



POLSKA
ORGANIZACJA
TURYSTYCZNA

Informacja z rynków zagranicznych

29 kwietnia 2020 r.

AUSTRIA

SYTUACJA W BRANŻY TURYSTYCZNEJ

Dużym problemem jest stanowisko linii lotniczych, które nie chcą akceptować zwrotu kosztów w przypadku rezygnacji z wyjazdu. Austriackie Linie Lotnicze podejmują rozmowy w sprawie kredytu w wysokości 500 mln EUR na ratowanie firmy przed bankructwem. Zamknięte hotele proponują wynajem pokoi pod kątem utworzenia Home Office dla firm i osób prywatnych. Trudna sytuacja w liniach lotniczych Austrian Airlines wymaga radykalnych kroków oszczędnościowych. Planowane jest zmniejszenie floty (najstarsze samoloty mają być sprzedane), redukcja personelu pokładowego i naziemnego. Wsparcie ze strony rządu, w tym obszarze, jest obecnie dyskutowane.

Odbudowa turystyki dla gospodarki będzie powolna i w pierwszej fazie uzależniona od turystyki krajowej. Najbardziej dotknięta będzie turystyka miejska i kulturowa, która zależy prawie w 50% od turystów zagranicznych.

RYNEK KONSUMENTA

Wyniki badań zachowań konsumentów przeprowadzone przez media turystyczne wskazują, że budżety urlopowe Austriaków po kryzysie nie ulegną zmianie. 67% ankietowanych planuje swój urlop w kraju. Główne motywy to spotkania rodzinne (89%) i wycieczki (73%). 53% wskazuje chęć spędzenia urlopu w górach lub nad jeziorem. Głównym czynnikiem przy podejmowaniu decyzji w przypadku urlopów rodzinnych pozostaną warunki cenowe - „oczekuję więcej za moje pieniądze”.

Egzotyczne cele wyjazdów nie są obecnie wskazywane przez ankietowanych. Badanie „Familien Insights-Studie 2020” przeprowadzono na bazie 650 rodzin z całej Austrii – <https://www.tiponline.at/news/44082/umfrage-urलाubs-angelaufen-fuer-osterreich>

Zapowiadane jest zniesienie, z dniem 15 maja br., zakazu podróżowania. W pierwszej kolejności dotyczyć to będzie rynku krajowego, potem wybranych krajów Europy. Muzea mają być udostępnione zwiedzającym od 15 maja br., ale muzea państwowe od 01 czerwca br.

BENELUX

SYTUACJA W BRANŻY TURYSTYCZNEJ

Belgia wprowadziła vouchery w dniu 15 marca br. Zgodnie z ustawą, klienci którzy zarezerwowali wycieczkę (pakiet zawierający co najmniej dwa świadczenia) za pośrednictwem organizatora wycieczek i których pobyt został odwołany z powodu pandemii otrzymują voucher na równowartość zakupionej podróży, ważny przez okres maksymalnie 12 miesięcy.

Największy belgijski przewoźnik Brussels Airlines zapowiedział usunięcie do 31 marca 2021 roku ośmiu połączeń - Sewilla, Walencja, Bristol, Hanower, Moskwa, Billund, Marrakesz i Santorini.

RYNEK KONSUMENTA

Według badania Ipsos przeprowadzonego na próbie 2100 osób:

- co piąty Belg anulował swoje letnie wakacje;
- ¾ ankietowanych uważa, że ich plany wakacyjne na lipiec i sierpień nie dojdą do skutku z powodu pandemii koronawirusa;
- ¼ ankietowanych uważa, że wakacje odbędą się zgodnie z planem.

Zauważono brak nowych rezerwacji zagranicznych, z kolei portal Interhome zajmujący się wynajmem apartamentów i domów wakacyjnych odnotował więcej rezerwacji na belgijskim wybrzeżu i w Ardenach. Potwierdza to również organizacja Kusthotels wzw zraszająca hotele na wybrzeżu. Zazwyczaj ok. 20% podróży z co najmniej jednym noclegiem odbywa się w Belgii, w tym roku liczba ta może wzrosnąć. Możliwe jest również, że kryzys wpłynie negatywnie na siłę nabywczą Belgów, którzy w związku z tym mogą przełożyć wakacje lub z nich zrezygnować.

CHINY

SYTUACJA W BRANŻY TURYSTYCZNEJ

Na początku kwietnia w Chinach wypadały święta (odpowiednik naszego Święta Zmarłych) i przedłużony weekend, który był pierwszą okazją do zaobserwowania czy turystyka krajowa zaczyna się już odbudowywać. Zgodnie z badaniami przeprowadzonymi przez China Tourism Academy w weekend ten odbyło się ponad 43 miliony podróży krajowych a wiele z atrakcji turystycznych było bliskie osiągnięcia limitu dopuszczalnej liczby odwiedzających.

Szacuje się, że na obecną chwilę około 70% obiektów turystycznych w Chinach zostało ponownie otwartych. Wszystkie z nich wprowadziły dodatkowe środki bezpieczeństwa w postaci m.in.:

- mierzenia temperatury na wejściu do obiektów;
- limitów dziennej/godzinowej liczby odwiedzających;
- obowiązku wcześniejszego zakupu biletów online (możliwość bezkontaktowego zwiedzania);
- obowiązku okazania (w postaci rejestru z sieci komórkowej), gdzie się przebywało w ostatnich dwóch tygodniach - ten ostatni punkt szczególnie obowiązuje obecnie obcokrajowców i został wprowadzony dodatkowo m.in. w budynku, w którym znajduje się biuro Ośrodka.

10 marca 2020 r. Urząd Miasta Pekin podsumował, że w pierwszym kwartale turystyka w mieście zmalała o 70% (o 44 miliony przyjazdów) w porównaniu z rokiem poprzednim. Szacują, że wprowadzenie stanu epidemii w styczniu spowodowało zamknięcie 181 atrakcji turystycznych w Pekinie i 3016 agentów turystycznych, a od stycznia do początku marca jedynie 50% hoteli (klasyfikowanych w systemie) wróciło do normalnej działalności.

