



POLSKA
ORGANIZACJA
TURYSTYCZNA

**ZAGRANICZNY OŚRODEK
POLSKIEJ ORGANIZACJI TURYSTYCZNEJ
W MOSKWIE
SPRAWOZDANIE
ROK 2018**



Move Your Imagination

Spis treści

1. Trendy społeczno-gospodarcze	3
2. Wyjazdy turystyczne z Rosji	5
3. Przyjazdy do Polski	8
4. Połączenia.....	11
5. Popyt na polskie produkty turystyczne	13
6. Analiza zapytań o Polskę	16
7. Analiza wybranych działań.....	19
8. Analiza zachowań konkurencji	22
9. Mierniki działań promocyjnych	25
10. Współpraca w realizacji działań promocyjnych	26
10.1. Środki zaangażowane przez podmioty współfinansujące działania promocyjne realizowane przez ZOPOT. Dane w EUR.....	26
10.2. Najaktywniejsi, na rynku działania ZOPOT, przedstawiciele polskiej branży turystycznej oraz regiony.....	26

1. Trendy społeczno-gospodarcze

- 146,9 mln ludności¹/144,1 mln ludności²
- Powierzchnia 17,1 mln km²³
- Największe miasta: Moskwa, St. Petersburg, Nowosybirsk, Jekaterynburg, Niżnij Novgorod, Kazań, Samara, Omsk, Czelabińsk, Rostow nad Donem, Ufa, Perm, Wołgograd
- 11 stref czasowych, język urzędowy – rosyjski

W 2017r. rosyjska gospodarka odnotowała wzrost o 1,6%, a w 2018r. o 1,7%. Dane z poprzedniego roku zostały zaktualizowane na początku br. przez ROSSTAT i podniesione do 2,3%, jednak ich wiarygodność poddawana jest w wątpliwość, co potwierdzają poniżej podane dane uzyskane z niezależnych źródeł ekonomicznych.

	2016	2017	2018
PKB realne <i>W mld USD</i> ⁴	1 284,73	1 577,53	1 576,49
PKB <i>per capita</i> w USD ⁵	8 923,89	10 955,79	10 950,49
Poziom bezrobocia (w %) ⁶	5,6	4,9	4,8
Inflacja – CPI w pkt ⁷	537,8	551,3	580,5
Inflacja w % ⁸	7,7	3,69	2,88
Kurs EUR /RBL ⁹	63,81	68,87	72,81
Kurs PLN/RBL ¹⁰	0,070	0,0604	0,0593

¹ http://rosstat.gov.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/population/demography/# z dnia 08/04/19

² <https://www.populationof.net/pl/russian-federation/> z dnia 26/03/2019

³ http://www.gks.ru/free_doc/doc_2018/rusfig/rus18.pdf z dnia 26/03/2019

⁴ <https://www.statista.com/statistics/263772/gross-domestic-product-gdp-in-russia/> z dnia 26/03/2019

⁵ <https://www.statista.com/statistics/263777/gross-domestic-product-gdp-per-capita-in-russia/> z dnia 26/03/2019

⁶ <https://pl.tradingeconomics.com/russia/unemployment-rate> z dnia 26/03/2019

⁷ <https://tradingeconomics.com/russia/consumer-price-index-cpi> z dnia 26/03/2019

⁸ <https://www.inflation.eu/inflation-rates/russia/historic-inflation/cpi-inflation-russia.aspx> z dnia 09/04/2019

⁹ <https://www.investing.com/currencies/eur-rub> z dnia 26/03/2019

¹⁰ <https://stooq.pl/q/?s=rubpln> z dnia 26/03/2019

Piąty rok z rzędu odnotowywano spadek rzeczywistych dochodów społeczeństwa Federacji Rosyjskiej. Efektem tego jest rosnące zadłużanie obywateli. Kredyty zaciągane są nie tylko w celu zakupu dóbr materialnych, lecz również w celu spłacenia wcześniej zaciągniętych kredytów. Wielkości zaciągniętych kredytów w 2017 r. wyniosła 9,2 bln RBL, a w 2018 r. 12,5 bln RBL. Ogólny dług kredytowy Rosjan w 2017 r. wyniósł 12,1 bln RBL, a obecnie sięga 14,9 bln RBL (jest to nieomal równowartość budżetu federalnego FR). W przyszłości sytuacja ta może doprowadzić do poważnych problemów dla rosyjskiej gospodarki oraz systemu bankowego.

W 2017r. wg państwowej służby statystycznej, liczba osób zarabiająca poniżej minimum egzystencji wynosiła 10,8%. Liczba ta wzrosła do 13,3% w 2018r. Według tych samych danych blisko 80% rosyjskich rodzin ma problem z domknięciem miesięcznego budżetu. Blisko 10% społeczeństwa nie stać na zakup podstawowych produktów spożywczych, ok. 50% Rosjan nie stać na minimum tydzień wakacji w ciągu roku. Mniej więcej tyle samo osób nie posiada oszczędności na pokrycie niespodziewanego, większego wydatku. Oficjalna statystyka odbiega od realiów. Według sondaży społecznych, 39% Rosjan uważa się za osoby biedne.

W 2018r. wzrost produkcji przemysłowej w FR wyniósł ponad 2%, w tym ponad 4% wzrost w przemyśle wydobywczym i wzrost poniżej 1%, w przemyśle przetwórczym. W dalszym ciągu głównym czynnikiem wzrostu rosyjskiego przemysłu pozostaje sektor naftowo – wydobywczy. W ostatnich 4 latach odnotowywany jest wzrost produkcji przemysłowej prawie we wszystkich regionach Federacji Rosyjskiej. Jest to związane z korzystnym cyklem koniunkturalnym oraz wysokimi cenami na surowce mineralne. Sektor naftowo – wydobywczy w FR nie jest już motorem wzrostu rosyjskiego PKB. Sektor ten, dzięki wydobyciu i eksportowi surowców mineralnych, dostarcza wysokie dochody do budżetu federalnego, jednak nie przyczynia się do rozwoju samej gospodarki.

Według niezależnych źródeł internetowych, po raz pierwszy od 2008 roku, odnotowano w Rosji spadek populacji ludności. Powodem tego jest większa śmiertelność, mniejsza liczba urodzeń oraz rekordowa niska migracja do Rosji. Dotychczasowe średnie saldo migracji do Rosji wynosiło około 300 tys. osób rocznie. Liczba ta zmniejszyła się w 2017r. do 250 tys. W 2018r. wyniesie ona około 100-110 tys. osób.

