



POLSKA  
ORGANIZACJA  
TURYSTYCZNA

**ZAGRANICZNY OŚRODEK  
POLSKIEJ ORGANIZACJI TURYSTYCZNEJ  
W MOSKWIE  
SPRAWOZDANIE  
ROK 2017**



Move Your Imagination

## Spis treści

1. Trendy społeczno-gospodarcze.....	3
2. Wyjazdy turystyczne z Rosji .....	4
3. Przyjazdy do Polski .....	6
4. Połączenia.....	8
5. Popyt na polskie produkty turystyczne .....	9
6. Analiza zapytań o Polskę .....	11
7. Analiza wybranych działań.....	14
8. Analiza zachowań konkurencji .....	16
9. Mierniki działań promocyjnych .....	19
10. Współpraca w realizacji działań promocyjnych .....	20

## 1. Trendy społeczno-gospodarcze

- 146,8 mln ludności<sup>1</sup>
- Powierzchnia 17 125 407 km<sup>2</sup>
- Największe miasta: Moskwa, St. Petersburg, Nowosybirsk, Jekaterynburg, Niżnij Novgorod, Kazań, Samara, Omsk, Czelabińsk, Rostow nad Donem, Ufa, Perm, Wołograd
- 11 stref czasowych, język urzędowy – rosyjski

W 2017 roku, po raz pierwszy od dwóch lat, kiedy to gospodarka rosyjska weszła w głęboką recesję, PKB Rosji wzrosło o 1,5 %. Przyczyn tego wzrostu należy upatrywać głównie w rosnącej cenie ropy naftowej na świecie, w wyniku zawarcia porozumienia pomiędzy Organization of the Petroleum Exporting Countries (OPEC) i Rosją, o cięciach w wydobyciu tego surowca.

	2015	2016	2017
PKB realne <sup>1</sup> W mld RBL	62445,4* wg cen z 2011 r.	61097,5* wg cen z 2011 r. 86148,6* wg cen z 2016 r.	87480,1* wg cen z 2016 r.
PKB <i>per capita</i> <sup>2</sup> w USD	11144,60	11099,20	b/d
Poziom bezrobocia <sup>1</sup> (w %)	5,6	5,5	b/d
Inflacja – CPI w pkt <sup>2</sup>	510,3	537,8	551,3
Inflacja w % <sup>2</sup>	12,9	5,4	2,5
Kurs EUR /RBL <sup>3</sup>	79,70	63,81	68,87
Kurs PLN/RBL <sup>4</sup>	0,055	0,070	0,0604

Źródła: <sup>1</sup> ROSSTAT - [www.gks.ru](http://www.gks.ru) na dzień 03.04.18 <sup>2</sup> [www.tradingeconomics.com](http://www.tradingeconomics.com) na dzień 10.04.18 <sup>3</sup> Centralny Bank Rosji - [www.cbr.ru](http://www.cbr.ru) stan na dzień 30.12.17 <sup>4</sup> Narodowy Bank Polski [www.nbp.pl](http://www.nbp.pl) stan na dzień 29.12.17

Średnia cena ropy naftowej w ciągu pierwszych 10 miesięcy 2017 roku wzrosła do poziomu 51 USD za baryłkę ropy marki Urals, co znacznie przewyższa cenę, na jakiej został oparty rosyjski budżet, tj. 45 USD. Rzeczywisty wzrost PKB był jednak mniejszy od prognozowanego na poziomie 2,1%. Wynika to prawdopodobnie z nagłego spowolnienia produkcji przemysłowej. W całym roku 2017 produkcja przemysłowa zwiększyła się jedynie o 1% w ujęciu rocznym. Z danych ROSSTAT wynika również, że ostatni kwartał 2017 roku to spadek wyników wszystkich sektorów gospodarki, a według analiz ekonomicznych, dwa ostatnie kwartały 2017 roku pokazały spadek całej produkcji przemysłowej.

Mimo, iż wzrost ekonomiczny pozostaje na niskim poziomie, rośnie rosyjski import. W pierwszych dziewięciu miesiącach 2017 roku jego wartość wzrosła o 25 proc. do 170 mld USD. Było to głównie spowodowane umacnianiem się rosyjskiej waluty, której notowania są bezpośrednio związane z ceną ropy naftowej.

<sup>1</sup> Oficjalna liczba ludności wg ROSSTATu z uwzględnieniem ludności Krymu i Sewastopola

<sup>2</sup> Oficjalna powierzchnia kraju wg ROSSTATu z uwzględnieniem powierzchni Krymu i Sewastopola

W 2017 roku wzrosły wydatki konsumpcyjne o 3,4 % w ujęciu rocznym. Jednak rosnącym wzrostom konsumpcyjnym towarzyszyło zwiększenie długów bankowych gospodarstw domowych przy jednoczesnym spadku poziomu oszczędności. Wynika z tego jednoznacznie, iż znaczna część Rosjan żyje obecnie na kredyt, nie ograniczając się w wydatkach.

Trzeci rok z rzędu odnotowano spadek realnych dochodów Rosjan tj. o 1,3%. W 2017 roku średnia miesięczna płaca wynosiła 38,6 tyś rubli. Bez zmian pozostają ogromne dysproporcje w zarobkach poszczególnych grup zawodowych. Ekonomiści szacują, że blisko 5 mln obywateli Federacji Rosyjskiej żyje poniżej granicy ubóstwa, które wynosi 11,2 tyś. rubli. Najlepiej zarabiają osoby z wyższym wykształceniem, w średnim wieku, zajmujący wyższe i średnie stanowiska kierownicze, mieszkańcy dużych miast. Struktura wydatków, w zasadzie od kilku lat nie ulega znaczącym zmianom. Średnio zarabiający Rosjanin zabezpiecza przede wszystkim swoje podstawowe potrzeby, przeznaczając średnio po 40% na żywność i pozostałe zakupy przedmiotów codziennego użytku. Pozostałe 20% to koszty zakupu usług, w których mieszczą się wydatki na turystykę. Brak jest jednak oficjalnych statystyk w tym zakresie. Analizując jednak ilość odbytych podróży zagranicznych w 2017 (wzrost o 25%) należy uznać, że wydatki w tym zakresie wzrosły. W żadnym przypadku nie oznacza to jednak wzrostu zamożności, a przede wszystkim fakt, iż Rosjanie coraz chętniej korzystają z dostępnych kredytów, a także z faktu, iż rok 2017 przyniósł dość stabilny kurs rubla w stosunku do euro, wciąż na wysokim poziomie, ale bez znaczących wzrostów. Sytuacja polityczna, mimo, iż wciąż napięta, nie wpływała już tak znacząco na zachowania konsumentów.