RYNEK KONSUMENTA

Według opublikowanych w ostatnich tygodniach wyników badań ankietowych, to poczucie bezpieczeństwa zapewniane przez atrakcje turystyczne i hotele (możliwość zameldowania się

online, bez potrzeby kontaktu z obsługą hotelu) może być obecnie jednym z czynników mocno wpływających na podejmowane przez turystów decyzje podróżnicze.

Przewiduje się, że turystyka zacznie odradzać się począwszy od podróży krajowych - punktem zwrotnym ma być w tym wypadku długi weekend majowy. Następnie będą to podróże do pobliskich krajów azjatyckich, a dopiero w dalszej kolejności dalekie podróże do Europy, USA i Australii, z tym że najwcześniej w drugiej połowie roku. Touroperatorzy przewidują, że wśród kierunków europejskich najpierw odbudują się te z Europy Wschodniej, gdyż mniej były dotknięte przez wirusy, a niektóre z kierunków oferują nawet podróże bez wiz.

Bardzo duże znaczenie w odbiorze danego kraju przez obywateli Chin ma fakt, jak przebiega w tym kraju rozwój pandemii (liczba zachorowań), jakie kroki podejmuje rząd by z nią walczyć (społeczne wsparcie dla stanowczych kroków) oraz jak zachowują się w tym trudnym czasie obcokrajowcy przebywający w Chinach. Niestety było kilka przypadków, gdy obywatele UE nie przestrzegali w Chinach obowiązkowej kwarantanny, chodzenia w maskach itp. (w tym dyplomaci) i odbiło się to szerokim echem w mediach, pobudzając negatywne skojarzenia z danym krajem.

Choć turystyka krajowa będzie odgrywała obecnie kluczową rolę i rządowi zależy na tym, by turyści podróżowali w kraju, na chwilę obecną nie zostały uruchomione jeszcze żadne działania państwowe mające na celu promocję turystyki krajowej. Na tę chwilę kładziony jest nadal główny nacisk na bezpieczeństwo. Rząd zachęca by w miarę możliwości przebywać w domach. Zmiana w komunikatach przewidywana jest bliżej weekendu majowego.

Badania pokazują, że w najbliższych podróżach Chińczycy będą szczególnie zainteresowani miejscami blisko natury (stąd dużą popularnością cieszy się Yunnan w Chinach), gdzie prawdopodobieństwa bycia zarażonym jest mniejsze. Jako środek podróży będą preferowali samochód i zdecydowanie będą starali się unikać podróży autokarowych. Tutaj tworzy się szansa dla Polski - na chwilę obecną nie akceptujemy chińskiego prawa jazdy (Chińczycy muszą posiadać prawo jazdy międzynarodowe, którego nie da się wyrobić w Chinach, bądź zdawać u nas egzamin), gdyż Chiny nie były stroną konwencji. Niektóre kraje w Europie (w tym Niemcy, Francja) sobie z tym poradziły i pozwalają na prowadzenie samochodów, o ile Chińczycy wcześniej przetłumaczą swoje prawo jazdy i zalegalizują je w ambasadzie. Czechy od dłuższego czasu zastanawiają się jak umożliwić Chińczykom najem samochodów u nich w kraju.

Z przedstawionych badań dotyczących kwietniowego długiego weekendu najważniejsza informacja jest taka, że w jego trakcie turystyka w Chinach plasowała się na poziomie 50% ruchu, porównując z rokiem poprzednim. Większość podróży miała charakter bardzo lokalny (odwiedzanie atrakcji we własnym mieście bądź mieście obok). Zbliżający się weekend majowy oferuje aż 5 dni wolnych w Chinach i oczekuje się zdecydowanie większego ruchu w tym okresie. Do tej pory rząd nadal odradza podróżowanie, zachęca do pozostawania w domach i przewiduje się, że weekend majowy może być zwrotnym w retoryce rządu.

- Wzmożony rozwój turystyki indywidualnej po zakończeniu pandemii:
<https://jingtravel.com/the-near-future-of-chinese-group-and-fit-travel/>

- Inspiracja z Chin - aplikacja łącząca hotele z personelem medycznym: <https://dragontrail.com/resources/blog/app-brings-together-hotels-medical-staff-to-fightcovid-19>
- Inspiracja z Chin - muzea, które starają się niwelować straty spowodowane zamknięciem obiektów, poprzez sprzedaż pamiątek muzealnych online: <https://jingtravel.com/hermitage-museum-launches-on-tmall/>
- Podsumowanie różnych ostatnich badań dotyczących planów podróżniczych Chińczyków po zniesieniu restrykcji: <https://www-cnn-com.cdn.ampproject.org/c/s/www.cnn.com/travel/amp/china-travelrecovery-domestic/index.html>
- Turystyka po COVID, nowe trendy: <https://jingtravel.com/vr-travelers-pre-sale-deals-hotel-robots-coronavirus/>
- Inspiracje dla muzeów: <https://judithbenhamouhuet.com/how-museums-are-responding-to-the-crisis-the-reactions-of-directors-from-los-angeles-to-saint-petersburg-1/>
- Inspiracje dla muzeów, promocja na Tik Tok: <https://jingtravel.com/tiktok-douyin-15-minutes-grow-audience/>
- Promocja marek w Pekinie w kolejnych fazach kryzysu: <https://walkthechat.com/covid-19-what-can-western-companies-learn-from-chinese-brands/>
- Nagrania z trzech dni wirtualnego forum organizowanego przez Destination Think (planowanie strategiczne w kryzysie, komunikacja w trakcie pandemii, jak wspierać swoich partnerów biznesowych): <https://destinationthink.com/blog/virtual-forum-day-1-strategic-planning-covid-19-crisis/>
- wpływ turystyki z Chin na odbudowę po okresie pandemii: <https://skift.com/2020/04/21/what-role-will-chinese-outbound-tourism-play-in-post-crisis-travel/>
- Jak tour operatorzy sprowadzający zagranicznych turystów do Chin planują zmienić swoje działania po pandemii: [https://skift.com/2020/04/10/chinas-travel-players-stepping-out-of-coronavirus-crisis-with-renewed-local-focus/?](https://skift.com/2020/04/10/chinas-travel-players-stepping-out-of-coronavirus-crisis-with-renewed-local-focus/)
- Ankieta dotycząca sentymentów podróżniczych ale przygotowana na rynku amerykańskim: <https://www.nytimes.com/2020/04/15/travel/q-and-a-coronavirus-travel.html>
- Odbudowa lotów krajowych w Chinach: <https://www.moodiedavittreport.com/iata-warns-of-slow-recovery-in-consumer-confidence-post-covid-19/>
- przewidywania dot. turystyki w Chinach w długi weekend majowy: <https://jingtravel.com/revenge-travel-spark-rebound-labour-day/>

CZECHY

SYTUACJA W BRANŻY TURYSTYCZNEJ

Czesi przygotowują bon turystyczny wyłącznie na potrzeby swojego rynku wewnętrznego, dostępny online dla każdego Czecha. Jest on obecnie w fazie dopracowywania.