2. Wyjazdy turystyczne z Rosji

Dane statystyczne gromadzone przez Federalną Służbę Państwowej Statystyki (ROSSTAT) obejmują łączną liczbę podróży zagranicznych, jakie odbyli obywatele FR wskazujący jako cel wyjazdu turystykę, 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 tego powodu 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 2018 roku wyniosła 41,96 mln i była to 6% wyższa niż w roku 2017. Tym samym dynamika wzrostu wyjazdów znacznie spadła w stosunku do 2017 roku, kiedy to zagranicę wyjechało 25% więcej obywateli FR, w stosunku do poprzedniego okresu.

Poniższa tabela prezentuje liczbę zagranicznych wyjazdów turystycznych z Rosji do wybranych europejskich państw, w 2018 roku (w tys.):

LP		2016	2017	2018
	Razem	31659	39629	41964
1	Turcja	797	4520	5719
2	Abchazja	4257	4344	4496
3	Finlandia	2894	3333	3361
4	Kazachstan	2850	2978	2955
5	Ukraina	1804	2283	2290
6	Chiny	1676	2003	2018
7	Estonia	1511	1728	1798
8	Niemcy	1057	1229	1297
9	Tajlandia	867	1094	1179
10	Gruzja	742	1003	1233
11	Polska	1104	1230	1093
12	Włochy	790	893	1086
13	Hiszpania	790	929	961
15	Cypr	813	869	826
16	Grecja	782	856	808
21	Czechy	367	499	494
39	Węgry	95	112	169
56	Słowacja	29	29	29

Źródło: ROSSTAT - www.gks.ru

Niezmiennie pozycję lidera w wyjazdach z Rosji zajmuje Turcja, ze wzrostem 27%, w stosunku do roku poprzedniego. Po Turcji największy wzrost wśród krajów europejskich odnotowały Węgry, bo aż o 50%, awansując na 39 pozycję w rankingu, a także Włochy, gdzie wzrost wyniósł ponad 20%. Część z krajów odnotowało spadek zainteresowania wyjazdami turystycznymi. Należy do nich również Polska, ze spadkiem o 11% i 11 miejscem w rankingu. Niewielki spadek odnotowały również Czechy, zachowując swoją 21 pozycję. W dalszym ciągu dane rosyjskie nie pokazują żadnych zmian w danych dla Słowacji, co wydaje się dość niezrozumiałe.

Zgodnie z informacjami serwisu www.schengenvisainfo.com Rosjanie w 2018 roku, wciąż zajmują pierwszą pozycję wśród krajów, z których obywatele złożyli najwięcej wniosków o wizę Schengen, bo aż 3,7 mln. Jednak jest to ok. 5% mniej niż w 2017 roku. Z dostępnych danych UNWTO wynika, że w roku 2017 nastąpił znaczący wzrost wydatków Rosjan na turystykę do 35,6 mld USD tj. o ponad 28% więcej w stosunku do 2016 roku. Na moment sporządzania sprawozdania brak jest danych statystycznych UNWTO za 2018 rok.

Mimo powszechnych oczekiwań, w 2018 roku, władze rosyjskie nie wydały zgody na organizację lotów czarterowych do Egiptu, a jedynie na powrót regularnych rejsów do Kairu. Nie spowodowało to jednak znaczącego wzrostu wyjazdów Rosjan do Egiptu.

Rosyjski turysta to osoba pracująca, w młodym i średnim wieku (22 – 55 lat), chętnie podróżujący w towarzystwie rodziny i znajomych. Najważniejsze cele wyjazdów to typowy wypoczynek, najlepiej nad morzem, w dalszej kolejności zwiedzanie połączone z udziałem w wydarzeniach i zakupami oraz turystyka zdrowotna. Najpopularniejsze są wyjazdy podczas długich przerw świątecznych (np.: Nowy Rok, majówka) oraz przedłużonych weekendów. Według danych statystycznych służb migracyjnych ponad 30% wszystkich obywateli Rosji posiada zagraniczny paszport. Największą liczbę zagranicznych paszportów posiadają mieszkańcy dużych miast np.: w Moskwie ok. 59% mieszkańców ma możliwość skorzystania z zagranicznego wyjazdu, a wśród osób z ponad przeciętnymi dochodami liczba ta sięga 75%. Duży odsetek osób, tj., blisko 40%, które posiadają paszport zagraniczny, to studenci.

Wobec ciągłego spadku zamożności społeczeństwa, podróże turystyczne są 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.

W 2018 roku sytuacja biur podróży pogorszyła się, z rynku zniknęło około 3 tysięcy firm turystycznych tj. o 25% więcej niż w 2017 roku. Ma to związek z sytuacją ekonomiczną w Rosji, a także z wprowadzeniem wielu nowych przepisów i obowiązków nakładanych na podmioty prowadzące działalność gospodarczą. Brak jest wiarygodnych danych na rynku rosyjskim dotyczących liczby Rosjan, którzy organizują wyjazdy we własnym zakresie. Według dostępnych informacji jest to ok. 30% i liczba ta powoli rośnie. Powolny wzrost wynika z faktu, że pierwszym wyborem wyjazdu jest turystyka masowa, czarterowa, gdzie niezbędne jest biuro podróży. Ponadto, dla mieszkańców mniejszych miast, biuro podróży to miejsce, gdzie podejmuje się decyzje o kierunku wyjazdu. Stąd też niezmiennie bardzo istotne jest, aby gotowy produkt znajdował się w systemach rezerwacyjnych biur.

Barierą w organizacji wyjazdu zagranicznego jest konieczność uzyskania wizy do znacznej liczby państw - kierunków turystycznych. Rosjanie przywykli już do procedur z tym związanych, w tym również do konieczności złożenia odcisków palców. 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

	2016	2017	2018
Liczba wyjazdów do Polski (w tys.) wg ROSSTAT	1 104,0	1 230,0	1093,0
Liczba turystów z Rosji korzystających z bazy noclegowej w Polsce wg GUS (w tys.)	215,9	277,7	274,3
Liczba udzielonych noclegów turystom z Rosji wg GUS (w tys.)	353,8	446,5	454,3
Liczba turystów z Rosji wg danych GUS-MSiT-NBP	801	876	919

Źródła: ROSSTAT - www.gks.ru i GUS www.stat.gov.pl

Pomimo wcześniejszych oczekiwań, rok 2018, nie przyniósł tak dużego tempa wzrostu w liczbie zagranicznych wyjazdów Rosjan, jak rok ubiegły. Niektóre kierunki odnotowały wzrost, inne utrzymały swoją pozycję lub odnotowały spadki. Polska należy do tych krajów, które praktycznie utrzymały ten sam poziom przyjazdów.