Ministerstwo Rozwoju Gospodarczego Rosji przewiduje, że w 2018 roku, rosyjska gospodarka zanotuje kolejny wzrost o 2,1%, natomiast Bank Centralny Rosji prognozuje wzrost na poziomie 1,5 a 2,0 %. Nieco bardziej optymistyczni są analitycy Goldman Sachs, wg, których PKB Rosji w 2018 roku wzrośnie o 3,3%. Optymistyczne prognozy to przede wszystkim skutek rosnących cen ropy i poprawa sytuacji makroekonomicznej na świecie. Ten umiarkowany optymizm pozwala prognozować dalszy wzrost ilości wyjazdów Rosjan w celach turystycznych, pod warunkiem niewystąpienia negatywnych zjawisk ekonomicznych i politycznych.

## 2. Wyjazdy turystyczne z Rosji

Dane statystyczne gromadzone przez Federalną Służbę Państwowej Statystyki (ROSSTAT), w obszarze turystyki, obejmują łączną ilość podróży zagranicznych, jaką odbyli obywatele FR, którzy jako cel wyjazdu wskazali turystykę, w tym podróże służbowe, leczenie zagranicą i wyjazdy na zakupy. W odróżnieniu od polskich danych statystycznych, brak jest kryterium noclegu. Jedyne dostępne statystyki w FR to ogólna liczba wyjazdów i przyjazdów turystycznych w podziale na kraje. Z tych powodów rosyjskie dane liczbowe znacznie się różnią od tych publikowanych w krajach europejskich, w tym w Polsce.

Według danych ROSSTAT liczba zagranicznych wyjazdów turystycznych Rosjan w 2017 roku wyniosła 39,6 mln i było to 25% więcej niż w roku 2016.

Poniższa tabela prezentuje liczbę zagranicznych wyjazdów turystycznych do wybranych europejskich państw w 2017 roku ( w tys.):

LP		2015	2016	2017
	<b>Razem</b>	<b>34390</b>	<b>31659</b>	<b>39629</b>
1	Turcja	3460	797	4520
2	Abchazja	3824	4257	4344
3	Finlandia	3067	2894	3333
4	Kazachstan	3125	2850	2978
5	Ukraina	1657	1804	2283
6	Chiny	1284	1676	2003
7	Estonia	1477	1511	1728
<b>8</b>	<b>Polska</b>	<b>1322</b>	<b>1104</b>	<b>1230</b>
9	Niemcy	1111	1057	1229
10	Tajlandia	675	867	1094
11	Gruzja	651	742	1003
12	Hiszpania	693	790	929
13	Włochy	693	790	893
14	Cypr	550	813	869
15	Grecja	634	782	856
<b>21</b>	<b>Czechy</b>	361	367	499
<b>43</b>	<b>Węgry</b>	b/d	95	112
<b>56</b>	<b>Słowacja</b>	b/d	29	29

Źródło: ROSSTAT - [www.gks.ru](http://www.gks.ru)

W 2017 roku Turcja wróciła na pierwsze miejsce w rankingu ze wzrostem o blisko 470% w stosunku do roku poprzedniego, kiedy to wstrzymano w zasadzie masowy ruch turystyczny Rosjan do Turcji. W dalszym ciągu brak w notowaniach, drugiego, co do popularności wśród Rosjan kierunku, Egiptu. Istnieje duże prawdopodobieństwo, iż w 2018 roku władze rosyjskie zezwolą na uruchomienie lotów do Kairu i kierunek ten znów powróci do oferty turystycznej w rosyjskich biurach turystycznych.

Wzrost odnotowały w zasadzie wszystkie kraje notowane w rankingu, w tym również Polska o 11%, zajmując obecnie ósme miejsce najczęściej wybieranych kierunków turystycznych wśród Rosjan. Rekordowo wzrosła liczba wyjazdów turystycznych do Czech o 36%, dając naszym bezpośrednim konkurentom awans na 21 miejsce. Węgry również odnotowali wzrost w ilości przyjazdów o 18%, natomiast dane rosyjskie nie pokazują żadnych zmian w danych dla Słowacji, co wydaje się dość niezrozumiałe. Zgodnie z informacjami serwisu [www.schengenvisainfo.com](http://www.schengenvisainfo.com) Rosjanie, w 2017 roku, złożyli najwięcej ze wszystkich krajów wniosków wizowych, bo aż 3,9 mln, w tym aż 82% na wizy wielokrotne. Niestety nie ma jeszcze dostępnych danych dot. ogólnych wydatków Rosjan przeznaczonych na wyjazdy w 2017 roku, te dostępne pokazują spadek poziomu wydatków z 55,3 mld USD w 2014 roku do 27,7 mld USD w 2016 roku.

Rosyjski turysta to osoba pracująca, w młodym i średnim wieku ( 25 – 55 lat), chętnie podróżujący w towarzystwie rodziny i znajomych. Najważniejsze cele wyjazdów to typowy wypoczynek, najlepiej nad morzem (38%), w dalszej kolejności zwiedzanie połączone z udziałem w wydarzeniach i zakupami (20%) oraz turystyka zdrowotna (15%). Najpopularniejsze są wyjazdy podczas długich przerw świątecznych (np. Nowy Rok, Majówka) czy przedłużonych weekendów. Warto również wspomnieć, iż w 2017 roku 30% ogólnej liczby obywateli Rosji posiadało paszporty zagraniczne i liczba ta stale rośnie.

Wobec spadku zamożności, podróże stały się rzadsze i krótsze. Częściej wybierane są bliższe kierunki. Dominującym środkiem transportu pozostaje samolot. Spora część Rosjan na wyjazdy krótsze wybiera samochód lub zorganizowany transport autokarowy. Nie można jednoznacznie określić, z jakich hoteli czy pensjonatów Rosjanie korzystają najczęściej. Wszystko zależy od zasobności portfela. Rosjanin to turysta wymagający, który oczekuje obsługi na najwyższym poziomie. Chętnie spędza czas w restauracjach, barach, dyskotekach, aquaparkach i innych miejscach, pozostawiając tam dużo pieniędzy. Średnio na wyjazd Rosjanin wydaje ok. 730 euro

W 2017 roku 69% Rosjan skorzystało z usług biur podróży, których kondycja była dość stabilna, w porównaniu z rokiem 2015 kiedy, to odnotowano zmniejszenie się ilości biur o ok.40%. Dla wielu Rosjan, szczególnie z mniejszych miast, biuro podróży to miejsce, gdzie podejmuje się decyzje o kierunku wyjazdu. Stąd niezmiennie bardzo istotne jest, aby gotowy produkt znajdował się w systemach rezerwacyjnych tych biur.