Większość działań skierowana jest na rynek krajowy, w związku z planowanym od 8 czerwca otwarciem obiektów hotelowych. Obecnie otwarte są już parki i tereny rekreacyjne.

Planuje się, że kampanie reklamowe na rynkach zagranicznych, zachęcające do przyjazdu do Czech, będą realizowane jesienią br.

Czeskie biura turystyczne nie rezygnują całkowicie z organizacji wyjazdów zagranicznych – proponują utworzenie specjalnych „korytarzy” turystycznych do krajów mniej dotkniętych przez pandemię. Numerem jeden wśród tych krajów miałyby być Chorwacja, w dalszej kolejności Słowenia, Wietnam, Tajlandia i część Afryki, oczywiście pod warunkiem, że sytuacja związana z epidemią w tych krajach się poprawi a samoloty zaczną latać. Mówi się również o Polsce, jako rynku potencjalnych wyjazdów.

Są przewidywania, że wyjazdowa turystyka zagraniczna może zacząć funkcjonować na początku lipca br.

FRANCJA

SYTUACJA W BRANŻY TURYSTYCZNEJ

Wprowadzenie 23 punktowych zaleceń Światowej Organizacji Turystyki, w ramach szerokiego pakietu solidarnościowego we Francji, mieści się w programie rządowym:

- 18 miesięczny voucher dla posiadaczy wykupionego i niezrealizowanego pakietu wyjazdowego.
- 12 miesięczny Avoir/Voucher Air France. Linia lotnicza na dzień dzisiejszy nie zwraca kosztów utraconego biletu w okresie od 16 marca do 29 kwietnia br.
- 75% pokrycia kosztów pensji pracowników w przypadku utraty 100% przychodów w okresie trwania pandemii na okres 3 miesięcy. Straty w I kw. 2020, to wedle statystyk ponad 50 milionów nocy w obszarze turystyki wewnętrznej i przyjazdowej. W analogicznym okresie 2019 roku, do Francji przyjechało 17 milionów turystów, z czego 78% z krajów UE.

Okres anulacji vouchera zmieniającego termin podróży w ramach pakietów turystycznych wykupionych przed epidemią, ale po 17 marca br., został wydłużony do 15 września br.

Air France poinformowało o etapowym otwarciu nieba. W maju planowane jest uruchomienie połączeń krajowych we Francji. Dotyczy to także terenów zamorskich. Lotnisko Orly ma być stopniowo otwierane. Loty zagraniczne mają być otwarte od lipca, w tym loty do Polski.

Organizacja ważnych, międzynarodowych wydarzeń na rynku turystycznym tj. targów DTEX w Marsylii oraz targów TOP RESA w Paryżu nadal jest potwierdzona na jesień br.

RYNEK KONSUMENTA

Rozpoczęła się kampania na rzecz przyszłości po pandemii. Hasło brzmi: #PartezEnFrance. Popyt na produkty turystyki wewnętrznej ma być pobudzony poprzez wprowadzenie czeków wakacyjnych i ulg dla różnych grup społecznych.

HISZPANIA

SYTUACJA W BRANŻY TURYSTYCZNEJ

W turystyce wyjazdowej nastąpiła zmiana nastrojów wśród hiszpańskich agentów podróży. Pod koniec marca sektor ten przewidywał wznowienie podróży zagranicznych w okresie letnim. Obecnie twierdzi się (prawie 81% badanych agentów podróży), że może to nie nastąpić w tym roku. Wg badania Bookingfax, sytuacja finansowa biur podróży pogarsza się – 16% jest na skraju bankructwa. Najważniejszym zadaniem dla sektora turystycznego jest przetrwanie przedsiębiorstw turystycznych.

Wg Deloitte, reaktywacja ruchu wyjazdowego ruchu turystycznego rozpocznie się pod koniec jesieni, a krajowa pod koniec sezonu letniego. Branża hotelarska liczy jednak na podróże krajowe od 1 czerwca br.

Przewiduje się, że ze względu na zasięg informacji dotyczących sytuacji sanitarnej w Hiszpanii, a także ewentualne restrykcje, Hiszpania najprawdopodobniej nie będzie przyjmowała turystów zagranicznych w 2020 r. Obserwatorzy wskazują też na problemy, które mogą mieć kierunki podróży kojarzone z turystyką masową, ze względu na zmianę zachowań konsumenta. Szybciej będą wychodzić z kryzysu mniejsze i zazwyczaj mniej popularne kierunki turystyczne (tzw. interior Hiszpanii, turystyka w obszarach wiejskich, aktywna oddalona od dużych skupisk ludzkich). Kierunki turystyki masowej i obiekty będą musiały zmienić swoją politykę przyjmowania turystów z punktu widzenia nowych wymogów sanitarnych.

Zakłada się, że turystyka krajowa odrodzi się jako pierwsza. Analitycy zajmujący się promocją Hiszpanii na rynkach zagranicznych uważają, że nie należy jednak zaniechać promocji i komunikacji zagranicznej, a pracować nad zmianą jej strategii.

W związku z zapowiadaniem opóźnieniem odrodzenia się rynku turystycznego (zagraniczna turystyka przyjazdowa) zwiększono szacunek strat w sektorze turystycznym o 81,4% PKB w stosunku do poprzedniego roku (ponad 124 miliardy euro). Odzyskanie turystów jest ściśle związane z komunikowaniem o bezpieczeństwie sanitarnym.