Według danych GUS-MSiT-NBP widać jednak niewielki wzrost przyjazdów turystów z Rosji (5%), liczba korzystających z bazy wg GUS zmniejszyła się nieznacznie, bo ok. 1%, natomiast według danych rosyjskich (ROSSTAT) nastąpił spadek o ok. 11%. Nieznacznie wydłużył się średni czas pobytu Rosjan w Polsce do 1,7 osobo/nocy, w stosunku do 1,6 w roku ubiegłym. W badaniu GUS-MSiT-NBP utrzymała swoją trzecią pozycję, ex aequo z Wielką Brytanią, a po Niemczech i Ukrainie, wśród wszystkich turystów przyjeżdżających do Polski.

Powodów znaczącego braku wzrostu przyjazdów Rosjan do Polski należy upatrywać przede wszystkim w niekorzystnych relacjach rosyjsko – polskich, które skutkują budowaniem negatywnego wizerunku Polski w mediach rosyjskich, a także w problemach związanych z uzyskiwaniem wiz do Polski. Centra wizowe, które obsługują Polskę wymagają od niedawna wielu dodatkowych dokumentów. Brak jest też dostatecznej liczby terminów w rejestracji online, które pozwoliłyby na złożenie dokumentów wizowych. Dla przykładu, w najgorętszym okresie, przed sezonem wyjazdów świąteczno–noworocznych w 2018 roku, najbliższy wolny termin w Moskwie był 9 stycznia 2019 r.

Podobna sytuacja była również w Kaliningradzie. Jednak tam na prośbę lokalnej branży, Konsulat zwiększył liczbę wolnych miejsc. Niezmiennie, dużym problemem jest także brak tzw. akredytacji biur podróży uprawnionych do podawania dokumentów za swoich turystów. Jeśli powyższe kwestie nie zostaną rozwiązane, Polska wciąż będzie przegrywała z innymi krajami w zakresie liczby wyjazdów turystycznych.

Brak jest wyodrębnionych danych dotyczących charakterystyki przyjazdów turystów, wyłącznie dla rynku rosyjskiego. Dane opracowane przez Ministerstwo Sportu i Turystyki za I półrocze 2018 roku agregują informacje z Rosji, Ukrainy i Białorusi. Według nich głównym celem przyjazdu są sprawy służbowe 38,2%, zakupy 24,6%, odwiedziny 13,7%, turystyka 12,2%, tranzyt i inne cele 11,3%. Wynika z nich, że spada liczba przyjazdów w celach biznesowych i turystycznych, a wzrastają przyjazdy w celach m.in. zakupowych. Blisko 90% gości z tych trzech krajów skorzystało z 1 do 3 noclegów. Wzrosła liczba turystów z Rosji, Białorusi i Ukrainy korzystających z zakwaterowania w hotelach i motelach do 34,6%, a także u znajomych 21,7%. Ponad 38% turystów nie określiło miejsca zakwaterowania w Polsce. W 2018 roku wzrosły przeciętne wydatki na osobę wśród turystów z Rosji i wynosiły one średnio 365 USD tj. o ok 12% więcej w stosunku do I półrocza 2017 roku. Wzrost odnotowano również w przeciętnych wydatkach turystów z Rosji na 1 dzień pobytu, które wyniosły 109 USD tj. o 13,5% więcej niż w 2017 roku.

Z ogólnie dostępnych danych warto przytoczyć również dane Straży Granicznej (www.strazgraniczna.pl), zgodnie z którymi wszystkie granice z Polską, przekroczyło ponad 1,43 mln obywateli FR tj. o ok. 10% mniej w stosunku do roku ubiegłego. Znacząco zmniejszyła się, bo o ponad 30%, liczba udzielonych odmów na wjazd obywateli FR do strefy Schengen przez granice z Polską. Zmniejszyła się również wartość zakupów jakich dokonywali Rosjanie w Polsce i tak na dzień 10.12.2018 roku wartość ta nie przekroczyła 150 mln zł, tj. o ok. 40 mln zł. mniej niż w całym roku 2017. Wg wstępnych szacunków zakupy świąteczno – noworoczne nie zniwelowały tej różnicy. Podstawową przyczyną mniejszych zakupów jest spadek wartości rubla, a tym samym towary w Polsce stały się droższe. Rosjanie kupują przede wszystkim produkty żywnościowe (mięso, nabiał, odżywki dziecięce) oraz ubrania i sprzęt RTV i AGD. Według prognoz służb celno – skarbowych, ilość zakupów dokonywanych przez obywateli FR

w 2019 jeszcze spadnie, ze względu na nowe przepisy wprowadzone od stycznia 2019 roku, które ograniczają ilość towarów przywożonych bez cła.

Utrzymuje się tendencja odnotowana w zeszłym roku, że podróżami do Polski interesują się coraz młodsze osoby. Zgodnie ze statystykami zamieszczonymi na stronie www.poland.travel/ru już ponad 45% użytkowników to osoby młode i bardzo młode (18 -34), natomiast osoby w średnim wieku (35-44) stanowią nieco ponad 23% . Główne tematy jakich poszukują nasi użytkownicy, to informacje praktyczne, kalendarz wydarzeń, atrakcje w miastach, regionach, spis biur podróży.

Z przeprowadzonego wywiadu z rosyjskimi biurami podróży, które oferują wyjazdy do Polski (m.in. TourTransVoyage, Onis Tour, Zarkov Tour, PAC Group, DVM, Magazin Puteshestvij, Russkij Express, Service Voyage, Junona) wynika, że w 2018 roku poziom zainteresowania Polską uległ nieznacznemu zmniejszeniu, głównie ze względu na złożone relacje polsko - rosyjskie. Dużym problemem dla biur podróży jest kwestia uzyskania wiz do Polski dla swoich klientów, wciąż rosnące wymagania centrów wizowych i brak dostępnych terminów na przekazanie dokumentów, przede wszystkim w okresie wzmożonego ruchu turystycznego, przed wyjazdami na wakacje w okresie świąteczno – noworocznym. Wśród najczęściej wybieranych ofert 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

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. Niestety, dodatkowe połączenie liniami Ural Airlines, które zostało uruchomione w 2017 roku i obsługiwało pasażerów z lotniska Moskwa Domodedovo, nie przetrwało tego roku i zostało zawieszono.

