzeniu, ZOPOT Amsterdam wykupił również pakiet działań promocyjnych online. W pakiecie znalazły się: artykuł w newsletterze rozsyłanym na 15 tys. adresów, artykuł na stronie Fiets en Wandelbeurs z przekierowaniem do specjalnego magazynu targowego Hiclezine (70 tys. unikalnych wejść) oraz promocja poprzez social media (Facebook, Twitter oraz Instagram). Akcja trwała 3 miesiące obejmując termin targów Fiets en Wandelbeurs. Kampania dotarła do 93 tysięcy odbiorców. W komunikacji eksponowano tematy związane z regionami, które uczestniczyły w targach. Dodatkowo do promocji dołączono trasy rowerowe z innych części Polski, które mogą być bardzo atrakcyjne dla turystów holenderskich - trasy na wybrzeżu R10, w województwie śląskim – rowerowy Szlak Orlich Gniazd, a z terenu

Wielkopolski – Szlak Stu Jezior. Dzięki współpracy z regionami, informacje wzbogacono atrakcyjnymi zdjęciami.

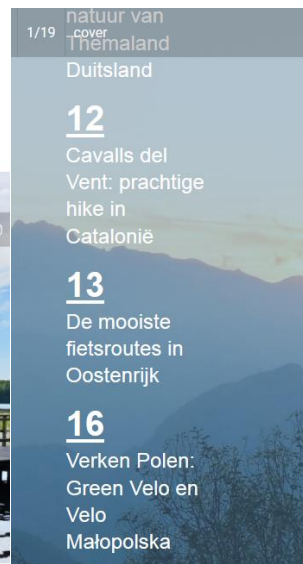
Akcję należy podsumować jako bardzo udaną, co potwierdziło zarówno zainteresowanie odwiedzających polskim stoiskiem na targach, jak i liczba napływających do Ośrodka zapytań w zakresie turystyki aktywnej ze szczególnym uwzględnieniem tras rowerowych.

Poniżej przykłady działań z kampanii online:



*Post na profilu Facebook organizatora targów z odesłaniem do zakładki na stronie polen.travel prezentującej możliwości turystyki rowerowej*





**De hele route bestaat uit meer dan 2000 km aan buitengewone ervaringen in 5 provincies in Oost-Polen.**

Dit zijn unieke ontmoetingen met een rijke cultuur, een smakvolle keuken en een verbazingwekkende natuur. Op de route vind je 400 bezienswaardigheden, je fietst door 5 nationale parken en 15 landschapsparken (bosgebieden, rivierdalen, gebieden met bijzondere natuurbescherming).

De makers van deze fietsroute hebben maar liefst 12 thematische categorieën gecreëerd, waaronder circa 100 ideeën voor dagtochten of veel langere fietstochten. Hier vindt iedereen wel iets van zijn of haar gading. Of je nu een langeafstandstoerfietser bent, of slechts af en toe op de fiets stapt. Belangrijk is dat de **GREEN VELO** Oostelijke fietsroute over een perfect georganiseerde infrastructuur beschikt. Fietzers kunnen gebruikmaken van overnachtingsmogelijkheden, catering en servicefaciliteiten.

**R10-route**

De R10 fietsroute is een geweldig idee voor een tocht langs de Oostzee. Het Poolse deel is 588 km lang en loopt door drie regio's: Zachodniopomorskie, Pomorskie en Warmińsko - Mazurskie. Bij het plannen van de reis is het traject van Świnoujście naar Hel, dat 480 km lang is, een interessante optie. Op deze route verken je onder andere de Woliński en Słowiński Nationale Parken, en de fietsroute van vuurtorens en vestingwerken op het schiereiland Hel.

[Naar de routesite](#)

[Lees meer](#)