Wzrosła liczba organizowanych seminariów online poświęconych zdefiniowaniu wyzwań dla destynacji i przedsiębiorców turystycznych w związku z epidemią oraz rzeczywistości po pandemii.

Tezy występujące w przekazach podczas seminariów, to:

- Bezpieczeństwo sanitarne będzie priorytetowe
- Rola agenta podróży nabierze większego znaczenia (badanie Barómetro Turístico BrainTrust).

Zapowiadana jest wysoka recesja gospodarki hiszpańskiej - prognozowany spadek PKB o 8%. Nadzieję na pewne ograniczenie szkód gospodarczych budzi przeznaczenie 25% z pomocy UE na turystykę.

RYNEK KONSUMENTA

Ogólnie jest poprawa nastrojów z uwagi na ostatnio publikowane dane statystyczne świadczące o mniejszej liczbie osób zakażonych i zgonów. Nie przekłada się to jednak na temat

planowania podróży, gdyż nadal nie jest to priorytet (brak decyzji rządu Hiszpanii w jaki sposób nastąpi stopniowe odwoływanie alarmu zagrożenia epidemiologicznego).

Według wyników ankiety, z dnia 14 kwietnia 2020 roku,

(<https://www.europapress.es/turismo/nacional/noticia-688-espanoles-planea-pasarvacaciones-pais-ano-estudio-20200414123622.html>),

prawie 94% ankietowanych zamierza wyjechać na wakacje, a wśród tej grupy prawie 69% planuje je w Hiszpanii (turystyka krajowa). Czterech z dziesięciu badanych zamierza wydać więcej na wakacje niż w latach ubiegłych. Pożądane w pierwszej kolejności zagraniczne kierunki wyjazdu to Włochy, Ameryka Łacińska, Francja i Wielka Brytania. Kierunki/aktywności podczas wakacji:

- prawie 50% wybierze pobyty na plaży,
- 26% wypoczynek w górach,
- prawie 25%, zwiedzanie miast.

HOLANDIA

SYTUACJA W BRANŻY TURYSTYCZNEJ

SGR (organizacja non-profit mająca na celu ochronę konsumentów przed upadłością firm), do której należy większość touroperatorów holenderskich, we współpracy z ANVR, wprowadziła od 16 marca br. możliwość wystawienia tzw. Corona-vouchera klientom anulowanej podróży. Cały proces wydawania voucherów i restytucji będzie kontrolowany przez organizację konsumencką ACM.

W porównaniu do ubiegłego roku drastycznie spadł poziom zainteresowania noclegami w hotelach - z 75 do 12%.

Kryzys dotknął również linie lotnicze. Ilość przelotów zmniejszyła się o 78%. Linie lotnicze Transavia zawiesiły wszystkie swoje loty do 6 maja. Linie lotnicze zamiast oferowania możliwości przebukowania będą oferować vouchery do wykorzystania w późniejszym czasie.

Nie ma zakazu wjazdu dla turystów zagranicznych, ale turyści przyjeżdżający z USA mają obowiązek 14 dniowej kwarantanny. Poziom „obłożenia” hoteli spadł do 10%.

Ponad połowa z istniejących na terenie Holandii kempingów i parków wakacyjnych obawia się o swoje przetrwanie; 70% z nich jest zamkniętych.

Organizacje konsumenckie chcą lepszej ochrony w przypadku voucherów wydawanych przez linie lotnicze; produkty te spotykają się z krytyką, a w szczególności podkreślane jest że zawierają one ukryte koszty, nie obejmują np. kwot związanych z bookingiem bagaży i nie chronią wystarczająco konsumentów w przypadku upadłości linii.

Badania prowadzone przez specjalistów z banku Rabobank wykazały, że jak do tej pory branża turystyczna oraz firmy z sektora związanego ze spędzaniem wolnego czasu straciły w II kw. od 53 do 80% swoich normalnych dochodów; z prognoz banku wynika, że jeśli dojdzie do

rozluźnienia reguł i powrotu do pewnej normalności to straty w sezonie letnim dla tych podmiotów będą na poziomie -30 pkt. proc.

Badana opinii publicznej (CBS i VakantieDiscounter): 78% osób, które zaplanowały swoje wakacje na lipiec br. uważa że nie dojdą one do skutku; bardziej pozytywne podejście jest do perspektywy wyjazdów w sierpniu, tj. 57% ankietowanych uważa, że te wakacje się odbędą

Gminy utraciły do tej pory 49 mln euro z wpływów z podatków turystycznych.

Kryzys ma wpływ na sytuację 631 tys. osób zatrudnionych w zawodach/firmach związanych z sektorem spędzania wolnego czasu (turystyka, gastronomia, sport, wellnes, muzea, kina, sale kongresowe, itp).

Z uwagi na obowiązujące obostrzenia w zakresie podróżowania, ANVR (Holenderskie Stowarzyszenie Agentów Podróży i Touroperatorów) zaleca nie podejmowanie działań sprzedażowych do 29 maja br.

RYNEK KONSUMENTA

Badana opinii publicznej (CBS i VakantieDiscounter): 78% osób, które zaplanowały swoje wakacje na lipiec br. uważa że nie dojdą one do skutku; bardziej pozytywne podejście jest do perspektywy wyjazdów w sierpniu, tj. 57% ankietowanych uważa, że te wakacje się odbędą

Wyniki ankiety przeprowadzonej w kwietniu br. przez firmę Multiscope:

- 83 % Holendrów chce wyjechać na wakacje, gdy będzie tylko taka możliwość;
- 26 % deklaruje spędzenie wakacji we własnym kraju;
- 65 % deklaruje spędzenie wakacji w Europie;
- 9% deklaruje wyjazd do innych krajów.

Wyniki ankiety przeprowadzonej wśród osób odwiedzających stronę www.Holland.com podają, że 40 % ankietowanych zamierza jeszcze w tym roku odwiedzić Holandię. Pozwala to przewidywać, że turystyka przyjazdowa do Holandii może dość szybko się odbudować.

IZRAEL

Izrael był jednym z pierwszych krajów na świecie (przed Europą i USA), który zwrócił się do wszystkich Izraelczyków powracających z zagranicy o 14 dniowy czas izolacji oraz zamknął granicę dla obcokrajowców.

