



Wydanie specjalne
czerwiec 2021

Wiadomości Turystyczne – pismo
branżowe pracowników turystyki
Wydawca Eurosystem
www.wiadomosciturystyczne.pl

Raport

Ranking 2021 Touroperatorzy

Chroniąc kapitał
w destrukcyjnie
zmiennym otoczeniu

POTWIERDZONE DANE ZA ROK 2020

**RANKING 2021
TOUROPATORZY**

TURYSTYKA WYJAZDOWA
POTWIERDZONE DANE ZA ROK 2020



Raport. Ranking 2021 Touroperatorzy wydanie specjalne „Wiadomości Turystycznych”

Autor Marzena German

Dyrektor Jagoda Walczak

Reklama Joanna Mputu Lese

Redakcja: ul. Wawelska 78/30, 02-034 Warszawa, tel./faks: (22) 822 20 16,
wt@wiadomosciturystyczne.pl, www.wiadomosciturystyczne.pl



Wiadomości Turystyczne – pismo branżowe pracowników turystyki opisuje najważniejsze wydarzenia turystyczne w Polsce i na świecie. Dostarcza aktualnych i rzetelnych informacji niezbędnych w codziennej pracy branży turystycznej. Prezentuje najważniejsze inicjatywy środowiska i nowe trendy w światowym biznesie turystycznym. Rzetelne informacje i przejrzysta szata graficzna tworzą profesjonalne medium nieodzowne w codziennej pracy każdej firmy branży turystycznej. Publikacje rozszerzone są o targowe wydania krajowe i zagraniczne, prezentacje destynacji zagranicznych i profesjonalne raporty branżowe.

Prenumerata: prenumerata@2eurosyst.pl
tel./faks: (22) 822 20 16. Ruch, Kolporter, Garmond
Wydawca: Eurosystem Jarosław Sleszyński
tel./faks: (22) 822 20 16, e-mail: eurosyst@pro.onet.pl, www.eurosyst.pl

Studio graficzne: Studio4you

Pozostałe publikacje:
„Destination Poland” (wydanie zagraniczne „Wiadomości Turystycznych”)
„MICE Poland”, www.forumsamorządowe.pl

Świat się zatrzymał. Branża turystyczna z bilionami strat

W 2020 roku wyjazdów zagranicznych było o 70 proc. mniej niż przed rokiem. Największy „minus” można było zaobserwować w grupie podróży zagranicznych Azjatów (-80 proc.), w przypadku Europejczyków zmiana na minus wyniosła „tylko” 66 proc.

I. ŚWIAT

1. ROK, W KTÓRYM ZACHOROWAŁ ŚWIAT

Ani kryzys światowy z 2008 i 2009 roku, ani zamachy na Stany Zjednoczone z 11 września 2001 roku, ani wybuch wulkanu na Islandii w 2010 roku, który na kilka dni sparaliżował ruch lotniczy na półkuli północnej nie były tak tragiczne w skutkach dla branży turystycznej jak 2020 rok. Pandemia koronowirusa uderzyła w cały świat. Światowa Organizacja Turystyczna wyliczyła, że liczba wyjazdów zagranicznych spadła o 74 proc. rok do roku. Oznacza to, że w podróż nie wybrało się 1 mld osób. Dla porównania w trudnym kryzysowym roku 2009 spadek wynosił „zaledwie” 4 proc. Organizacja podaje, że w związku z tym przychody z tytułu eksportu usług były niższe o 1,3 bln dol., czyli 11 razy więcej niż w czasie globalnego kryzysu z 2009 roku. Pandemia spowodowała, że zagrożonych było od 100 do 120 mln miejsc pracy, głównie w małych i średnich firmach.

Największe spadki w liczbie przyjazdów zanotowane zostały w regionie Azji i Pacyfiku (-84 proc.), Bliskiego Wschodu i Afryki -75 proc., Europy -70 proc. Na Starym Kontynencie touroperatorzy mogli przez chwilę odetchnąć, kiedy na kilka tygodni latem wznowili działalność operacyjną. Mimo to, jeśli spojrzeć na liczby absolutne, w Europie spadki były najwyższe – w całym roku podróżowało po niej o ponad 500 mln mniej gości zagranicznych niż rok wcześniej. Najlepiej sytuacja przedstawiała się w obu Amery-

kach – tam przyjazdów było o 69 proc. mniej niż przed rokiem.