Beeld: bron Pools Verkeersbureau

## Het leven wordt steeds makkelijker gemaakt voor fietsers

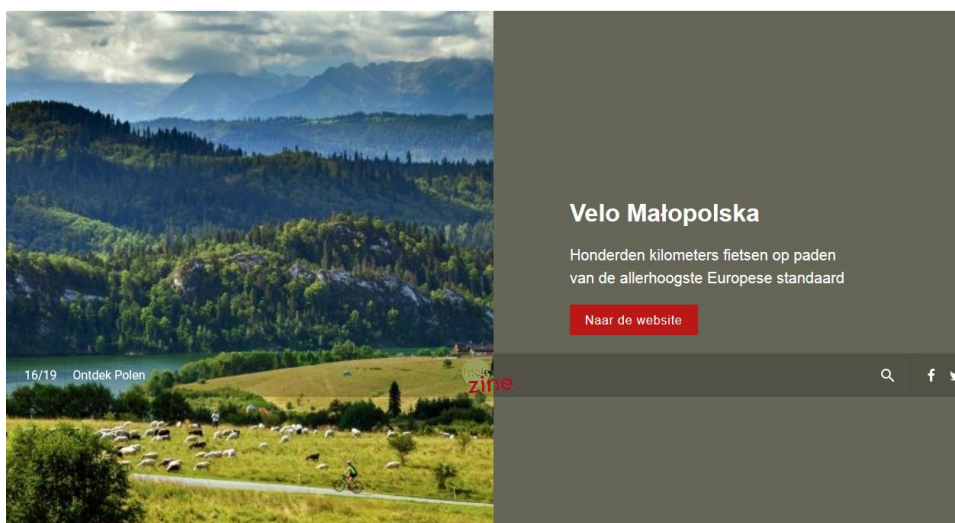
De Poolse wegen zijn deels gemarkeerd met het **Europese fietsroutenetwerk EuroVelo**. Het aantal lokale fietsroutes en wegen is ook talrijk. Voor natuurliefhebbers is de fiets een prachtig vervoermiddel in nationale parken en natuurreservaten en voor mensen die op zoek zijn naar rust en stilte, is het een perfect vervoermiddel voor tochten over landelijke wegen. Wie monumenten en steden bezoekt, kan met de tweewieler gebruikmaken van het groeiende aantal fietsroutes in de grote steden.

Grote Poolse steden zorgen steeds beter voor fietsers, de spinnenwebben van fietspaden ontwikkelen zich het snelst en het dichtst in **Gdańsk, Kraków, Warszawa, Poznań en Wrocław**. Wanneer je in **Warszawa** bent, kun je rustig naar het nabijgelegen Kampinos Bos fietsen, of naar de Zegrzyński Lagune of naar Powsin. De **Ring van Poznań** is een 164 km lange route rond de hoofdstad van de provincie Wielkopolska. Soortgelijke tochten buiten de stad kunnen gepland worden vanuit Wrocław, Kraków of Gdańsk..

Het leven wordt steeds makkelijker gemaakt voor de fietsers; op veel plaatsen rijden reeds treinen met plekken voor het vervoer van fietsen, en de stoeltjesliften zoals in de Beskid Sądecki (Wierchomla en Jaworzyna Krynicka) schakelen in de zomer over op het vervoer van fietsers.

### Mountainbikers

Wierchomla is een van de meest populaire zomerbases voor downhillers, dat wil zeggen de meest extreme mountainbikers die het glooiende zuiden van Polen verkennen. De favoriete routes zijn onder andere: Katowice - Żywiec, Wisła - Zwardoń en de route die gedeeltelijk door Slowakije loopt op de hellingen van de Babia Góra. Mountainbikers bezoeken ook vaak de **Kłodzko-vallei**, het gebied rond de berg Zborów en Cheim op de **Jura Krakowsko-Częstochowska** en de Telegraafberg in het Świętokrzyskie-gebergte.



Voor liefhebbers van langere routes is het netwerk van fietsroutes Velo Małopolska, Green Velo fietsroute, de Honderd Meren Route in Wielkopolska, de Adelaarsnesten Bicycle Route of het Poolse gedeelte van de R10 fietsroute dat zich door drie regio's uitstrekt, aanbevelingswaardig.

**Velo Małopolska** is de naam van een geïntegreerd fietsnetwerk in de provincie Klein-Polen. Dankzij dit netwerk zullen fietsers gebruik kunnen maken van bijna 1000 kilometer goed gemarkeerde fietspaden, die de meeste interessante toeristische plekken en natuurschoon in de regio met elkaar verbinden. Het project is nog niet helemaal af maar toch is het nu al mogelijk voor fietsliefhebbers om honderden kilometers te fietsen op fietspaden van de allerhoogste Europese standaard.

## Fragmenten z magazynu targowego Hiclezine



## Instagram Fiets en Wandelbeurs



## 7. Analiza zachowań konkurencji

### **Działalność konkurencji – Czechy**

Holenderski Centralny Urząd Statystyczny po 2016 roku nie obejmował krajów grupy Wyszehradzkiej w swoich statystykach dotyczących wakacji zagranicznych Holendrów.