Większość Izraelczyków zastosowała się do zaleceń, co bardzo pomogło w walce z epidemią. Wyjątek stanowiły grupy religijne, które zaczęły przestrzegać zasad dość późno i dlatego większość obecnych chorych osób należy do tych grup segmentów i/lub osób starszych.

SYTUACJA W BRANŻY TURYSTYCZNEJ

Wiodące biura podróży nadal pracują prawie regularnie, sprzedając bilety dla Izraelczyków, chcących wrócić do domu z całego świata, w tym również bilety na loty specjalne. Przewiduje się, że większość z pracowników wróci do biur w maju.

Przepisy dotyczące branży turystycznej podczas koronawirusa:

- Izraelczycy, którzy przybywają z zagranicy, najczęściej korzystają z izolacji na 14 dni;

- Osoby z innymi niż Izraelskie paszporty nie są wpuszczane do Izraela;
- 95% z lokalnych hoteli jest zamknięta.

Ponieważ większość granic na całym świecie została zamknięta z powodu koronawirusa, działalność większości linii lotniczych w Izraelu została zawieszona. Dozwolone są loty operacyjne w oparciu o powyższe ograniczenia, na przykład: codzienne loty do Nowego Jorku są nadal obsługiwane tylko dla Izraelczyków przez United Airlines. W Izraelu istnieją 3 linie lotnicze: ELAL, Arkia i Israir - wszystkie z nich zawiesiły regularne loty międzynarodowe, ale obsługują wiele „lotów ratowniczych”, aby sprowadzić Izraelczyków z powrotem do domu i/lub „lotów specjalnych” i/lub lotów krajowych.

Linia ELAL planuje rozpocząć regularne loty od czerwca, jeśli otrzyma pomoc finansową od państwa w postaci pożyczki.

RYNEK KONSUMENTA

Od końca kwietnia będzie można otwierać parki, rezerwy przyrody, obiekty AIRBNB, kurorty, wioski wakacyjne i małe hotele, w których w każdym pokoju znajduje się kuchnia, a następnie w kolejnym etapie otwierane będą również zwykłe hotele.

Barometr podróży - teraz i po koronawirusie.

Większość Izraelczyków czekając na otwarcie granic i wznowienie podróży, czyta o miejscach docelowych, pisze komentarze online, marzy i planuje. Ponieważ jednak jest to pierwszy przypadek tego rodzaju „sytuacji wirusowej”, nikt tak naprawdę nie wie, jak i kiedy to się stanie, ponieważ zależy to również od statusu innych państw i znoszenia ograniczeń w przepisach.

Lokalna branża wierzy, że podróżni najpierw wybiorą miejsca docelowe, w których czują się bardziej komfortowo i bezpieczniej, na podstawie tego, co oferują (np. miasta połączone z przyrodą, jeziora, krajobrazy, otwarte miejsca, hotele na wysokim poziomie itp.), regulacje związane z przekroczeniem granic do poszczególnych krajów i inne lokalne przepisy.

JAPONIA

SYTUACJA W BRANŻY TURYSTYCZNEJ

W Japonii turystyka praktycznie zamarła. Loty międzynarodowe zostały właściwie całkowicie zatrzymane. Turyści prawie z całego świata mają zakaz wjazdu do Japonii. W związku z powyższym większość branży turystycznej zawiesiła swoją działalność. Niektóre firmy już planują zwolnienia (nawet 50% redukcji zatrudnienia).

W sytuacji pandemii prawo japońskie zezwala na ograniczenie zarobków pracowników w celu ochrony przedsiębiorstwa i zatrudnienia. Wielu pracowników oczekuje w domach na rozwój wydarzeń. Niektóre biura podróży prowadzą pracę rotacyjną. Do pracy przychodzą na zmianę menedżerowie, żeby zabezpieczyć podstawowe funkcje w firmach.

Nie są jak dotąd prowadzone rozmowy nt. przyszłości, przyszłych działań mających podnieść branżę turystyczną z kryzysu.

Większość podmiotów w branży turystycznej (agenci, touroperatorzy) pracuje w trybie „home office” lub rotacyjnym. Niektórzy najwięksi agenci nawet zawiesili działalność do czasu zakończenia stanu wyjątkowego. Pracownicy pozostają w domach i w ogóle nie wykonują pracy. Branża powoli przestawia się na działalność on-line.

Przewiduje się (JATA), że jeżeli kryzys bezpośrednio związany z COVID zakończy się do końca czerwca br., to działania promocyjne będą mogły być wznowiane:

- Promocja turystyki krajowej – lipiec/sierpień;
- Promocja turystyki wyjazdowej do pobliskich krajów – wrzesień/październik ;
- Promocja turystyki długodystansowej – listopad/grudzień.

Rekordowo niskie wskaźniki odnotowuje branża hotelarska. Średni wskaźnik obłożenia pokoi w 122 hotelach, które wzięły udział w badaniu, wyniósł 32,3%, co oznacza spadek o 52,6 punktów w porównaniu z tym samym miesiącem ubiegłego roku. Najwyższy spadek zanotowano w regionie Osaki o 72,8 punkty do 14,9%.

W marcu w Japonii zanotowano rekordowe spadki liczby turystów odwiedzających Japonię i wyjeżdżających z Japonii – turystyka przyjazdowa spadła o 93%, wyjazdowa o 86%.

KOREA

Podobnie jak w Japonii rynek turystyczny w Korei praktycznie zamarł, jednak sytuacja powoli się odbudowuje. Większość firm w branży turystycznej wciąż jeszcze nie wznowiła regularnej pracy. Swoją działalność rozpoczęły instytucje promujące turystykę krajową. Np. Seoul Tourism Organisation prowadzi kampanię pt. „Zrób piękne wiosenne zdjęcie w Seoulu”. Używane są hasztagi #SeoulNow oraz #StayStrongSeoul. Obiekty turystyczne pozostają zamknięte, ale przygotowano możliwość oglądania ich on-line.

NIEMCY

SYTUACJA W BRANŻY TURYSTYCZNEJ

Lufthansa podała informacje o likwidacji Germanwings, największej spółki córki Lufthansy. Ekspersi i analitycy Lufthansy przewidują, że odbudowa ruchu pasażerskiego na poziomie sprzed kryzysu potrwa kilka lat.