Niezmiennie barierą w organizacji wyjazdu zagranicznego jest konieczność uzyskania wizy do znacznej ilości kierunków turystycznych. Rosjanie przywykli już do wszelkich procedur z tym związanych, w tym również do konieczności złożenia odcisków palców, jednak niezwykle istotne jest, aby istniała duża sieć tzw. centrów wizowych obsługujących konkretne kraje, rozlokowanych na terenie całej Federacji Rosyjskiej.

### 3. Przyjazdy do Polski

Dane lokalne z rynku rosyjskiego i polskiego

	2015	2016	2017
Liczba wyjazdów do Polski (w tys.) wg ROSSTAT	1 322,0	1 104,0	1 230,0
Liczba turystów z Rosji korzystających z bazy noclegowej w Polsce wg GUS (w tys.)	225,0	215,9	277,7
Liczba udzielonych noclegów turystom	375,5	353,8	446,5

z Rosji wg GUS ( w tys.)			
Liczba turystów z Rosji wg danych GUS-MSiT-NBP	873	801	876

Źródła: ROSSTAT - [www.gks.ru](http://www.gks.ru) i GUS [www.stat.gov.pl](http://www.stat.gov.pl)

Zgodnie z oczekiwaniami z końca poprzedniego roku, rok 2017 przyniósł stabilizację i ożywienie w turystyce wyjazdowej Rosjan, w tym do Polski. Dane prezentowane w tabeli, choć trudne do porównania, wskazują na znaczący wzrost w ilości przyjazdów Rosjan do Polski w ostatnim roku. Zgodnie z danymi ROSSTAT jest to wzrost o 11%, natomiast dane polskiego GUS wskazują na wzrost o ponad 28% w stosunku do roku poprzedniego, plasując turystów z Rosji na 5 miejscu wśród państw, których turyści korzystają z rejestrowanej bazy noclegowej Polski. Średnia liczba osobonoclegów nie uległa większym zmianom i utrzymuje się na dość niskim poziomie 1,6 doby. Badanie GUS-MSiT-NBP wskazuje na nieco mniejszy wzrost bo na poziomie 9,36%, ale za to plasują Rosjan na 3 miejscu, po Niemcach i gościach z Ukrainy, wśród wszystkich turystów przyjeżdżających do Polski.

Niestety brak jest wyodrębnionych danych dotyczących charakterystyki przyjazdów turystów wyłącznie dla rynku rosyjskiego. Dane opracowane przez Ministerstwo Sportu i Turystyki za I półrocze 2017 roku agregują informacje z Rosji, Ukrainy i Białorusi. Według nich głównym celem przyjazdu są sprawy służbowe 41,8%, zakupy 22,7%, odwiedziny 13,8%, turystyka 13,3%, tranzyt i inne cele 6,7%. Wynika z nich, że nieznacznie spadła ilość przyjazdów w celach biznesowych, a wzrosły przyjazdy w celach turystycznych i na zakupy. Blisko 90% gości z tych trzech krajów skorzystało z 1 do 3 noclegów. Nieznacznie wzrosła liczba turystów z Rosji, Białorusi i Ukrainy korzystających z zakwaterowania w hotelach i motelach do 34,1%, a także u znajomych 20,8%. Ponad 37% turystów nie określiło miejsca zakwaterowania w Polsce. Przeciętnie Rosjanin pozostawił w Polsce 325 USD, tj. o 3,8% więcej niż w I półroczu 2016 roku.

Z ogólnie dostępnych danych warto przytoczyć również te ze Straży Granicznej ([www.strazgraniczna.pl](http://www.strazgraniczna.pl)), zgodnie z którymi wszystkie granice z Polską, przekroczyło ponad 1,5 mln obywateli FR tj. o 11% więcej niż w roku ubiegłym, mimo nie funkcjonującego Małego Ruchu Granicznego z Rosją. Jak podaje Izba Administracji Skarbowej w Olsztynie Rosjanie dokonali w 2017 w Polsce zakupów na ponad 194 mln zł tj. o 40 mln więcej niż w roku ubiegłym. Rosjanie kupują głównie odzież, artykuły spożywcze, sprzęt AGD i wyposażenie wewnątrz.

Utrzymuje się tendencja odnotowana w zeszłym roku, iż podróżami do Polski interesują się coraz młodsze osoby. Zgodnie ze statystykami ze strony [www.poland.travel/ru](http://www.poland.travel/ru) ponad 40% użytkowników to osoby młode i bardzo młode ( 18 -34 ), natomiast osoby w średnim wieku ( 35-44) stanowią nieco ponad 21% . Główne tematy jakich poszukują nasi użytkownicy to informacje praktyczne, kalendarz wydarzeń, atrakcje w miastach, regionach, spis biur podróży.

Z krótkiego wywiadu z rosyjskimi biurami podróży, które specjalizują się w wyjazdach do Polski (m.in. TourTransVoyage, Onis Tour, Zarkov Tour, PAC Group, DVM, Magazín

Puteshestvij, Russkij Express, Service Voyage, Junona) wynika, że w 2017 roku odnotowane większe zainteresowanie wyjazdami do Polski, niż w dwóch latach ubiegłych. Dominowały wycieczki objazdowe z łączonym transportem pociąg/autobus, krótkie pobyty weekendowe połączone z zakupami, wypoczynek zimowy w Tatrach i Sudetach, a także wyjazdy w celach prozdrowotnych do wybranych polskich kurortów i uzdrowisk.

## 4. Połączenia

Mimo uruchomienia nowego połączenia Ural Airlines na trasie Moskwa Domodiedovo – Warszawa w dalszym ciągu odczuwalny jest brak wystarczającej liczby połączeń lotniczych z Polską, szczególnie z innymi miastami niż Warszawa, a także tanich linii lotniczych. Takimi połączeniami dysponują nasi konkurenci z grupy V4.

### Połączenia lotnicze

- Moskwa–Warszawa:  
Codziennie: dwa połączenia PLL LOT oraz trzy połączenia Aeroflot.  
W dniu 28.12.2017r. rosyjskie linie lotnicze Ural Airlines uruchomiły nowe połączenie Moskwa-Warszawa. Loty odbywają się 3 razy w tygodniu.
- Sankt-Petersburg – Warszawa  
6 połączeń tygodniowo – PLL LOT

Od dwóch lat ceny na przeloty utrzymują się na zbliżonym poziomie u obu przewoźników, (przeciętna cena w klasie ekonomicznej: Aeroflot od 850 zł, LOT od 950 zł), zdarzają się jednak dość często akcje promocyjne, podczas których można kupić tańsze bilety. Nowy przewoźnik Ural Airlines, na początek oferuje przeloty nieznacznie tańsze – ceny zaczynają się od ok. 650 zł w klasie ekonomicznej.

Linie lotnicze Air Baltic, SCA Czech Airlines, Belavia, Lufthansa, Swiss International Airlines, Austrian Airlines oferują loty do Polski z przesiadkami w Rydze, Pradze, Mińsku, Monachium, Frankfurt nad Menem, Zurichu, Wiedniu.