Według danych Instytutu Czeskiego, Czechy odwiedziło w 2020 roku 11 milionów turystów. Jest to 51% mniej niż w 2019 roku, spadek odwiedzin turystów zagranicznych wyniósł 75%. Podobnie jak w wielu krajach, najbardziej ucierpiała stolica. Pragę odwiedziło 72% mniej turystów. Ci turyści, którzy zdecydowali się na przyjazd do Czech pozostali tam natomiast dłużej – prawie 4 dni zamiast 3,5 dnia, co w ocenie Instytutu Czeskiego jest dużym wzrostem.

**Podobnie jak inne kraje, Czechy uzależniają wzmożenie ruchu turystycznego od sytuacji pandemicznej i najbardziej liczą na rynki sąsiedzkie i bliskie, w tym między innymi Holandię i Belgię, z których można łatwo dojechać własnym samochodem. Do takich krajów kierowane będą pierwsze intensywne kampanie promocyjne.**

Podobnie jak POT, wiosną czeska organizacja turystyczna skupiła się głównie na działaniach cyfrowych dla rynku Beneluksu, takich jak media społecznościowe i aktualizowanie zawartości strony internetowej. Starali się pozostać w kontakcie z mediami i blogerami poprzez regularne komunikaty prasowe, co oceniają jako dobry pomysł, ponieważ wielu z nich potrzebowało nowych treści do swojej działalności.

Czesi w czasie pandemii nie przeprowadzili żadnej dużej kampanii poza kampanią PPC w mediach społecznościowych w okolicach Świąt Bożego Narodzenia pod hasłem „Do zobaczenia w 2021 roku”. Działanie to zbiega się w czasie z wizerunkową kampanią promocyjną POT przeprowadzoną w mediach społecznościowych wykorzystującą ranking Golden Pins Google Maps.

Ponieważ Czesi dobrze poradzili sobie z pandemią COVID-19 wiosną 2020 roku (400 zgonów), w czerwcu kraj został uznany za jedną z bezpiecznych destynacji „short haul”. Promocja na rynkach Beneluksu w tym okresie skupiała się na działaniach online, promując przede wszystkim wakacje rodzinne, podróże samochodem i wypoczynek na łonie natury. Tutaj także widać podobieństwa ze strategią ZOPOT Amsterdam, który w tym czasie przeprowadził szeroko zakrojoną akcję #BeautifulPoland promującą polskie dziedzictwo przyrodnicze, skierowaną do holenderskich influencerów.

W lipcu i sierpniu holenderscy turyści byli na piątym miejscu wśród zagranicznych turystów odwiedzających Czechy. Powodem nie była tylko dobra sytuacja pandemiczna, ale także fakt, że do Czech można było łatwo dojechać samochodem.

Latem i wczesną jesienią Czeska Organizacja Turystyczna, podobnie jak POT przyjęła belgijskich i holenderskich blogerów. W przypadku Czechów byli to blogerzy nastawieni na tematykę rodzinną, w przypadku ZOPOT Amsterdam - na turystykę regionalną i aktywną (turystyka rowerowa i wędrowną). ZOPOT, oprócz blogerów, wysłał też do Polski dziennikarzy zajmujących się indywidualną turystyką objazdową własnym samochodem, co idealnie pasowało do trendów podróżniczych w 2020 roku. ZOPOT przeprowadził także dwie udane kampanie promujące wyjazdy kamperami do Polski.

We wrześniu kręcono w Czechach holenderski program podróżniczy „3 op Reis”, który jest także bardzo popularny w Belgii. Podróż ta miała przebiegać w drugim etapie przez Polskę, niestety ze względu na pogorszenie sytuacji sanitarnej wyjazd został odwołany.

### **Narzędzia promocji**

1. W 2020 roku Czeska Organizacja Turystyczna nie prowadziła większych kampanii reklamowych typu outdoor ani w innych mediach tradycyjnych.

2. Aktywność poprzez własne media społecznościowe.
3. Udział w wirtualnych warsztatach dziennikarskich stowarzyszenia ANTOR, na których prezentowano czeską ofertę wyjazdową.

### **Aktywność Czeskiej Organizacji Turystycznej w Internecie**

Portal internetowy <http://www.czechtourism.com> jest dostępny w języku angielskim, nie posiada holenderskiej wersji językowej i jest prowadzony przez biuro w Czechach.