Szczególnie złe nastroje panują w branży gastronomicznej i hotelarskiej po decyzji rządu zakazującej do 04.05.20 prowadzenia działalności, gdy np. od 20.04.20 pozwolono działać zakładom fryzjerskim). Narodowe Organizacje tych krajów, które posiadają swoje przedstawicielstwa w Niemczech promują w kanałach internetowych wirtualne odwiedziny lub nie są zbyt aktywne.

Przewiduje się, że turystyka autokarowa, może ożywić się pod koniec roku.

W dniu 17 kwietnia br. Prezes DZT wypowiedziała się na temat sytuacji w turystyce, w dobie pandemii. Powiedziała między innymi:

- Jeśli zniesione zostaną ograniczenia dotyczące wyjazdów i podróży przewiduje się, że do Niemiec przyjadą przede wszystkim indywidualni turyści z Europy. W przeszłości

około 70% przyjazdów do Niemiec pochodziło z Europy, zwłaszcza z krajów sąsiadujących.

- Ponad połowa przyjeżdżających podróżuje do Niemiec samochodem. Oznacza to, że Niemcy są ponownie dostępne jako cel podróży dla najbardziej zainteresowanych stron z Europy.
- W przyjazdach z rynków zamorskich nie oczekuje się ożywienia do 2021 lub 2022 r. (w kontekście sytuacji w lotnictwie).

W kontekście tej wypowiedzi, w najbliższej przyszłości rozwijać się będzie turystyka indywidualna z Niemiec do Polski, w miejsca gdzie można będzie dojechać samochodem ewentualnie koleją. Na samym początku będzie to turystyka bliska - regionalna, w przypadku Polski do województwa zachodniopomorskiego, wielkopolskiego, dolnośląskiego, lubuskiego. Badania Viselio pokazują niechęć potencjalnych turystów do wielkich ośrodków miejskich, jako potencjalnie niebezpiecznych. Nie wiadomo jak trwały będzie ten trend.

ROSJA

RYNEK KONSUMENTA

Nastroje Rosjan, w obliczu rosnącej liczby zachorowań uległy pogorszeniu. Wciąż jednak panuje przeświadczenie, że jeżeli tylko granice zostaną otwarte, to Rosjanie gotowi są na wyjazdy.

Portal turystyczny ostrovok.ru przeprowadził badanie wśród 1500 czytelników i zadał pytanie: *Jakich podróży Panu/Pani najbardziej brakuje?*. Wyniki:

- ponad 49% respondentów tęskni za wyjazdami do Europy,;
- 37% chciałoby pojechać nad morze;
- 16% chce podróżować po Rosji.

Rosyjskie Stowarzyszenie Biur Turystycznych wystąpiło do rządu z wnioskiem o rozszerzenie systemu elektronicznych wiz turystycznych o Moskwę, Soczi i Kazań. Wnioskodawca chciałby, żeby przyjęcie tego rozwiązania zaczęło obowiązywać do 01.06.20. Dotychczas taki system obejmuje Kaliningrad, Petersburg i Dalekowschodniego Okręgu Federalnego.

W rosyjskim parlamencie jest złożony projekt wprowadzenie elektronicznych wiz do całej Federacji Rosyjskiej dla obywateli wybranych krajów, począwszy od 01.01.2021.

SKANDYNAWIA

Szwecja

W kraju obowiązuje zakaz podróżowania do 15 czerwca 2020 roku. Szwedzi znacznie ograniczyli wyjazdy do rodzin w okresie Świąt Wielkanocy a ci, którzy zdecydowali się opuścić duże miasta spotkali się z nieprzyjaznym zachowaniem mieszkańców małych miasteczek.

Wynika to głównie z potrzeby ochrony lokalnej służby zdrowia przed naporem przypadków spoza własnego miejsca zamieszkania.

Pojawiają się pierwsze rezerwacje hotelowe w kraju na sezon letni. Sytuacja branży turystycznej stopniowo się pogarsza. Odwoływane są duże wydarzenia kulturalne.

Norwegia

Udało się przedłużyć dotychczasowy, 14-dniowy termin wypłaty zwrotu za przedpłacony wyjazd turystyczny, do 3 miesięcy. Linie lotnicze, będąc same w trudnej sytuacji finansowej, nie zwracają kosztów wykupionych i niezrealizowanych biletów.

Urząd Ochrony Zdrowia zaleca planowanie wakacji w kraju. Na dzień dzisiejszy nie wiadomo, czy będzie wolno podróżować bez ograniczeń po Norwegii, czy będzie można przekroczyć granice, czy będzie obowiązywać kwarantanna, ale odpoczynek w kraju jest to najbezpieczniejsza forma letnich wakacji. Obecnie jest czas ich planowania.

Akcje Norwegian Air gwałtownie tracą na wartości. Aby uzyskać pomoc państwa zarząd firmy proponuje zaliczyć do kapitału firmy wszystkie zobowiązania kredytowe.

Biura podróży, które sprzedały wyjazdy pakietowe, odwołane ze względu na wirusa, mają przekazać dane klientów do Turystycznego Funduszu Gwarancyjnego i ten dokona zwrotów. Ze względu na dużą liczbę przypadków zajmie to jednak trochę czasu. Biura mają czas na to do 30 kwietnia. Zgłoszenia klientów nie będą rozpatrywane.

STANY ZJEDNOCZONE

SYTUACJA W BRANŻY TURYSTYCZNEJ

W coraz dłuższej perspektywie czasowej odwoływane są branżowe eventy np. Stowarzyszenie Adventure Travel Trade Association odwołało swój światowy kongres zaplanowany na październik 2020 r. Linie American Airlines wycofały się z planu uruchomienia bezpośredniego połączenia do Polski w 2020 r. Zamiar ten linia podtrzymuje na 2021 r.

RYNEK KONSUMENTA

Eksperti przewidują, że tuż po zakończeniu ograniczeń związanych z podróżami turyści będą wykazywać głównie zainteresowanie wyjazdami krótkoterminowymi, na początek w niedużej odległości od domu – na weekend, na kilka dni w opcji last minute.