### Połączenia kolejowe

- Pociąg Moskwa–Warszawa („Polonez”) № 9/10. Kursuje 3 razy w tygodniu (W 2016 roku kursował codziennie). Bilet w jedną stronę kosztuje od 109 euro za jedną dorosłą osobę.
- Pociąg Moskwa–Berlin („Striz”) № 13/14. Kursuje 2 razy w tygodniu. Bilet w jedną stronę (na odcinku Moskwa-Warszawa) kosztuje od 150 euro za jedną dorosłą osobę. Pociąg zatrzymuje się w Terespolu, Warszawie, Poznaniu.
- Pociąg Moskwa–Berlin–Paryż № 23/24. Kursuje 1 raz w tygodniu. Bilet w jedną stronę (na odcinku Moskwa-Warszawa) kosztuje od 152 euro za jedną dorosłą osobę. Pociąg zatrzymuje się w Terespolu, Warszawie, Kutnie, Koninie, Poznaniu.
- Pociąg Moskwa–Nicea № 17/18. Kursuje jeden raz na tydzień. Pociąg zatrzymuje się w Terespolu, Warszawie, Katowicach.
- Pociąg Moskwa–Praga („Wełtawa”) № 21/22. Kursuje jeden raz na tydzień. Zatrzymuje się w Terespolu, Warszawie, Katowicach. Bilet w jedną stronę (na odcinku Moskwa-Warszawa) kosztuje od 155 euro za jedną dorosłą osobę.



Analizując średnie ceny za powyższe przejazdy kolejowe można wywnioskować, że dużo bardziej opłacalnym i szybszym środkiem transportu z Moskwy jest samolot.

Wybierając jednak pociąg najtaniej można dotrzeć jadąc do Brześcia (Białoruś), a dalej przekroczyć granicę pociągiem Brześć-Terespol.

### Połączenia autobusowe:

#### Kaliningrad

- Kaliningrad – Warszawa:  
przewoźnik Kenigavto – 2 razy w tygodniu (przez Olsztyn) (1 000 RBL );  
przewoźnik Międzynarodowe linie autobusowe Ecolines – 4 razy w tygodniu (1 380 RBL);
- Kaliningrad–Gdańsk (ok. 600 RBL);  
przewoźnik–Kenigavto: codziennie rano oraz 3 razy w tygodniu popołudniu (600 RBL);  
przewoźnik–Zelenogradsk Trans - 3 razy dziennie, przez Braniewo i Elbląg (600 RBL);
- Kaliningrad–Sopot (przez Elbląg i Gdańsk):  
przewoźnik–„Sputnik Raisen” - kursuje 4 razy w tygodniu (ok. 700 RBL);
- Kaliningrad–Olsztynek przez Olsztyn:  
przewoźnik Grajan Tour (Polska) – 2 razy w tygodniu (490 RBL);
- Kaliningrad – Szczecin (przez Elbląg, Malbork, Gdańsk, Gdynię, Koszalin) – 2 razy w tygodniu.

#### Moskwa

Przewoźnik Międzynarodowe linie autobusowe Ecolines kursuje na następujących trasach:

- Moskwa-Warszawa Zachodnia – (przez Białystok) – codziennie (3 800 RBL);
- Moskwa-Wrocław (na trasie Moskwa-Ryga-Praga) – codziennie (5 000 RBL);
- Moskwa-Częstochowa, Kraków (na trasie Moskwa-Ryga-Sofia) – 2 razy w miesiącu (5 000 RBL).

## 5. Popyt na polskie produkty turystyczne

W 2017 roku większość biur turystycznych, która ma w swojej ofercie Polskę, oferowała przede wszystkim **wycieczki objazdowe**. Do najpopularniejszych należały wycieczki łączące zwiedzanie naszych największych miast: **Warszawy, Krakowa, Wrocławia i Trójmiasta**. Część biur oferuje również wyjazdy do **Torunia i Częstochowy**. Od dwóch lat pojawiają się oferty na wyjazdy tematyczne np. „Szlakiem Zamków Gotyckich”, „Szlakiem Anny German”, itp. Generalnie turyści podkreślają wysoką jakość świadczonych usług w Polsce, smaczną kuchnię, ogromne bogactwo kulturowe i ciekawą ofertę kulturalną. Poziom cen na podstawowe usługi turystyczne wciąż oceniany, jako umiarkowanie niewysoki, dostępny dla przeciętnie zarabiającego obywatela FR.

Numerem dwa, który interesuje rosyjskich turystów to **turystyka zimowa**. Przeważają wyjazdy na Nowy Rok, a także typowe wyjazdy narciarskie. Niezmiennie najpopularniejsze są

**Zakopane, Białka Tatrzańska**, ale również **Krynica Zdrój, Karpacz i Szklarska Poręba**. Rosjanie poszukują miejsc, które mają coś więcej do zaoferowania niż tylko narty, głównie dla rodzin z dziećmi, typu dziecięce parki rozrywki, aquaparki, baseny termalne, czy też oferty wellness i spa. Dużym zainteresowaniem cieszy się również polska kuchnia. Wydaje się zasadnym podejmowanie stałych działań promocyjnych, które będą pokazywały jeszcze inne miejsca, w których można uprawiać sporty zimowe i miło spędzić czas, jak np. Szczyrk, Wisła, Wierchomla itp.

Kolejny produkt, umiarkowanie popularny wśród Rosjan, to **wypoczynek** nad polskim morzem, a także krótkie pobyty weekendowe połączone z atrakcjami dla dzieci (Parki Rozrywki) czy zakupami. Mile widziane obiekty posiadające ofertę wellness i spa. Tego typu produkty cieszą się największą popularnością wśród turystów z obwodu kaliningradzkiego.

Znacząca liczba rosyjskich biur oferuje wyjazdy na tzw. leczenie w Polsce. Do najbardziej popularnych należą m.in. Kołobrzeg, Wieniec Zdrój, Cieplice Zdrój, Wieliczka i Krynica Zdrój. Nie są to jednak wyjazdy typowo w celach leczniczych, a głównie **pobyty prozdrowotne**, z możliwością skorzystania z procedur oferowanych przez obiekty. W dalszym ciągu największą barierą w rozwoju tego produktu jest logistyka, brak bezpośredniego, szybkiego transportu do miejsca pobytu. I tak, wyjeżdżając do Kołobrzegu, najszybszym środkiem transportu będzie samolot do Berlina i dalej transfer do obiektu, a uzdrowiska Kotliny Kłodzkiej dostępne są za pośrednictwem połączeń lotniczych do czeskiej Pragi. W tym zakresie przegrywamy konkurencję z pozostałymi krajami grupy wyszehradzkiej, które od lat z powodzeniem oferują pobyty w znanych uzdrowiskach, zapewniając przy tym bezpośrednie połączenia lotnicze z Moskwą i innych miast FR.