Obecnie funkcjonują:

Połączenia lotnicze

- Moskwa–Warszawa:
Codziennie: trzy połączenia PLL LOT oraz trzy połączenia Aeroflot.
- Sankt-Petersburg – Warszawa
Codziennie: jedno połączenie – PLL LOT
- Kaliningrad – Warszawa
6 połączeń tygodniowo – PLL LOT

Od trzech lat ceny na przeloty utrzymują się na zbliżonym poziomie u obu przewoźników. Bilet Moskwa-Warszawa-Moskwa w klasie ekonomicznej kosztuje: Aeroflot od 12000 RBL, LOT od 13000 RBL.

Linie lotnicze Air Baltic, SCA Czech Airlines, Belavia, Lufthansa, Swiss International Airlines, Austrian Airlines, KLM, Air France, Brussels airlines, Finnair, NORRA, Turkish Airlines oferują loty do Polski z przesiadkami.

Połączenia kolejowe

- Pociąg Moskwa–Warszawa („Polonez”) № 9/10. Kursuje 3 razy w tygodniu. Bilet w jedną stronę kosztuje od 9200 RBL 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 11300 RBL 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 12200 RBL za jedną dorosłą osobę. Pociąg zatrzymuje się w Terespolu, Warszawie, Poznaniu.
- Pociąg Moskwa–Nicea № 17/18. Kursuje jeden raz na tydzień. Bilet w jedną stronę (na odcinku Moskwa-Warszawa) kosztuje od 12300 RBL za jedną dorosłą osobę. Pociąg zatrzymuje się w Terespolu, Warszawie.
- Pociąg Moskwa–Praga („Vltava”) № 21/22. Kursuje jeden raz na tydzień. Zatrzymuje się w Terespolu, Warszawie. Bilet w jedną stronę (na odcinku Moskwa-Warszawa) kosztuje od 12300 RBL 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) (1200 RBL);
przewoźnik Międzynarodowe linie autobusowe Ecolines – 5 razy w tygodniu (1520 RBL);
- Kaliningrad–Gdańsk
przewoźnik–Kenigavto: codziennie rano oraz 3 razy w tygodniu popołudniu (700 RBL);
przewoźnik–Zelenogradsk Trans - 3 razy dziennie, przez Braniewo i Elbląg (600 RBL);
przewoźnik Międzynarodowe linie autobusowe Ecolines – 2 razy w tygodniu (850 RBL);
- Kaliningrad–Sopot (przez Elbląg i Gdańsk):
przewoźnik–„Sputnik Raisen” - kursuje 4 razy w tygodniu (800 RBL);
- Kaliningrad–Olsztyn przez Olsztyn:
Przewoźnik Grajan Tour (Polska) – 2 razy w tygodniu (490 RBL);
- Kaliningrad–Olsztyn:
przewoźnik Międzynarodowe linie autobusowe Ecolines – 5 razy w tygodniu (700 RBL);

- Kaliningrad – Szczecin (przez Elbląg, Malbork, Gdańsk, Gdynię, Koszalin) – 2 razy w tygodniu (2540 RBL). Przewoźnik „OOO Amron”

Moskwa

Przewoźnik Międzynarodowe linie autobusowe Ecolines kursuje na następujących trasach:

- Moskwa-Warszawa Zachodnia – (przez Białystok) – codziennie (4180 RBL);
- Moskwa-Wrocław (na trasie Moskwa-Ryga-Praga) – codziennie (5570 RBL);
- Moskwa-Częstochowa, Katowice, Kraków (na trasie Moskwa-Ryga-Sofia) – 2 razy w miesiącu (5840 RBL).

5. Popyt na polskie produkty turystyczne

Podobnie jak w roku ubiegłym, rosyjscy touroperatorzy oferowali przede wszystkim **wycieczki objazdowe do Polski**. Pojawiło się jednak znacznie więcej propozycji które, łączą zwiedzanie kilku stolic i miast europejskich. Są to w większości oferty z przejazdem pociągiem do Brześcia, a następnie autokarem po Polsce i dalej do innych miast w Europie. Z ofert wyłącznie do Polski przeważają pobyty w miastach tj. w Warszawie, Krakowie, Wrocławiu i Gdańsku. Z wyjazdów tematycznych pozostała w sprzedaży oferta „Szlakiem Zamków Gotyckich”, która występuje samodzielnie lub łączona jest z odpoczynkiem nad polskimi jeziorami, czy też krótkim pobytem w Gdańsku (zakupy). Z opinii przekazywanych przez biura podróży wynika, że 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 jest, jako umiarkowanie niewysoki, dostępny dla przeciętnie zarabiającego obywatela FR.

Praktycznie każde biuro, które wysyła swoich turystów do Polski, oferuje **leczenie w Polsce**. Do najbardziej popularnych miejsc należą m.in. Kołobrzeg, Wieniec Zdrój, Cieplice Zdrój, Duszniki, Polanica Zdrój i Kudowa Zdrój. Po tegorocznym, XV Polsko – Rosyjskim Forum Turystycznym, należy się spodziewać wzrostu zainteresowania Buskiem Zdrój, który na wszystkich uczestnikach wywarł bardzo pozytywne wrażenie. Poziom cen, a także jakość usług w większości obiektów oceniany jest jako konkurencyjny i spełniający najwyższe standardy.

Należy jednak pamiętać, że oferowane pobyty mają charakter głównie wypoczynku zdrowotnego z niewielką ilością zabiegów typowo leczniczych.

Problemem polskiej oferty pozostaje wciąż zła dostępnością komunikacyjną, a więc brak bezpośredniego, szybkiego transportu turystów 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 Moskwy i innych miast FR.

Niezmiennie rosyjskich turystów interesują wyjazdy związane z **uprawianiem sportów zimowych**. Przeważają wyjazdy w okresie świąteczno – noworocznym, a także typowe wyjazdy narciarskie w styczniu i lutym. Niezmiennie najpopularniejsze jest **Zakopane** i **Białka Tatrzańska**, ale również **Karpacz** i **Szklarska Poręba**. Przewidujemy, że w niedługim czasie pojawią się oferty na pobyty w **Szczyrku** i **Wiśle**. Wynika to z dynamicznego rozwoju infrastruktury turystycznej w tych miastach. Należy podkreślić, że Polska jest popularna wśród Rosjan, którzy chcą czegoś więcej, niż tylko dobre warunki narciarskie. Liczy się atmosfera miejsca, parki rozrywki, aquaparki, oferta wellness i spa oraz dobra kuchnia regionalna.