Według ankiety TripSout: <https://tripsout.co/coronavirus/>:

- 77% turystów musiało przełożyć wyjazd z powodu epidemii;
- 85% z tej grupy otrzymała lub liczy na otrzymanie chociaż częściowego zwrotu poniesionych kosztów;
- większość ankietowanych stwierdziła, że ubezpieczenie podróży nie okazało się pomocne w sytuacji pandemii;
- 90% turystów planuje podróż jeszcze w tym roku;
- 60% planuje odbyć tyle samo podróży, co planowali przed wybuchem epidemii;
- 70% ankietowanych planuje podróże w ciągu najbliższych 6 miesięcy;

- 34% turystów dokonuje obecnie rezerwacji, które podlegają zwrotowi.

UKRAINA

SYTUACJA W BRANŻY TURYSTYCZNEJ

W ramach wsparcia przedsiębiorców turystycznych obowiązują na razie decyzje podjęte w stosunku do całego biznesu. Zatrzymanie gospodarki nastąpiło na Ukrainie znacznie później niż w zachodniej Europie, zatem ostateczne decyzje są na razie przygotowywane i konsultowane.

W chwili obecnej 97 % obiektów hotelowych pozostaje zamkniętych, pracują tylko te, które na specjalnych zasadach przyjmują osoby objęte kwarantanną.

RYNEK KONSUMENTA

Obecnie, na oficjalnej stronie ukraińskiej służby granicznej oraz w serwisie informacyjnym COVID-19 można znaleźć informacje, że rząd rekomenduje wstrzymanie się od wyjazdów za granicę, jednak w razie konieczności można tego dokonać, wyłącznie samochodem, przez wymienione w bardzo okrojonym spisie, wybrane przejścia graniczne. Niestety, powszechna jest obawa, że Unia Europejska nieprędko otworzy swoje granice dla cudzoziemców, podobnie jak inne kraje o znaczeniu turystycznym. Chociaż nie ogłoszono żadnych badań rynkowych, które mogłyby to uwiarygodnić, można odnieść wrażenie, że Ukraińcy nie stracili chęci do wyjazdów zagranicznych. Obawiają się jednak, że sytuacja na świecie im to uniemożliwi. Stąd całkowity zastój w biurach turystycznych, brak sprzedaży czy rezerwacji w związku z brakiem możliwości wyznaczenia jakichkolwiek terminów.

Przewiduje się, że międzynarodowe połączenia lotnicze z Ukrainy zostaną uruchomione pod koniec sierpnia lub we wrześniu.

WIELKA BRYTANIA

SYTUACJA W BRANŻY TURYSTYCZNEJ

Sprawa wprowadzenia voucherów nadal nie została rozstrzygnięta. Mimo nacisków ze strony ABTA, rząd nie podjął do tej pory żadnych działań. W związku z powyższym ABTA rozpoczęła ogólnokrajową kampanię informacyjną, której celem jest dokonanie zmiany w obowiązującym prawie, dzięki której będzie można zaoferować klientom Vouchery, a nie zwracać gotówkę. Postulaty to: wprowadzenie voucherów oraz wydłużenie terminu z 14 dni do 4 miesięcy w przypadku zwrotu gotówki.

Prawdopodobnie zostanie oficjalnie zakazana sprzedaż biletów lotniczych. Obecnie linie takie jak: EasyJet, Tui oraz British Airways nadal przyjmują rezerwacje na loty od poł. kwietnia do końca bieżącego roku. Ograniczana też jest stopniowo siatka połączeń krajowych. Jet2Holdiays planuje przywrócenie lotów w czerwcu. TUI planuje rozpocząć w czerwcu ponowną sprzedaż pakietów wyjazdowych

Ostatnie badania wykazały, że mimo zamkniętych granic Travel Agenci nadal notują sprzedaż wyjazdów. Głównie są to wyjazdy do Stanów Zjednoczonych i na Karaiby – termin, to zima 2020 oraz 2021. Wstępnie szacuje się, że linie lotnicze będą bardziej odczuwały skutki koronawirusa niż sektor hotelowy. Wstępne modele wskazują, że od czasu zakończenia się pandemii, branża turystyczna potrzebuje następnych 10 m-cy by zacząć funkcjonować w miarę normalnie.

RYNEK KONSUMENTA

Badanie nastroju konsumenckiego przeprowadzone przez BVA BDRC :

- Działania, które Brytyjczycy chcą podjąć po zakończeniu pandemii są:
 - wyjście na zakupu do galerii handlowych;
 - wyjście do restauracji;
 - wyjście do klubu fitness;
 - wyjście do kina;
 - zaplanowanie wyjazdu zagranicę
- Preferowane kierunki wyjazdów:
 - Włochy;
 - Hiszpania;
 - Francja;
 - USA
- Preferowany typ wyjazdów:
 - plaża (53%);
 - city-breaks (38%);
 - odwiedziny u znajomych (23%);
 - aktywne (6%);
 - tematyczne np. sportowe: (8%)
- TUI oraz booking.com na czele marek cieszących się największym zaufaniem;
- 30% osób, które mają odwołany wyjazd nie planuje jego przełożenia, 23% rozważa możliwość przełożenia go na inny termin;
- Wzrasta oczekiwanie do cen wyjazdów tj. niższa cena usługi w porównaniu z oferowaną przed pandemią;
- Po raz pierwszy od momentu wybuchu pandemii odnotowano pozytywny nastrój konsumencki;
- 1/3 badanych uważa że wszystko wróci do normalności w lipcu br.

WŁOCHY

Rząd Włoch pracuje nad możliwością otwarcia sezonu turystycznego dla turystyki krajowej już w lipcu br. z zachowaniem odpowiednich ograniczeń. Uważa się powszechnie, że fakt iż Włochy były jednym z pierwszych krajów na świecie, a pierwszym w Europie zmagającym się z epidemią koronawirusa sprawi, że odpowiednio wcześniej będzie możliwe złagodzenie restrykcji i otwarcie sezonu. To będzie zależało oczywiście od konsultacji z ekipami naukowców

i ekspertów, ale trwają prace nad tym, by takie wyznaczniki pojawiły się odpowiednio wcześniej, umożliwiając branży przygotowanie się na przyjęcie turystów.