Biura turystyczne oferują również możliwość wyjazdów lotniczych na tzw. **city break**, jednak cieszą się one bardzo umiarkowanym zainteresowaniem, głównie ze względu na wysokie koszty przelotu, a także bardzo ograniczoną siatkę połączeń i brak tanich przewoźników, którzy realizowaliby przeloty do Polski. Najczęściej z oferty city break korzystają turyści indywidualni, w tym przejeżdżający tranzytem przez Polskę, zatrzymując się na krótko w polskich miastach.

W **obszarze MICE** obserwuje się umiarkowane zainteresowanie naszym krajem, który zaczął być postrzegany, jako interesujący, z bardzo dobrą bazą noclegową, zapleczem konferencyjnym i ciekawą ofertą imprez towarzyszących. Z tego powodu warto rozważyć większe zaangażowanie w promocję Polski na rynku rosyjskim w tym obszarze.

Według danych statystycznych 69% rosyjskich turystów korzysta z usług biur podróży. W dużej mierze ma to związek z koniecznością uzyskiwania wiz do wielu krajów, w tym do Polski. Biuro podróży wciąż jest tzw. pierwszym kontaktem, gdzie podejmuje się decyzję o wyjeździe, dokonuje rezerwacji wycieczki, czy poszczególnych usług turystycznych i gdzie można załatwić większość formalności wizowych. Natomiast organizacja podróży i pobytu we własnym zakresie osiągnęła poziom 31% ogółu wyjeżdżających i wg wszelkich prognoz utrzyma się raczej na tym poziomie na dłuższy czas. Wyjazdy na własną rękę organizują głównie mieszkańcy dużych miast, gdzie dostęp do centrum wizowego jest stosunkowo prosty, gdzie istnieją bezpośrednio lub łatwo dostępne połączenia z Polską.

Przykładowe oferty turystyczne wybranych rosyjskich touroperatorów do Polski:

Organizator	Trasa	Długość pobytu	Najniższa cena w EUR
TourTransVoyage	Wypoczynek nad morzem i polskimi jeziorami (pociąg do/z Brześcia+autokar)	10 dni	545
TourTransVoyage	Zimowy wypoczynek „Polskie Alpy”: Zakopane (pociąg do/z Brześcia+autokar)	8 dni	405
TourTransVoyage	Gotyckie perełki północnej Polski	8 dni	399
Magazyn Putieshestvij	Królewska Polska: Warszawa –Malbork – Gdańsk–Sopot–Chełmno–Toruń–Częstochowa–Kraków–Wieliczka– Lublin (pociąg + autokar)	7 dni	345
VAND	Trzy stolice: Kraków–Gdańsk–Warszawa (samolot + autokar)	8 dni	994
VAND	Grand tour: Warszawa–Kraków–Wrocław–Gdańsk (samolot + autokar)	9 dni	1041
Zharkov Tour	Wyjazdy lecznicze: Kołobrzeg, Sanatorium Bałtyk (z Kaliningradu)	8 dni	470
Onis Travel	Leczenie w Wieliczce (bez transportu)	7 dni	366
Junona	City break Gdańsk + zakupy (autokar)	2 dni	60
Junona	„Łódź–miasto w stylu loft. Polski Manchester” (autokar)	3 dni	125
Mik Avia	Mikołajki–wyjazdy do aquaparku (autokar)	3 dni	160
Kaliningradskoje Biuro Putieszestwij	Złota jesień w Mikołajkach (autokar)	3 dni	160
Kaliningradskoje Biuro Putieszestwij	Parki i pałace Mazowsza (autokar)	3 dni	115

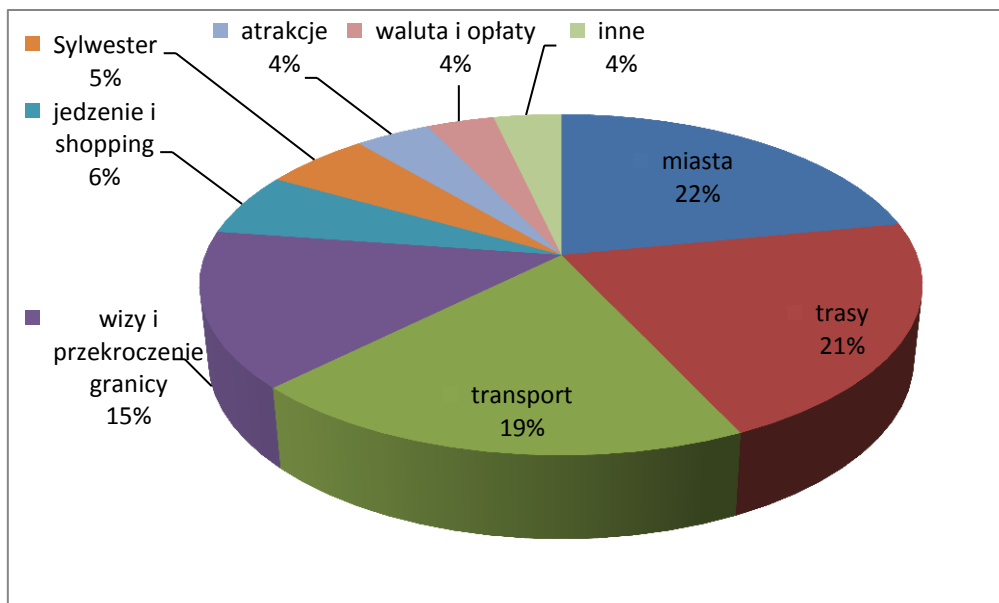
## 6. Analiza zapytań o Polskę

Analizie zapytań o Polskę poddane zostały opinie oraz zapytania umieszczone na portalach turystycznych [www.otzyv.ru](http://www.otzyv.ru), [www.travel.ru](http://www.travel.ru), [www.tourister.ru](http://www.tourister.ru), [www.forum.awd.ru](http://www.forum.awd.ru). Portale te cieszą się dużą popularnością wśród turystów, którzy wrócili z podróży i chcą podzielić się wrażeniami, a także wśród tych, którzy przygotowują się do wyjazdu.

### Analiza zapytań przed podróżą

Zostało przeanalizowanych 220 aktywnych w 2017 roku wątków tematycznych na najpopularniejszych rosyjskich forach turystycznych otzyv.ru i forum.awd.ru.

Najbardziej popularne zapytania przedstawione są w diagramie:



Najwięcej wątków tematycznych (22%) dotyczy miast. Kiedy turysta już wie, jakie miasto chce zwiedzić i interesuje się, co najlepiej zwiedzić, gdzie pójść. Pytania typu „*Jadę do Polski na 4 dni: Warszawa i Kraków. Proszę o radę*”, „*Atrakcje turystyczne Gdańska*”, „*Wrocław – co zwiedzić, gdzie zjeść?*”, „*Życie kulturalne Wrocławia*”, „*Manufaktura w Łodzi - pytanie*”.

