



Wakacje

z biurem podróży



czas na urlop

Partner dodatku

Rosną obroty, zyski i oferta

1.



A

2.



AA

3.



A

4.



B-

5.



AA

TURYSTYKA | Biura podróży po chudych latach kryzysu, wywołanego głównie arabską wiosną, łapią wiatr w żagle. To dobra wiadomość dla ich klientów, bo to znaczy, że stają się silne ekonomicznie i stabilne. Pokazują to najnowsze ratingi biur podróży „Rzeczpospolitej” i jej serwisu Turystyka.rp.pl.

CAŁOŚĆ ZESTAWIENIA ➔4

**FILIP FRYDRYKIEWICZ
ANDRZEJ BETLEJ**

Od 2012 roku „Rzeczpospolita” i jej serwis Turystyka.rp.pl publikują ratingi (oceny) biur podróży. Przygotowuje je na podstawie wskaźników stricte ekonomicznych firma Travel-Data specjalizująca się w analizowaniu rynku turystyki wyjazdowej (**patrz ramka**).

**Osiem ocen w górę,
jedna w dół**

Jest coraz lepiej – to generalny wniosek, jaki płynie z najnowszego rankingu i ratingów. Na dziesięciu największych touroperatorów aż ośmiu uzyskało wyższą ocenę. Itaka, lider rynku, awansowała o dwa poziomy z BBB+ do A, Rainbow Tours, druga największa firma turystyczna w kraju, przeszła z poziomu A+ do AA, a TUI Poland, trzecie największe biuro podróży, pozbyło się minusa przy ocenie A. W ratingach awansowały też o jeden szczebel: Wezyr Holidays, Grecos Holiday, Neckermann, Sun & Fun i Alfa Star. Almatour pozostał przy ratingu z zeszłego roku, A+. Jedynie Exim Tours stracił plusa przy ocenie B (**tabela ratingów ➔4**).

Jeśli chodzi o obroty, w stawce dziesięciu największych organizatorów nastąpiły niewielkie przetasowania. Je-

dynie na piąte miejsce z szóstego wysunął się Grecos Holiday, firma, która konsekwentnie buduje swój wizerunek „specjalisty od greckich wakacji”. Pomaga jej w tym wielkie zainteresowanie wypoczynaniem w Grecji – co czwarty klient biura podróży pojedzie w tym roku na jedną z jej wysp. Firmy ładnie się rozwijają – jest tylko kwestia dynamiki. Rekordziści z pierwszej dziesiątki w zeszłym roku powięk-

zarbeiterowych ? 23 procent. W sumie z biurami podróży wyjechało około 2,05 miliona osób.

Dużym sukcesem okazały się zyski organizatorów turystyki. Wystrzeliły one nie tylko ponad poziom historycznego rekordu w tej branży, ale przekroczyły go aż o 73 procent. Wynik netto 28 biur podróży wyniósł 132 miliony wobec 76 milionów złotych przed rokiem. Pozwala to wstępnie

zarobił 72 złote na jednej sprzedanej wycieczce (rok wcześniej 50 złotych). Dla przykładu, w Itace zysk wyniósł 53 złote, w Rainbow Tours 127 złotych, a w TUI Poland 22 złote.

Dobra kondycja biur podróży powinna cieszyć ich klientów. Oznacza bowiem większą stabilność firm, którym powierzają swoje pieniądze wraz z marzeniami o wypoczynku, poznawaniu świata i dobrej zabawie. Oddala się groźba upadku organizatora, a więc kłopotów z odzyskaniem pieniędzy z gwarancji (trzeba czekać ponad rok – w tej kwestii prawo się nie zmieniło), a przede wszystkim zepsutych wakacji.

Jedno się nie zmieniło – nadal biura podróży zaciekle ze sobą konkurują. Turyści mają z tego korzyść w postaci tanich wycieczek. Na szczęście dla touroperatorów w utrzymywaniu niskich cen pomagają im w tym roku stosunkowo niska cena paliwa i... sytuacja polityczna i ekonomiczna w Rosji. Wielu Rosjan rezygnuje z podróży za granicę (różne dane mówią o spadku ruchu turystów z Rosji o 20–40 procent w zeszłym roku i jeszcze 10 procent w tym). To z kolei powoduje, że hotelarze w Turcji, Bułgarii, Egipcie czy Grecji chętniej widzą u siebie turystów z Polski. Są więc skłonni obniżać ceny, z czego touroperatorzy skwapliwie korzystają. Stabilny, a w ostatnich tygo-

dnach stosunkowo też niewysoki, kurs złotówki do dolara i euro również można zapisać na plus.