Rosyjskie biura turystyczne oferują także możliwość wyjazdów do Polski z przelotem na tzw. **city break**. Wyjazdy te cieszą się bardzo umiarkowanym zainteresowaniem, głównie ze względu na ich wysokie koszty, ograniczoną siatkę połączeń, w tym brak tanich przewoźników, którzy realizowaliby przeloty do Polski. Najczęściej z polskiej oferty city break korzystają turyści indywidualni, przejeżdżający tranzytem, zatrzymujący się na krótko w naszych miastach. Ten rodzaj turystyki cieszy się największym powodzeniem wśród turystów z Kaliningradu, którzy na wyciągnięcie ręki mają atrakcje turystyczne Warmii i Mazur oraz Pomorza. Biura z Kaliningradu prześcigają się w uatrakcyjnianiu swojej oferty, poza typowymi standardowymi wycieczkami, oferują szeroki wachlarz wyjazdów jednodniowych, poświęconych głównie zabawie, czy zakupom np. pobyt w aquaparku w Lidzbarku Warmińskim, Dzień Kobiet w Mikołajkach, czy też wycieczka pt. „W poszukiwaniu zajęczka wielkanocnego”.

W **obszarze MICE** utrzymuje się tendencja umiarkowanego zainteresowania naszym krajem. Z racji na postrzeganie Polski, jako kraju interesującego, z bardzo dobrą bazą noclegową, zapleczem konferencyjnym i ciekawą ofertą imprez towarzyszących należy rozważyć większe zaangażowanie w promocję Polski w tym obszarze.

Według danych statystycznych, dostępnych za 2017 rok, blisko 70% rosyjskich turystów korzystało z usług biur podróży. Ma to niewątpliwie związek z koniecznością uzyskiwania wiz do wielu krajów, w tym do Polski. Agencja turystyczna to pierwsze miejsce, w którym klient podejmuje decyzję o kierunku wyjazdu. Ostateczny wybór zależy nie tylko od zasobności portfela, ale od rekomendacji pracownika biura. W biurze też można dokonać wstępnych formalności wizowych, uzyskać pomoc w wypełnieniu wniosku itd. Podróż we własnym zakresie organizuje nieznacznie ponad 30% ogółu wyjeżdżających i wg wszelkich prognoz bardzo umiarkowanie rośnie. Wyjazdy indywidualnie organizują głównie mieszkańcy dużych miast, gdzie dostęp do centrum wizowego jest stosunkowo prosty, gdzie istnieją bezpośrednie lub łatwo dostępne połączenia z Polską.

Przykładowe oferty turystyczne wybranych rosyjskich touroperatorów do Polski:

Organizator	Trasa	Długość pobytu	Najniższa cena w EUR
TourTransVoyage	Warszawa łączona z wybranymi stolicami europejskimi (pociąg do/z Brześcia + autokar)	8 dni	560
	Zimowy wypoczynek „Polskie Alpy” - Zakopane (pociąg + autokar)	8 dni	432
	Gotyckie perełki północnej Polski (pociąg + autokar)	8 dni	420
Magazyn Putieshestvij	Królewska Polska: Warszawa –Malbork – Gdańsk – Sopot – Chełmno – Toruń – Częstochowa – Kraków – Wieliczka – Lublin (pociąg + autokar)	7 dni	368
VAND	Dwie stolice Warszawa - Kraków (samolot + autokar)	6 dni	661
	Grand tour: Kraków – Wrocław – Warszawa (samolot + autokar)	8 dni	852
	Warszawa city break (samolot)	4 dni	475
Darim Vam Mir	Wiedeń – Warszawa (samolot)	6 dni	750
	Kraków city break (samolot)	4 dni	354
Zharkov Tour	Wyjazdy lecznicze – Kołobrzeg, Sanatorium Bałtyk (z Kaliningradu)	8 dni	455
Onis Travel	Leczenie w Wieliczce (bez transportu)	8 dni	679
Junona	Dzień kobiet w Mikołajkach (autokar)	2 dni	85

	1-dniowe wycieczki z Kaliningradu do m.in. aquaparku w Lidzbarku Warmińskim, Zamku w Malborku połączonego z zakupami w Gdańsku	1 dzień	27
	Nowy Rok w Świeradowie Zdrój połączony ze zwiedzaniem Pragi i Drezna	7 dni	355
Service Voyage	Leczenie w wybranym kurorcie Polski (Cieplice/Kudowa /Duszniki/Kołobrzeg) – bez transportu	8 dni	228
	Wyjazdy na zakupy (Warszawa/Kraków/Gdańsk) – bez transportu	3 dni	120

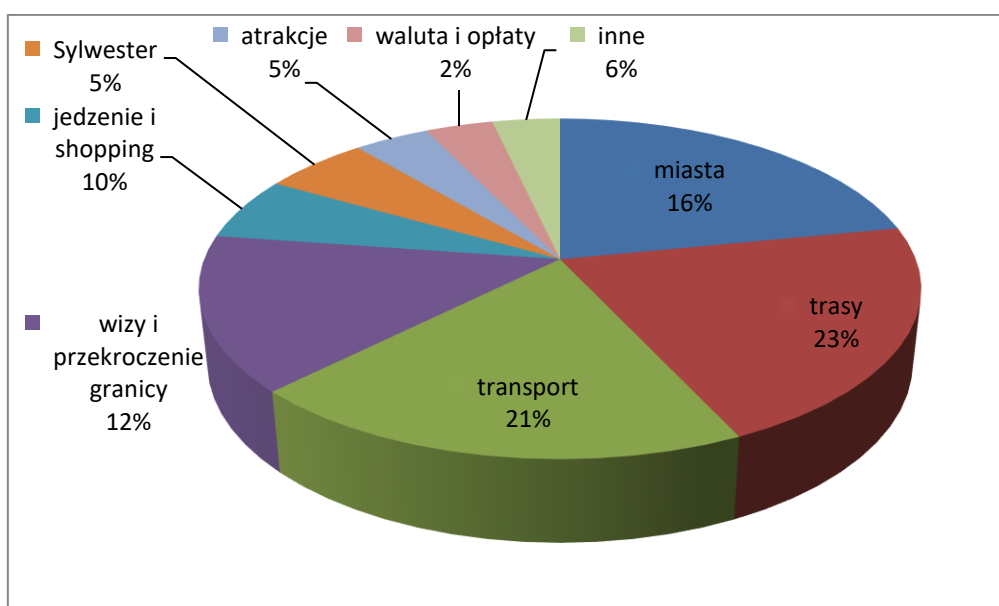
6. Analiza zapytań o Polskę

Analizie zapytań o Polskę poddane zostały opinie oraz zapytania umieszczone na portalach turystycznych www.otzyv.ru, www.tourister.ru, 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 147 aktywnych w 2018 roku wątków tematycznych na najpopularniejszych rosyjskich forach turystycznych otzyv.ru i forum.awd.ru.