Kolejne najczęściej pojawiające się tematy (21%) dotyczą kwestii tras i planowania podróży po Polsce. Pytania typu „*11 dni w Polsce – czy może ktoś coś polecić?*”, „*2 tygodnie w Polsce z małym dzieckiem – proszę o pomoc w planowaniu podróży*”, „*Niedługo mam urlop. Oceńcie proszę trasę – plusy/minusy?*” (dalej autor opisuje planowaną podróż: „*przylot do Kaliningradu, 4 dni w Gdańsku, doba w Toruniu, 2 dni w Poznaniu, 2 dni we Wrocławiu, 4 dni w Krakowie, Warszawa – 2 dni. Coś dodać? Coś skrócić?*”), „*Wrocław i Warszawa – po ile dni na każde miasto?*”.

Na trzecim miejscu co do popularności są pytania (19%), które dotyczą transportu w Polsce:

- Transport kolejowy w Polsce: „*Polskie koleje i pkp.pl*”, „*Bilety kolejowe Brześć - Terespol*”, „*Dworce kolejowe Warszawy*”, „*Pociąg Warszawa - Zakopane*”;
- Samochodem po Polsce, w tym pytania o wypożyczaniu samochodów i parkingach: „*Parkingi w Warszawie*”, „*Jak sprawdzić, czy mam mandat do zapłacenia*”, „*Chcę wypożyczyć auto w Polsce*”, „*Parkingi w Krakowie*”, „*Parking na lotnisku w Warszawie*”, „*Czy zewnętrzne parkingi są bezpieczne?*”;
- Autobusy: „*strona polskibus.com*”, „*połączenia autobusowe pomiędzy miastami w Polsce*”;
- Taksówki: „*Taksówki w Gdańsku*”, „*Taksówka Wrocław - Lubiąż*”;
- Komunikacja miejska w konkretnych miastach: „*Komunikacja miejska w Warszawie – jak się poruszać*”, „*Czym dojechać z centrum Gdańska na lotnisko w nocy*”, „*Późno przylatuję do Gdańska – jak dotrzeć do miasta*”, „*Czym dojechać z lotniska w Krakowie na Kazimierz*”, „*Przemyśl – Katowice – czym dojechać?*”, „*Czy dojechać z lotniska w Katowicach do Krakowa w nocy*”, „*Kaliningrad – Elbląg – czym dojechać*”.

Kolejne 15% wątków tematycznych poświęconych jest sprawom wizowym (zaproszenia, rezerwacje hotelu w celu złożenia dokumentów na wizę) i przekroczeniu granicy: „*Hotele polskie, które wysyłają rezerwacje zgodne z wymaganiami Konsulatu*”, „*Na jaki okres dają polską wizę?*”, „*Czy można złożyć dokumenty na wizę na podstawie rezerwacji z booking.com?*”, „*Czy można wjechać do Polski na podstawie wizy schengen innego kraju?*”, „*Czy mogę dostać wielokrotną turystyczną wizę?*”, „*Jak potwierdzić na granicy posiadanie środków finansowych*”.

Część (6%) wątków tematycznych poświęconych jest restauracjom, pytaniom o jedzenie i polską kuchnię oraz shopping: „*Centra handlowe w Warszawie*”, „*Dobre restauracje w Warszawie*”, „*Co koniecznie trzeba skosztować w Polsce*”, „*Jedzenie i shopping w Warszawie na święta*”, „*Shopping w Gdańsku i okolicach*”.

Rosjanie lubią wyjeżdżać za granicę na Sylwestra i ferie zimowe, więc dość dużo pytań dotyczy spędzania Sylwestra w Polsce: „*Jarmarki Bożonarodzeniowe w Polsce*”, „*Sylwester – Malbork czy Gdańsk?*”, „*Do Polski na Sylwestra – pociągiem czy samochodem?*”, „*Warszawa na Święta*”.

Kolejna grupa (4%) tematów dotyczy atrakcji turystycznych – turysta wie, jak chce spędzić czas i szuka miejsca w Polsce: „*Kurorty nad Bałtykiem – gdzie pojechać*”, „*Narty w Polsce*”, „*Termy w Polsce*”, „*Szukam dobrego SPA kurortu*”.

Kolejne tematy dotyczą polskiej waluty i opłat w Polsce: „*Jaką walutę brać ze sobą do Polski?*”, „*Gdzie lepiej wymienić walutę na złote*”, a także sieci komórkowych w Polsce, aptek, itp.

Wszystkie wątki tematyczne mają od 5 odpowiedzi/komentarzy i więcej. Na portalu [www.forum.awd.ru](http://www.forum.awd.ru) ilość wyświetleń każdego wątku wynosi od 200 do 2 000 wyświetleń, co oznacza, że popularność omawianych tematów jest wysoka.

### **Analiza opinii po podróży**

Zostało przeanalizowanych 35 opinii o pobycie w Polsce zamieszczonych na portalach turystycznych [www.otzyv.ru](http://www.otzyv.ru), [www.forum.awd.ru](http://www.forum.awd.ru) w 2017 roku. Do 5 najpopularniejszych miast, które opisują turyści, należą Warszawa, Kraków, Wrocław, Gdańsk, Zakopane.

Najwięcej uwagi w swoich opiniach turyści poświęcają następującym tematom:

1. Zabytki i architektura (opis podstawowych zabytków odwiedzanych miast, kościołów, czasami – historia miasta);
2. Hotel (opis i opinia o hotelu);
3. Praktyczne informacje: dojazd z miasta do miasta lub z lotniska do miasta, gdzie znajdują się w mieście najważniejsze zabytki, sklepy itd., ceny biletów na pociągi lub autobusy, ceny w restauracjach;

4. Kuchnia polska i restauracje. Turyści wysoko oceniają polską kuchnię. Chętnie zamieszczają zdjęcia polskich potraw, piszą o wielkości porcji i o dostępnych cenach w restauracjach.

Wszystkie opinie o podróżach do Polski są pozytywne. Opinie zamieszczone na portalach cieszą się sporym zainteresowaniem wśród planujących swój wypoczynek w Polsce. Na niektórych portalach jest dostępna informacja o ilości wyświetleń postów. Na portalu otzyv.ru ilość wyświetleń wynosi od 800 do 3 500, na forum.awd.ru - średnio od 2 000 do 5 000 wyświetleń postów zamieszczonych w 2017 roku.

## 7. Analiza wybranych działań

### 1. KAMPANIA ZIMOWA

ПОЛЬША. ВАМ ЗДЕСЬ РАДЫ!