SYTUACJA W BRANŻY TURYSTYCZNEJ

ANPIT – Krajowe Stowarzyszenie Biznesu i Turystyki zrobiło badanie wśród 400 przedstawicieli branżowych z całych Włoch, z którego wynika, że 58% patrzy optymistycznie w przyszłość i ma nadzieję na podniesienie się po kryzysie, ale też 19% deklaruje, że Covid-19 oznacza koniec ich działalności. Aż 96% deklaruje, że skorzysta z pomocy rządowej przewidzianej dla turystyki.

Regiony włoskie wnoszą przede wszystkim o wprowadzenie „bonów na wakacje” dla obywateli, celem dania konkretnej pomocy finansowej Włochom zmagającym się ze skutkami nieuchronnego kryzysu. Tym samym, regiony poparły wcześniejsze postulaty branży (Manifest na rzecz Turystyki Włoskiej).

Region Campania proponuje tzw. „holiday bond”, tanie vouchery turystyczne na usługi, do wykupienia teraz i do wykorzystania do grudnia 2022 roku; proponują stworzenie platformy online z takimi voucherami, wspólnej dla całych Włoch. ANPIT – Krajowe Stowarzyszenie Biznesu i Turystyki, wnioskuje m.in. o ulgi podatkowe w latach 2021-2025 dla wszystkich, którzy skorzystali z usług turystycznych na terenie Włoch.

Region Piemont ogłosił, że postawi na turystykę green, miejsca nieskażonej przyrody, a także na piesze szlaki o charakterze duchowym i kulturowym.

Sycylia oraz całe południe Włoch, gdzie epidemia nie zaatakowała zbyt mocno, będzie promowała się, jako region o niskim skażeniu powietrza, pięknej przyrodzie i gościnności mieszkańców.

Kilka regionów (Piemont, Toskania, Umbria) zakłada przeformułowanie i wzmocnienie turystyki enogastronomicznej, proponując pakiety indywidualne w winnicach, obiektach agroturystycznych.

TURYSTYKA KRAJOWA

Turystyka krajowa jest tradycyjnie dość silna we Włoszech, ale w 2019 roku po raz pierwszy zarejestrowano wyższy procent turystów zagranicznych: 51% w stosunku do 49% turystów krajowych, co potwierdza tendencję widoczną od lat do coraz częstszych wyjazdów zagranicznych Włochów. Zamknięcie granic równoznaczne jest tu zatem z ogromnymi stratami finansowymi, które trudno będzie zapełnić wyłącznie turystyką krajową. Znaczenie mają przede wszystkim rynki europejskie i to, jak szybko zostanie tam opanowana sytuacja kryzysowa, bowiem turyści z Europy stanowią 79% przyjazdów zagranicznych do Włoch, na czele z Niemcami, Francją, Wielką Brytanią, krajami niderlandzkimi, Szwajcarią i Austrią, także ex aequo, Polską i Hiszpanią.

Badanie przeprowadzone przez Touring Club Italia mówi o powrocie do turystyki krajowej z lat po II Wojnie Światowej, która charakteryzowała ten sektor gospodarki do połowy lat osiemdziesiątych, kiedy globalizacja sprowadziła do Włoch dużą liczbę turystów zagranicznych. W latach poprzedniego kryzysu ekonomicznego, od 2008 do 2014 roku, turystyka krajowa znacznie spadła, ale w tym samym czasie kiedy Włosi nie jeździli na wakacje w kraju, zagraniczna turystyka przyjazdowa wzrosła o 34%. Dlatego w obliczu kryzysu post-

Covid19, gdy nie wiadomo kiedy wrócą turyści zagraniczni, mówi się o wadze pomocy państwowej dla Włochów na wakacje w kraju, poprzez ulgi podatkowe czy bony turystyczne.

To samo badanie wskazuje na prawdopodobieństwo gruntownej zmiany paradygmatu podróżowania: na pierwszy plan wysunie się ochrona zdrowia, podstawową kwestią będzie zapewnienie poczucia bezpieczeństwa w tym zakresie. Stanie się faktem również tendencja odwrotna do tej obserwowanej w ostatnich latach, będziemy iść w kierunku undertourism, miejsc mniej znanych, gdzie jest mało ludzi, aktywności na świeżym powietrzu i turystyka slow. Jako pierwsze ruszą podróże indywidualne, w rodzinie lub w parach; to oznacza, że wielką wagę będą mieć wszelkie narzędzia cyfrowe służące inspiracji czy organizacji podróży. Przewiduje się znaczne przesunięcie pojęcia „sezonu turystycznego” na rzecz np. miesięcy jesiennych. Uważa się też powszechnie, że turyści będą korzystać głównie z samochodu, a na miejsca noclegowe będą wybierać np. agroturystyki, nie hotele. Podkreśla się też wagę turystyki zrównoważonej, ekologii w podróżowaniu.

Przewiduje się, że sezon letni dla turystyki, przede wszystkim krajowej, nie jest zupełnie stracony. Wiele regionów przygotowało strategię na najbliższy sezon. Zakłada się, że zadziała efekt „cocooning”, czyli poszukiwanie bezpieczeństwa w podróży - wiele osób wybierze własne domki letniskowe lub wizytę u rodziny.

Stowarzyszenie Univerde proponuje inicjatywę „Piękno przyrody – szansa na odrodzenie turystyki włoskiej”, w której parki narodowe i przestrzeń zielona może być pierwszym produktem pozytywnie wpływającym na ruch turystyczny.

Agencja Open Mind Consulting opublikowała profil turysty post-Covid. Z badania wynika, że Włosi szybko powrócą do podróżowania. Aspekt bezpieczeństwa destynacji będzie kluczowy w jej wyborze – kraje widziane jako „no stress” tj. dbałość o higienę w przestrzeni publicznej oraz stabilny system opieki zdrowotnej, będą wybierane najczęściej. Badanie wskazuje także na zwiększoną potrzebę doświadczania szeroko pojętego dobrostanu – produkty turystyczne i pakiety powinny dawać poczucie, że destynacja jest miejscem bezpiecznym, pięknym, bezstresowym, w którym można czerpać radość z życia.