Choć walka o klienta trwa, touroperatorzy nauczeni doświadczeniem roku 2012, kiedy upadło 15 biur podróży, starannie kalkulują. Nie są już skłonni obniżać cen poniżej kosztów własnych. Nie znaczy to, że takich ofert nie ma, ciągle się zdarzają nadzwyczajne okazje. Takie sytuacje świadczą o tym, że biuro podróży ma jakiegoś towaru za dużo. Na szczęście nie są to ilości, które mogłyby doprowadzić do bankructwa. Jak powiedziano, biura podróży zdołały odłożyć nieco gotówki i nie balansują już na krawędzi niewypłacalności, mogą więc manipulować cenami – raz je mocno obniżyć, innym razem podnieść.

**Koniec rabatów
50 procent**

Obecny rok, chociaż początkowo wydawał się rokiem za-stoju, z dnia na dzień przynosi coraz lepsze wiadomości o sprzedaży. Świadczy to o tym,

że, jak przewidywali niektórzy obserwatorzy rynku, klienci nie zrezygnowali w tym roku z wyjazdu na wakacje, ale po prostu czekali z ich zakupem dłużej niż zwykle. Prawdopodobnie złożyło się na to kilka przyczyn – począwszy od chwilowego strachu, jaki padł na osoby zadłużone we frankach szwajcarskich, gdy wzrósł kurs tej waluty, przez zamach w Tunezji, a skończywszy na nadziei wielu, że ceny w biurach podróży jeszcze spadną, wzorem zeszłego roku. Touroperatorzy, zaniepokojeni, przedłużali akcje promocyjne, wszczynali nowe, a nawet zaczęli sprzedawać oferty „last minute” z kilkumiesięcznym wyprzedzeniem, kusząc 50 procentami opustu. Wydaje się jednak, że teraz ceny wycieczek będą już tylko rosnąć, wakacje bowiem za pasem. ©©

Pełne ratingi i informacje o biurach podróży na Turystyka.rp.pl

Turystyka
serwis branżowy „Rzeczpospolitej”

*Turystyka.rp.pl i TravelData dokonały pierwszego podsumowania sezonu 2014 w polskiej turystyce wyjazdowej. Na nasze ankiety rozesełane do wiodących polskich touroperatorów, odpowiedziało 29 z 32 zapytanych, w tym wszyscy z pierwszej dziesiątki. Na podstawie nowej i wcześniejszej dokumentacji 29 organizatorów zostały nadane nowe ratingi. Pozostali mogą zostać ujęci w edycji sierpniowej, która będzie już bazowała na danych przekazywanych przez nich do Krajowego Rejestru Sądowego. ©©

**”Dobra kondycja biur podróży
powinna cieszyć ich klientów.
Powierzają im swoje pieniądze
i marzenia o wypoczynku**

szyli obroty nawet o 30–40 procent w stosunku do sezonu poprzedniego. Najsłabszy wynik to 5,4 procent.

50 złotych od wycieczki

Publikacja ratingów służy też podsumowaniu całego rynku zorganizowanej turystyki wyjazdowej. Rok 2014 przyniósł wzrost obrotów (mowa o grupie 28 największych firm) o 19,6 procent, czyli z 4,17 miliarda do 5 miliardów złotych. Dynamika wzrostu liczby klientów sięgnęła 18,5 procent, a jeśli liczyć tylko uczestników wyjazdów

szacować łączny rezultat netto branży zorganizowanej turystyki wyjazdowej na powyżej 140 milionów złotych. Dotychczas najlepsze rezultaty notowano w latach 2013 i 2008, gdy wyniosły odpowiednio 85 i 78 milionów.

Duże zyski zadecydowały o wzroście rentowności w branży, choć nadal jest to dziedzina gospodarki uzyskująca niezwyczajnie małą marżę. Zeszły rok zamknęła rentownością 2,65 procent wobec 1,83 procent w rekordowym dotąd roku 2013 i zaledwie 0,25 procent w pamiętnym sezonie 2012.

Warto wiedzieć, że oznacza to, że przeciętnie organizator