Dotychczas najbardziej znanymi, wśród Rosjan, kurortami zimowymi w Polsce były Zakopane, Białka Tatrzańska, Szklarska Poręba i Karpacz. Poniższe działania promocyjne miały za zadanie pokazać również inne miejsca dogodne do uprawiania sportów zimowych w czterech regionach południowej Polski ( Podkarpacie, Małopolska, Śląsk i Dolny Śląsk ). W trakcie kampanii komunikowaliśmy również o innych atrakcjach dostępnych dla turystów w okresie zimowym . Kampania, prowadzona w okresie wrzesień – grudzień'2017 , skierowana była do ludzi młodych i w średnim wieku, w wieku 25 – 55 lat, średniozamożnych, rodzin z dziećmi, obejmowała m.in. :

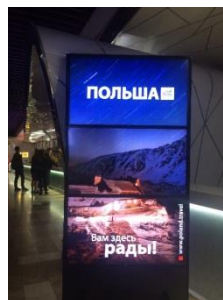
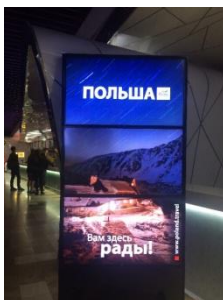
- a) reklamę outdoor w 6 stacjach moskiewskiego metra. Przez okres miesiąca, przy schodach ruchomych prowadzących do najbardziej uczęszczanych linii metra, rozmieszczone były plakaty zapraszające do Polski w okresie zimowym . Zasięg tej akcji wyniósł 4 832 400 osób



- b) emisję bloków tematycznych o czterech regionach południowej Polski : Podkarpacia, Małopolski, Śląska i Dolnego Śląska w radio RELAX . W trakcie audycji każdy z regionów został zaprezentowany, nie tylko jako miejsce do uprawiania sportów zimowych, ale również słuchaczom zaproponowano inne możliwości zimowego wypoczynku. W okresie dwóch tygodni słuchacze radia mieli okazję 15 razy wysłuchać w/w audycji, a także wziąć udział w konkursie, w którym nagrodami były pobyty w obiektach wskazanych przez regiony biorące w akcji. Zasięg kampanii to : 2 196 300 kontaktów.

Ponownie akcja w radio została jeszcze powtórzona w grudniu, bez konkursu, z zasięgiem 2 560 000 kontaktów.

- c) reklama w sieci kin FORMUŁA KINO na terenie wybranych miast Rosji. Była ta emisja, ponad 6 600 razy, sportu promocyjnego Polskiej Organizacji Turystycznej „ Польша – прикэжай и найди свою историю” wyświetlanego bezpośrednio przed najbardziej oczekiwanymi premierami kinowymi tej jesieni w Rosji. Poza emisją spotów, w lobby kin , w cyfrowych totemach wyświetlane były plakaty zapraszające do Polski zimą. Ta sama reklama pokazywała się również w kinowej sieci WIFI. Zasięg : 1 675 994 osób



- d) reklama banerowa na wybranych portalach turystycznych vopusk.ru, otzyv.ru, vokrugsveta.ru i travel.ru . Zasięg łączny : 1 011 778 wyświetleń



- e) wspólna akcja z PLL LOT na środkach transportu miejskiego w Kaliningradzie. Przez okres trzech miesięcy, po ulicach miasta, jeździły trzy obrendowane autobusy komunikacji miejskiej zapraszające do Polski w okresie zimowym z wykorzystaniem nowego połączenia lotniczego Kaliningrad – Warszawa. łączny zasięg całej kampanii to ponad 12 mln



## 1. AKADEMIA ONLINE „JAK SPRZEDAWAĆ KRAJE V4”

W ramach współpracy grupy wyszehradzkiej została przygotowana platforma szkoleniowa( <http://visegrad-group.ator.academy/> ) dla rosyjskich agentów turystycznych z wiedzy o turystycznych atrakcjach naszych czterech krajów. W celu uzyskania certyfikatu potwierdzającego bardzo dobrą znajomość Polski, Węgier, Czech i Słowacji pod kątem turystycznym, należy pomyślnie przejść test w sześciu blokach tematycznych: Miasta, Obiekty UNESCO, Zamki i Pałace, Kurorty i obiekty SPA, Turystyka Aktywna oraz Kulinaria. Platforma jest aktywna przez okres roku ( do października 2018 ) , a najlepsi laureaci otrzymają nagrody ufundowane przez partnerów. W 2018 roku powstanie kolejna część Akademii , tzw. „drugi Semestr” poświęcony już wyłącznie Polsce.



Откройте  
Центральную  
Европу  
[www.discover-ce.eu](http://www.discover-ce.eu)

## 8. Analiza zachowań konkurencji

Niezmiennie, z ponad 50 państw, które prowadzą swoje działania promocyjne na rynku rosyjskim, najbliższą konkurencją dla Polski pozostają kraje grupy wyszehradzkiej, a więc **Czechy, Słowacja i Węgry**. Ma to uzasadnienie w bardzo zbliżonych produktach , które promujemy na rynku rosyjskim. Należą do nich turystyka miejska i kulturowa, turystyka aktywna i zdrowotna. Bez mian, w stosunku do lat ubiegłych, w obszarze turystyki miejskiej największą konkurencją jest dla nas Praga i Budapeszt. Wspominany już wcześniej brak dostatecznej ilości połączeń lotniczych do Polski, w tym przede wszystkim tanich linii, powoduje, że oferty na tzw. wyjazdy city break do Pragi i Budapesztu są zdecydowanie tańsze i dużo atrakcyjniejsze. Natomiast śmiało możemy konkurować w zakresie wycieczek objazdowych, przy czym warto wspomnieć , że istnieje dużo ofert łączących miasta naszych czterech krajów.

Turystyka zimowa to domena Czechów i Słowaków, ale wyłącznie w kontekście uprawiania sportów zimowych, natomiast Polskę wybierają turyści, rodziny z dziećmi, którzy, oprócz uprawiania sportów zimowych, poszukują czegoś więcej, którym zależy na atmosferze miejsca. Z Węgrami konkurujemy w obszarze wypoczynku letniego ( Balaton ), oferując coraz śmieiej pobyty nad polskim morzem i na Warmii i Mazurach. Nie zmienia się sytuacja w zakresie turystyki zdrowotnej, gdzie nasza pozycja jest najsłabsza wśród krajów V4.



Bezpośrednie połączenia lotnicze z kilku miast FR, ale przede wszystkim komercjalizacja produktu – to przewaga innych krajów nad Polską w tym zakresie.