Najbardziej popularne zapytania przedstawione są w diagramie:



Najwięcej wątków tematycznych (23%) dotyczy kwestii tras i planowania podróży po Polsce. Pytania typu „Warszawa – Gdańsk – Kraków – Warszawa – prawidłowa kolejność?“, „Jakie propozycje trasy po północno-wschodniej Polsce?“, „Po Polsce na 12 dni Kraków – Wrocław – Wałbrzych - Zakopane“, „Bydgoszcz, Gdańsk i Katowice – propozycje pobytów”.

Kolejne najczęściej pojawiające się tematy (21%) dotyczą transportu w Polsce:

- Transport kolejowy w Polsce: „Polskie koleje i strona pkp.pl - jak korzystać?“, „Pociąg Moskwa – Warszawa 9/10“, „Pociąg 127B Brześć - Warszawa“, „Pociąg TLK ZKA – jaki standard, jest tam miejsce na większy bagaż?“, „bilety kolejowe podczas weekendu”;
- Samochodem po Polsce: „Parkingi we Wrocławiu“, „Po Polsce autem na moskiewskiej rejestracji“, „Płatny wjazd do centrów polskich miast”;
- Autobusy: „Opinie o autobusach polskibus.com“, „Dworzec autobusowy w Warszawie”;
- Taksówki: „Taksówki w Warszawie”;
- Komunikacja miejska w konkretnych miastach: „Bilety na komunikację miejską w Warszawie“, „Jak dojechać z lotniska Balice do Krakowa?“, „Jak dojechać z lotniska Pyrzowice do Zakopanego?“, „Dworzec kolejowy Warszawa – lotnisko F. Chopina”.

Na trzecim miejscu co do popularności są pytania (16%), które dotyczą miast. Kiedy turysta już wie, jakie miasto chce zwiedzić i interesuje się, co najlepiej zwiedzić, gdzie pójść. Pytania typu „Niezwykłe miejsca w Krakowie“, „Gdańsk i okolice“, „Kraków czy Wrocław?“, „Kraków na dwa i pół dnia”.

Kolejne 12% wątków tematycznych poświęconych jest sprawom wizowym (zaproszenia, rezerwacje hotelu w celu złożenia dokumentów na wizę) i przekroczeniu granicy: „Czy niezbędne jest przedstawienie zaświadczenia o 100% przedpłacie za hotele przy składaniu dokumentów na wizę Schengen?“, „Jakie dokumenty, podczas pobytu w Polsce, powinna posiadać osoba opiekująca się dzieckiem?“, „rodzaje zaproszeń“, „Brak pełnomocnictwa od właściciela pojazdu przy przekraczaniu przejścia granicznego?”.

Część (10%) wątków tematycznych poświęconych jest restauracjom, pytaniom o jedzenie i polską kuchnię oraz shopping: „Handlowe niedziele w Polsce?“, „Wrocław – smacznie

niedrogo?”, „Restauracje w Warszawie?”, „Zakupy w Krakowie”, „Czego powinniśmy popробować obowiazkowo?”.

Rosjanie lubia wyjezdzac za granice na Sylwestra i ferie zimowe, wiec dosc duzo pytan dotyczy spedzania Sylwestra w Polsce: „Nowy Rok w Warszawie”, „Jarmarki bozonarodzeniowe w Polsce”, „Jarmark w Gdansk”, „Do Polski na Nowy Rok”.

Kolejna grupa (5%) tematow dotyczy atrakcji turystycznych – turysta wie, jak chce spedzic czas i szuka miejsca w Polsce: „Ogród Światła w Wilanowie”, „Kopalnie Soli wokół Krakowa – Bochnia czy Wieliczka?”, „Z Warszawy do Żelazowej Woli”, „Gree Velo na wschodzie Polski, jakie atrakcje?”.

Kolejne tematy dotyczą polskiej waluty i opłat w Polsce: „Waluta w Polsce”, „Zakup PLN w Moskwie”, „Zapłata polskich mandatów online ”.

Wszystkie wątki tematyczne mają od 3 odpowiedzi/komentarzy i więcej. Na portalu www.forum.awd.ru ilość wyświetleń każdego wątku wynosi od 60 do 5000 wyświetleń, co oznacza, że popularność omawianych tematów jest wysoka.

Analiza opinii po podróży

Zostało przeanalizowanych 43 opinii o pobycie w Polsce zamieszczonych na portalach turystycznych www.otzyv.ru, www.tourister.ru, www.forum.awd.ru w 2018 roku. Do 5 najpopularniejszych miast, które opisują turyści, należą Kraków, Gdansk, Warszawa, Wrocław, 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 700 do 2800, na forum.awd.ru - średnio od 1500 do 6800 wyświetleń postów zamieszczonych w 2018 roku.

7. Analiza wybranych działań

1. kampania promocyjna związana z promocją Polski podczas Mistrzostw Świata w Piłce Nożnej w Rosji'2018.

Masowe imprezy sportowe to znakomita okazja do przeprowadzenia wielu akcji promocyjnych skierowanych zarówno do mieszkańców kraju – gospodarza, jak i do licznie przybywających kibiców zagranicznych. Taką okazją były Mistrzostwa Świata w Piłce Nożnej Rosja 2018. Szacuje się bowiem, że w okresie jednego miesiąca do Rosji przyjechało ok. 3 mln zagranicznych kibiców. Do najczęściej i najliczniej odwiedzanych miast należała Moskwa, St. Petersburg, Soczi, Niżnyj Nowgorod, a także Kazań i Kaliningrad. Wykorzystując to wydarzenie ZOPOT w Moskwie, w miesiącach czerwiec – lipiec, przeprowadził kampanie promocyjną, która obejmowała:

1. Reklamę atrakcji polskich miast poprzez obrendowanie dwóch autobusów turystycznych w Moskwie i Kazaniu – gdzie polska drużyna rozgrywała swoje mecze w fazie grupowej. Ekspresyjna reklama, z hasłem "Польша. Вам здесь рады!". rzuciła się przechodniom w oczy, wśród nich licznym grupom zagranicznych kibiców.



2. Dwutygodniową emisję spotów reklamowych o polskich miastach w ogólnokrajowej rozgłośni Avto Radio, lidera w paśmie FM, obejmującego zasięgiem kilkaset miast w Rosji i sąsiednich krajach. Na antenie najpopularniejszej rosyjskiej stacji radiowej reklamy przygotowane przez moskiewski ośrodek POT wyemitowane zostały 90 razy.
3. Konkurs na ulubione miasto w Polsce, prowadzony na profilu ZOPOT Moskwa w VKontakte - popularnego w Rosji medium społecznościowego.
4. Piknik w moskiewskim Parku Sokolniki, zorganizowany wspólnie przez Ambasadę RP , Instytut Polski w Moskwie i ZOPOT Moskwa. Imprezie towarzyszyło hasło „Piłka w grze, czyli Polska na Mistrzostwach Świata w Piłce Nożnej Rosja 2018”. Dla odwiedzających Park Sokolniki organizatorzy przygotowali degustację regionalnych polskich kulinariów, która towarzyszyła koncertom zespołów muzycznych. Na stoisku informacyjnym prezentowane były atrakcje turystyczne zachęcające do przyjazdu i bliższego poznania walorów wypoczynkowych naszego kraju.