Facebook Visit Czech Republic w j. holenderskim: 810 000 fanów (przyrost w stosunku do 2019 roku o około 42 000 followersów).

W okresach, gdy podróżowanie było niemożliwe, stosowano hasła #savetourism, #DontCancelPostpone, #CzechCultureToTheWorld, #wehopetowelcomeyousoon #totziensin2021. W okresie otwarcia na turystykę #VisitCzechRepublic.

Poza Facebookiem, pozostałe media społecznościowe prowadzone są w j. angielskim z terenu Czech, łącznie dla wszystkich rynków:

YouTube: 5 980 followersów (przyrost o 1 710 followersów w skali roku).

Instagram: 79 900 followersów (przyrost o około 8 800 w skali roku).

Twitter: 32 400 followersów (spadek o 900).

Media społecznościowe w języku angielskim są bardzo dobrze prowadzone, widać aktywność obserwujących, interakcje, polubienia i dalsze udostępnianie.

### **Kanały sprzedaży czeskich produktów turystycznych**

- poprzez katalogi i ofertę internetową holenderskich touroperatorów,
- poprzez promocję czeskiej oferty przez touroperatorów czeskich, posiadających portale internetowe w języku holenderskim, skierowane specjalnie do holenderskiego turysty,
- inspiracyjnie, artykuły powstałe po wyjazdach prasowych do Czech, głównie z 2019 roku.

### **Działalność konkurencji – Węgry**

Podobnie, jak w przypadku Czech, holenderski Centralny Urząd Statystyczny po 2016 roku nie obejmował Węgier w swoich statystykach dotyczących wakacji zagranicznych Holendrów. Nie są w tej chwili znane aktualne dane dotyczące liczby wyjazdów turystycznych na Węgry z Holandii. W 2017 roku Węgierska Organizacja Turystyczna zakończyła działalność na terenie Beneluksu. Działania promocyjne prowadzone są bezpośrednio z Budapesztu, w imprezach targowych biorą udział bezpośrednio zainteresowani touroperatorzy czy właściciele obiektów.

### **Kanały sprzedaży węgierskich produktów turystycznych**

W 2020 roku Węgierska Organizacja Turystyczna nie prowadziła większych kampanii reklamowych typu outdoor ani w mediach tradycyjnych na terenie Niderlandów. Możliwa podczas poluzowania restrykcji sprzedaż odbywała się:

- poprzez promocję węgierskiej oferty przez touroperatorów holenderskich w postaci reklam w prasie i w Internecie (w bardzo ograniczonym zakresie w 2020 roku),
- poprzez promocję węgierskiej oferty przez touroperatorów węgierskich, posiadających portale internetowe w języku holenderskim, skierowane specjalnie do holenderskiego turysty.

### **Aktywność Węgierskiej Organizacji Turystycznej w Internecie**

Portal Hello Hungary <https://wowhungary.com/en> prowadzony jest centralnie z Budapesztu na wszystkie rynki.

Media społecznościowe prowadzone są łącznie dla wszystkich rynków w j. angielskim:

Facebook: 584 831 followersów (przyrost 96 131 w skali roku).

Twitter: 284 100 followersów (spadek o 4 600).

Instagram: 25 000 followersów (nowe konto).

Niezależnie od sytuacji pandemicznej, konsekwentnie stosowano hasła #wowhungary,#wondersofhungary oraz #digitaltravel.

### **Polskie produkty turystyczne na tle konkurencji**

Analiza polskich produktów turystycznych (wyjazdy zorganizowane) na tle konkurencji za 2020 rok jest skomplikowana, gdyż pandemia rozregulowała rynek i zachodzące na nim procesy. W tej chwili trudno oszacować, ile oferowanych produktów zostało realnie sprzedanych, a które były oferowane, ale wyjazd nie doszedł do skutku. Można jedynie wysnuć pewne uogólnienia i wskazać trendy:

1. Ze względu na bliskość położenia, atrakcyjność oferty i relatywnie dobrą sytuację pandemiczną w okresach, gdy granice były otwarte, podróżowano do wszystkich krajów grupy Wyszehradzkiej.
2. Nastąpiło przesunięcie z turystyki grupowej w kierunku indywidualnej, często organizowanej bez pośrednictwa biura podróży.
3. Polska bardzo pozytywnie zawsze wypadła na tle grupy Wyszehradzkiej w ofertach długich grupowych objazdów autokarem, które w 2020 roku najbardziej ucierpiały z powodu pandemii. Największym powodzeniem cieszyły się zawsze wyjazdy do Małopolski, na Pomorze i na Mazury.
4. Można założyć, że Czesi, którzy posiadali w ostatnich latach więcej niż Polska ofert podróży indywidualnych w celu uprawiania turystyki aktywnej, również w 2020 roku utrzymali swoją przewagę. Niemniej zauważalny jest znaczny wzrost liczby oferowanych wyjazdów aktywnych i przyrodniczych do Polski na 2021 rok (nowe oferty wyjazdów do Puszczy Białowieskiej, na Mazury, oferty turystyki konnej w regionie Dolnośląskim, trasy wędrownie w województwie lubelskim, wędrowniki górskie).