Nasi najbliżsi konkurenci korzystają ze standardowych narzędzi tj. reklama w prasie, organizacja podróży studyjnych, prasowych i blogerskich, udział w warsztatach turystycznych i komunikacja w mediach społecznościowych. Wszyscy uczestniczymy w targach turystycznych MITT w Moskwie, przy czym pozostałe kraje biorą udział jeszcze w innych imprezach targowych na terenie FR. Warto również odnotować, że aktywność branży turystycznej Czech, Węgier i Słowacji w przedsięwzięciach organizowanych przez te kraje w Rosji jest znacząco wyższa od aktywności polskiej branży. Jedynym wyjątkiem są warsztaty turystyczne w Kaliningradzie, organizowane przez ZOPOT Moskwa dwa razy do roku, w których bierze udział min. 10 firm, a zazwyczaj znacznie więcej.

Z projektów wartych wyróżnienia jest akcja Czech przeprowadzona na branżowym portalu turystycznym <http://czech.profi.travel/>, która promowała tematyczne wyjazdy „Czechy – barok dla każdego”. Patronem tej akcji były czeskie linie lotnicze oraz rosyjski touroperator Vedi Tour Group.

Od wielu już lat, pomimo konkurencji, grupa wyszehradzka z powodzeniem realizuje wiele projektów promocyjnych na rynku rosyjskim. W 2017 roku zorganizowaliśmy m.in. road show w Kazaniu, Uljanowsku i Samarze, Festiwal Kultury i Turystyki krajów V4 w moskiewskim Parku Gorkiego oraz imprezę promocyjną na lotnisku Sheremietiewo. Po raz pierwszy stworzyliśmy wspólną platformę szkoleniową dla agentów turystycznych – Akademię Online „Jak sprzedawać kraje V4”. Uczestnicy poznają nasze kraje w 6 blokach tematycznych i po zdaniu testów na określonym poziomie otrzymują certyfikat. Akademia, umieszczona na stronie rosyjskiej izby turystycznej ATOR <http://visegrad-group.ator.academy/>, funkcjonować będzie przez rok – do października 2018r.

Główne kanały sprzedaży ofert naszych konkurentów to sprzedaż agencyjna i własna organizatorów turystyki. Sprzedaż online zajmuje trzecie miejsce.

Przykładowe oferty turystyczne oferowane przez wybranych rosyjskich touroperatorów:

Organizator	Trasa	Długość pobytu	Najniższa cena w EUR
PAC GROUP	<b>Czechy:</b> Praga–Karlove Vary–Czeski Krumlov–Brno–Olomuniec–Kutna Gora–Praga (samolot)	7 dni	606
PAC GROUP	<b>Czechy :</b> City break Praga (samolot)	4 dni	275
PAC GROUP	<b>Węgry:</b> leczenie w Hevitz (samolot)	7 dni	392
TourTransVoyage	Grand Tour <b>Węgry</b> (samolot+ autokar)	9 dni	765
TourTransVoyage	Szlakiem bajkowych zamków: <b>Czechy – Słowacja – Austria</b> (pociąg + autokar)	11 dni	495
TourTransVoyage	<b>Czechy:</b> Praga–Kutna Gora–Czeski Szternberg–Krumlov–Karlove Vary-	8 dni	826

	Drezno		
DSVB	<b>Śladami Habsburgów:</b> Kraków–Budapeszt – Wiedeń – Praga – Wrocław (pociąg –autokar)	10 dni	443
DSVB	<b>Czechy</b> leczenie: Mariańskie łaźnie (samolot)	8 dni	786
DSVB	<b>Węgry:</b> Nowy Rok w Budapeszcie (samolot)	5 dni	621
VAND	<b>Słowacja:</b> Niskie Tatry, Jasna , hotel 3*, 7 BB (dojazd własny)	8 dni	313
VAND	<b>Słowacja</b> leczenie : Piesztany (samolot)	8 dni	900
Danko	<b>Czechy- Niemcy:</b> Praga – Monachium i Zamki Bawarii (cena bez transportu)	7 dni	600
Magazyn Putieshestvij	<b>Stolice imperialnej Europy:</b> Praga – Drezno – Krumlov – Salsburg – Wiedeń – Bratysława – Budapeszt – Eger – Rzeszów (pociąg + autokar)	11 dni	507

## 9. Mierniki działań promocyjnych

L.p.		Rok 2016		Rok 2017	
<b>1.</b>	<b>Podróże studyjne</b>				
	Liczba przyjętych dziennikarzy	13		11	
	Liczba przyjętych przedstawicieli zagranicznych touroperatorów	77		60	
	Liczba VIP lub innych	0		0	
<b>2.</b>	<b>Touroperatorzy</b>				
	Liczba touroperatorów z rynku działania ZOPOT, którzy posiadają w swoich katalogach polską ofertę turystyczną	79		83	
	Liczba touroperatorów z rynku działania ZOPOT, którzy wprowadzili do swoich katalogów polską ofertę turystyczną	0		6	
	Liczba touroperatorów z rynku działania ZOPOT, którzy wycofali ze swoich katalogów polską ofertę turystyczną	10		2	
	Liczba touroperatorów z rynku działania ZOPOT, którzy rozszerzyli w swoich katalogach polską ofertę turystyczną	4		4	
	Liczba przedstawicieli zagranicznych/polskich touroperatorów uczestniczących w warsztatach turystycznych	Z	P	Z	P
		775	82	532	58
<b>3.</b>	<b>Liczba adresów w bazie newslettera</b>				
	system CRM/FreshMail	1964		2133	
	inne niż CRM	-		-	
4.	Liczba wejść na strony internetowe ZOPOT	114458		204835	
5.	Media społecznościowe - liczba osób, które to lubią				
	Facebook	3820		3885	
6.	<b>Liczba uczestników seminariów i prezentacji na temat Polski</b>	150		285	
7.	<b>Wartość artykułów i audycji radiowych i telewizyjnych publikowanych/emitowanych w 2017 roku, liczona według ceny reklamy w EURO</b>				
	na skutek organizacji podróży studyjnych	27880		45632	
	na skutek wszystkich działań PR Ośrodka, w tym podróży studyjnych	49725		53185	

## 10. Współpraca w realizacji działań promocyjnych

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

	Projekt 1		Projekt 2		Projekt 3		Razem	
	2016	2017	2016	2017	2016	2017	2016	2017
Branża	9770	7170	0	0	0	0	9770	7170
Regiony	8455	10210	6800	5840	0	0	15255	16050
Placówki dyplomatyczne	0	0	0	0	0	0	0	0
Inne	5995	6270	0	0	0	0	5995	6270
<b>Razem</b>	<b>24220</b>	<b>23650</b>	<b>6800</b>	<b>5840</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>31020</b>	<b>29490</b>

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

Lp.	Nazwa podmiotu
1.	All Poland
2.	Intour
3.	Furnel Travel
4.	Mazovian Travel
5.	Voyager Kamil Puzio