Szacuje się, że powyższa kampania dotarła do blisko 22,5 mln odbiorców na terenie FR

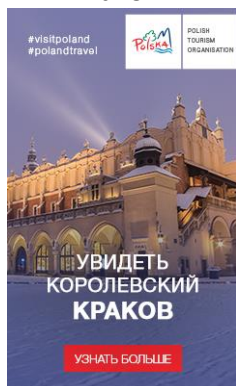
2. Kampania zimowa

Kontynuując działania promujące pobyty w polskich miastach w okresie świąteczno – noworocznym, Ośrodek w Moskwie, zrealizował kampanię promocyjną skierowaną m.in. do osób aktywnie poszukujących, na rosyjskich portalach bookingowych, ofert na wyjazdy do konkurencyjnych, dla Polski, miast w Europie. Przez 5 tygodni (listopad – grudzień) zachęcaliśmy potencjalnych turystów do odwiedzenia Warszawy, Gdańska, Wrocławia i Krakowa. Każdemu z miast przypisano odpowiednie hasło wyrażające jego atmosferę w tym szczególnym okresie. I tak

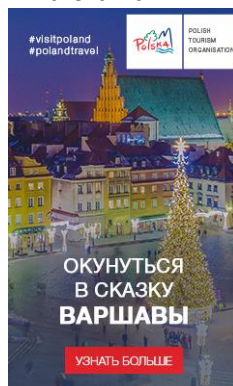
Gdańsk



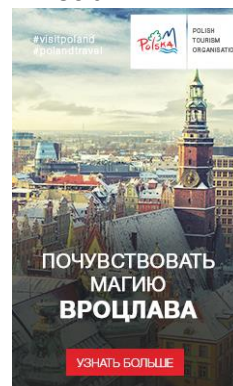
Kraków



Warszawa

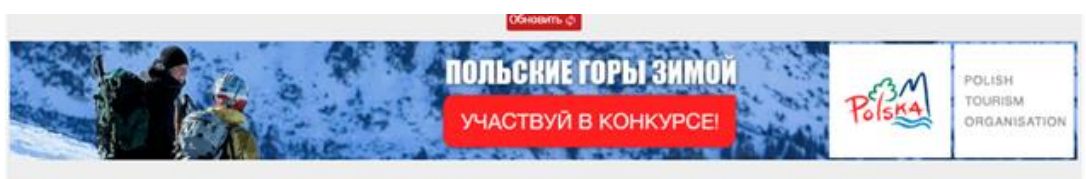


Wrocław



Ponadto, w ramach promocji turystyki zimowej, Ośrodek zrealizował :

- a) akcję promocyjną w moskiewskim radio Romantika poświęconą promocji czterech zimowych kurortów Polski: Zakopanego, Krynicy, Szczyrku i Karpacz. W trakcie audycji każdy z kurortów 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 39 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.
- b) Konkurs na profilu Ośrodka w FB: „Polskie góry zimą”, gdzie uczestnicy mogli wybrać najładniejszą fotografię i napisać oryginalny komentarz. Trzy najlepsze zostały nagrodzone voucherami na pobyty weekendowe w Polsce. W konkursie wzięło udział ponad 9 tys osób.
- c) reklamę banerową na wybranych portalach turystycznych vopusk.ru i travel.ru . Zasięg łączny to ponad 250 000 wyświetleń



- d) akademię online dla rosyjskich biur turystycznych z wiedzy o zimowych kurortach Polski. Pierwsza część akademii zakończyła się wyłonieniem najlepszych laureatów, których nagrodziliśmy wyjazdem studyjnym do Szczyrku, Wisły i Bielsku Białej. Projekt jest realizowany do września 2019 roku.

8. Analiza zachowań konkurencji

W 2018 roku, na terenie Federacji Rosyjskiej, swoje działania promocyjne prowadziły 52 zagraniczne przedstawicielstwa NTO, z których niezmiennie od lat, najbliższą konkurencją dla Polski są 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. W obszarze turystyki miejskiej nasze miasta konkurują przede wszystkim z Pragą i Budapesztem. Praktycznie w ofercie każdego większego touroperatora znajduje się bogata oferta hoteli w Pradze i Budapeszcie, o zróżnicowanym standardzie i dostępnych cenach. Większość tych ofert zawiera przelot tanimi liniami tj. Ural Airlines do Pragi czy Wizz Air do Budapesztu. Również Bratysława może pochwalić się bezpośrednim połączeniem liniami Pobeda z Moskwy. Tanie linie, bardzo często organizują akcje promocyjne, podczas których można kupić bilet do Budapesztu, czy do Bratysławy już od 20 EUR, w jedną stronę. Mimo, iż oferta polskich miast pod każdym względem może konkurować ze stolicami pozostałych krajów V4, to brak tanich połączeń do Polski powoduje, że końcowa cena pakietu z przelotem jest wyższa od cen naszych konkurentów w tym obszarze.

Polska jest liderem w zakresie wycieczek objazdowych. Na taką pozycję składa się wiele czynników, bogate dziedzictwo kulturowe, wysoka jakość usług, atrakcyjne produkty turystyczne, gościnność i bardzo smaczna kuchnia. Najczęściej wycieczki te organizowane są łączonym transportem tj. pociągiem do Brzeźcia, a następnie autokarem turystycznym po Polsce. W 2018 roku rosyjscy touroperatorzy wprowadzili kilka nowych tras objazdowych, które swoim programem obejmują pobyty w krajach naszych konkurentów i sąsiadów, ale zazwyczaj zaczynają się i kończą w Polsce.

W okresie zimowym, amatorzy sportów zimowych z Rosji, wybiorą przede wszystkim stoki w Austrii, Francji czy we Włoszech. Natomiast Polska wygrywa wśród tych turystów, którzy

poszukują czegoś więcej, niż dobre warunki narciarskie. Doceniana jest unikalna atmosfera naszych zimowych kurortów, atrakcje dla dzieci, czy wyśmienita kuchnia regionalna. W sezonie letnim, konkurujemy z Węgrami (Balaton), choć oferta wypoczynku nad Bałtykiem i polskimi jeziorami jest dużo atrakcyjniejsza.