## 8. Mierniki działań promocyjnych

Lp.		Rok 2019		Rok 2020	
1.	<b>Podróże prasowe i studyjne</b>				
	Liczba przyjętych dziennikarzy	40		5	
	Liczba przyjętych przedstawicieli zagranicznych touroperatorów	55		20	
	Liczba blogerów/influencerów lub innych	18		1	
2.	<b>Touroperatorzy</b>				
	Liczba touroperatorów z rynku działania ZOPOT, którzy posiadają w swojej ofercie Polskę – stan na koniec 2020 r.	85		91	
	Liczba touroperatorów z rynku działania ZOPOT, którzy w 2020 r. wprowadzili do swojej oferty Polskę	8		13	
	Liczba touroperatorów z rynku działania ZOPOT, którzy w 2020 r. wycofali ze swojej ofert Polskę / którzy, posiadali Polskę w ofercie i zaprzestali działalności w 2020 roku	4 / 0		5 / 2	
	Liczba przedstawicieli zagranicznych/polskich touroperatorów uczestniczących w warsztatach turystycznych	Z	P	Z	P
	560	0	35	5	
3.	<b>Liczba adresów w bazie newslettera</b>				
	system Freshmail	6508		6211	
	inne niż Freshmail	0		0	
4.	Liczba wejść na strony internetowe ZOPOT	213051		167589	
5.	<b>Media społecznościowe - liczba osób, które to lubią</b>				
	Facebook	21000		21950	
	Instagram	3800		3755	
	Twitter	7196		7176	
	LinkedIn	1733		1759	
	blog**	nd		nd	
6.	Liczba uczestników seminariów i prezentacji na temat Polski	470		255	
7.	<b>Wartość artykułów (w tym w mediach elektronicznych) i audycji radiowych i telewizyjnych publikowanych/emitowanych w 2020 roku, liczona według ceny reklamy w EURO, w tym:</b>	2755736		834121	
	o na skutek organizacji podróży prasowych	1343714		766010	
	o na skutek wszystkich działań PR Ośrodka, z wyłączeniem podróży prasowych	1412022		68111	
8.	Zasięg materiałów opublikowanych w Internecie w efekcie podróży influencerskich	295765		366000	

\* należy wymienić inne platformy społecznościowe, na których ZOPOT jest obecny oraz podać łączną liczbę fanów/obserwujących w 2020 roku (w przybliżeniu)

\*\*dotyczy tylko ZOPOT, które prowadzą własnego bloga

## 9. Współpraca w realizacji działań promocyjnych

9.1. Środki zaangażowane przez podmioty współfinansujące działania promocyjne realizowane przez ZOPOT. Dane w EUR.

	Projekt 1		Projekt 2		Projekt 3		Razem	
	2019	2020	2019	2020	2019	2020	2019	2020
Branża	1250	800	23115	7000	19390	-	43755	7800
Regiony	4020	-	14598	-	17982	7940	36600	7940
Placówki dyplomatyczne	-	-	12000	2000	-	-	12000	2000
Inne	19589	16867	30532	28479	13500	7178	63621	52524
<b>Razem</b>	<b>24859</b>	<b>17667</b>	<b>80245</b>	<b>37479</b>	<b>50872</b>	<b>15118</b>	<b>155977</b>	<b>70264</b>

9.2. Najaktywniejsi, na rynku działania ZOPOT, przedstawiciele polskiej branży turystycznej oraz regiony

Lp.	Nazwa podmiotu
1.	Jan-Pol (touroperator)
2.	4Travel (touroperator)
3.	PLL LOT
4.	Urząd Miejski m. Wrocławia
5.	Urząd Marszałkowski Dolnego Śląska
6.	Warszawska Organizacja Turystyczna
7.	Pomorska Regionalna Organizacja Turystyczna