W obszarze turystyki prozdrowotnej bardzo silna jest pozycja Czechów i Węgrów, choć jeśli rozpatrywać ceny samych pobytów z kilkoma zabiegami, to polska oferta jest bardzo konkurencyjna. Natomiast przegrywamy w obszarze komercjalizacji tego produktu.

Dobór narzędzi promocyjnych naszych najbliższych konkurentów jest bardzo zbliżony do naszego. W odniesieniu do działań skierowanych do branży turystycznej przeważają warsztaty turystyczne, podróże studyjne, webinary i komunikacja w mediach branżowych. Z przekazem B2C pozostałe kraje trafiają poprzez organizację podróży blogerskich, dziennikarskich (w tym ekip telewizyjnych), rzadziej poprzez organizację imprez promocyjnych czy reklamę w prasie. Wszyscy prowadzą swoje profile w mediach społecznościowych. Każdy z krajów V4 uczestniczy w targach turystycznych MITT w Moskwie, a Czesi i Słowacy w jeszcze kilku innych imprezach targowych na terenie FR. Należy również odnotować, że aktywność branży turystycznej Czech i Węgier w przedsięwzięciach organizowanych przez te kraje w Rosji jest znacząco wyższa od aktywności polskiej branży. Jedynym wyjątkiem są warsztaty turystyczne w Kaliningradzie, organizowane rokrocznie przez ZOPOT Moskwa, w których bierze udział zazwyczaj około 20 przedsiębiorców z Polski.

W 2018 roku Czesi kontynuowali akcję promocyjną na branżowym portalu turystycznym <http://czech.profi.travel/>, pt. „Czechy – 100 lat historii”. Patronem tej akcji były czeskie linie lotnicze oraz rosyjski touroperator Darim Vam Mir.

Pomimo konkurencji, grupa wyszehradzka realizuje wspólne projekty promocyjne na rynku rosyjskim. W 2017 roku zorganizowaliśmy m.in. road show w Nizhnievartovsk, Surgut i Khanty-Mantyjsk, a także podróż dla blogerów do naszych czterech krajów. Kontynuowaliśmy nasz projekt edukacyjny dla agentów turystycznych – Akademię Online „Jak sprzedawać kraje V4”. Uczestnicy poznawali nasze kraje w 6 blokach tematycznych i po zdaniu testów na określonym poziomie otrzymali certyfikat. Akademia, umieszczona na stronie rosyjskiej izby turystycznej ATOR <http://visegrad-group.ator.academy/>, funkcjonowała 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	Praga – Wiedeń – Budapeszt (samolot)	6 dni	493
	Czechy : Praga (samolot)	5 dni	202
	Praga - Munich – Zamki Bawarii (samolot)	6 dni	499
	Czechy: leczenie w Karlove Vary	7 dni	357
	Węgry: Budapeszt (samolot)	4 dni	233
	Węgry: leczenie w Hevitz	7 dni	379
TourTransVoyage	Grand Tour Węgry (pociąg + autokar)	12 dni	566
	Węgierska rapsodia (samolot + autokar)	8 dni	812
	Szlakiem bajkowych zamków : Czechy – Słowacja – Austria (pociąg + autokar)	11 dni	533
	Czechy: Praga – Kutna Gora – Czeski Szternberg – Krumlov- Karlove Vary – Drezno	8 dni	826
Magazyn Putieshestvij	Pierły Europy: Warszawa – Kraków – Budapeszt – Wiedeń – Praga – Wrocław (pociąg + autokar)	9 dni	478
	Karnawał w Pradze i Czeskim Krumlovie (pociąg + autokar)	8 dni	418
DE VISU	Węgry – Majówka w Budapeszcie (samolot)	4 dni	421
	Słowacja – weekend w Bratysławie	4 dni	183
	Słowacja leczenie w Dundice/Kupiele (samolot)	8 dni	678
DVM	Węgry: Lato w Budapeszcie (samolot)	9 dni	854
	Wiedeń – Bratysława (samolot + autokar)	4 dni	399

9. Mierniki działań promocyjnych

L.p		Rok 2017		Rok 2018	
1.	Podróże studyjne				
	Liczba przyjętych dziennikarzy	11		22	
	Liczba przyjętych przedstawicieli zagranicznych touroperatorów	60		58	
	Liczba VIP lub innych	0		0	
2.	Touroperatorzy				
	Liczba touroperatorów z rynku działania ZOPOT, którzy posiadają w swoich katalogach polską ofertę turystyczną	83		83	
	Liczba touroperatorów z rynku działania ZOPOT, którzy wprowadzili do swoich katalogów polską ofertę turystyczną	6		5	
	Liczba touroperatorów z rynku działania ZOPOT, którzy wycofali ze swoich katalogów polską ofertę turystyczną	2		5	
	Liczba touroperatorów z rynku działania ZOPOT, którzy rozszerzyli w swoich katalogach polską ofertę turystyczną	4		2	
	Liczba przedstawicieli zagranicznych/polskich touroperatorów uczestniczących w warsztatach turystycznych	Z	P	Z	P
		532	58	426	60
3.	Liczba adresów w bazie newslettera				
	system CRM				
	inne niż CRM/ Freshmail	2166		1602	
4.	Liczba wejść na strony internetowe ZOPOT	204835		142106	
5.	Media społecznościowe - liczba osób, które to lubią				
	Facebook	3885		4500	
	Inne*VKontakte			2300	
	Blog**				
6.	Liczba uczestników seminariów i prezentacji na temat Polski	285		309	
7.	Wartość artykułów i audycji radiowych i telewizyjnych publikowanych/emitowanych w 2018 roku, liczona według ceny reklamy w EURO				
	na skutek organizacji podróży studyjnych	45632		176607	
	na skutek wszystkich działań PR Ośrodka, w tym podróży studyjnych	53185		222006	

* należy wymienić inne platformy społecznościowe, na których ZOPOT jest obecny oraz podać łączną liczbę fanów/obserwujących w 2018 roku (w przybliżeniu)

**dotyczy tylko ZOPOT, które prowadzą własnego bloga

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		Razem	
	2017	2018	2017	2018	2017	2018
Branża	7170	16350	0	700	7170	17050
Regiony	10210	8100	6800	16685	16050	24785
Placówki dyplomatyczne	0	0	0	0	0	0
Inne	6270	3100	0	3490	6270	6590
Razem	23650	27550	5840	20875	29490	48525

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.	Wish to Travel
5.	Voyager Kamil Puzio