Więcej światła na segment turystyki zorganizowanej rzuca badanie World Travel Monitor, które od wielu lat prowadzi instytut badawczy IPK International we współpracy z berlińskimi targami turystycznymi ITB. Raport pokazuje, że w zeszłym roku wyjazdów zagranicznych było o 70 proc. mniej niż przed rokiem, a spadki rozkładały się różnie nie tylko w zależności od regionu, ale też od rodzaju wyjazdu. Największy „minus” można było zaobserwować w grupie podróży zagranicznych Azjatów (-80 proc.), w przypadku Europejczyków zmiana na minus wyniosła „tylko” 66 proc. W Ameryce Łacińskiej ten segment zanotował stratę w wysokości 70 proc., w Ameryce Północnej było to natomiast 69 proc. Głębsza analiza pokazuje, że przy wycieczkach poza własny kraj największe spadki dotyczyły wyjazdów turystycznych (-71 proc.), na drugim miejscu znalazły się podróże służbowe (-67 proc.), na trzecim pozostałe prywatne (-62 proc.). W segmencie podróży urlopowych najgorzej wypadła podsumowanie wyników dla wycieczek objazdowych i odwiedzin w miastach (-75 proc.), z kolei na wypoczynek nad morzem zdecydowało się o 53 proc. mniej klientów. Mało optymistycznie prezentują się również wyniki dla segmentu zagranicznych podróży lotniczych, gdzie spadki wyniosły 74 proc. Przy wyjazdach własnym samochodem zmiana na minus wyniosła natomiast 58 proc. Hotelarze zanotowali straty sięgające 73 proc. Pandemia nie spowodowała jednak, że ludzie zaczęli poszukiwać tańszych opcji. Co praw-

da średnie wydatki na podróż zmniejszyły się o 14 proc., ale było to związane z ograniczoną liczbą wycieczek lotniczych i do dalekich krajów.

2.1. RYNEK NIEMIECKI Z DUŻYMI SPADKAMI

Niemcy to jeden z najważniejszych rynków źródłowych dla światowej turystyki i jeden z największych w Europie. Mieszkańcy tego kraju mówią o sobie, że są mistrzami świata w podróżowaniu, co potwierdzają liczby. W rekordowym 2019 roku wydali na swoje wyjazdy 69,5 mld euro, w zeszłym roku rozliczeniowym (zakończonym 31 października 2020 roku) kwota ta spadła do 32 mld euro, czyli o 54 proc. rok do roku. Tak wynika z analiz instytutu badawczego GfK przeprowadzonych na zlecenie DRV (Deutscher Reiseverband – odpowiednik Polskiej Izby Turystyki). W zestawieniu tym ujęte zostały podróże prywatne o charakterze turystycznym, obejmujące co najmniej jeden nocleg zarezerwowany przed wyjazdem.

2.2. TURYSTYKA ZORGANIZOWANA STRACIŁA NAJWIĘCEJ

Ze wspomnianych 32 mld euro Niemcy wydali na imprezy turystyczne kupione od touroperatorów 12,5 mld euro. Rok temu było to 35,4 mld euro, czyli o 65 proc. więcej. Norbert Fiebig, prezes DRV, podkreśla, że segment wyjazdów zorganizowanych ucierpiał na pandemii najmocniej, a w ujęciu liczbowym rynek cofnął się o ponad 30 lat. Z kolei wydatki na podróże zorganizowane samodzielnie, czyli bez udziału biur podróży,

były niższe o 43 proc. i zamknęły się kwotą 19,5 mld euro. Zestawienie pokazuje, że tylko 39 proc. wycieczek prywatnych o charakterze urlopowym było zamówionych u touroperatorów. Dotychczas proporcje te rozkładały się po równo, 50 do 50 proc. DRV tłumaczy, że jest to związane z miejscem wyjazdu – wiele osób zdecydowało się spędzić urlop w Niemczech lub w krajach sąsiednich, a w takich przypadkach klienci samodzielnie organizują swój pobyt.

Szczególnie dotkliwie odczuwalne były spadki wydatków poza szczytem sezonu – przed jego rozpoczęciem w 2019 roku Niemcy przeznaczali na podróże 46 mld euro, w zeszłym roku zaledwie 16 mld euro, czyli o 64 proc. mniej. To oznaczało nie tylko straty dla przedsiębiorców, ale też realne zagrożenie dla funkcjonowania firm i utrzymania miejsc pracy. Latem wyjazdów było o ponad jedną trzecią mniej – łącznie 152 mln. Z powodu restrykcji, klienci najczęściej decydowali się na pobyt w Niemczech, ale mimo że wielu turystów faktycznie spędziło urlop we własnym kraju, także w tym segmencie widać spadki. Słabo wypadają też wskaźniki dla rejsów wycieczkowych. GfK obliczył, że na ten rodzaj wypoczynku turyści przeznaczali 2,4 mld euro, czyli o 60 proc. mniej niż rok wcześniej. W przypadku wycieczek rzecznych spadki wyniosły 65 proc. rok do roku (skumulowany przychód z tego tytułu to 300 mln euro), przy rejsach morskich było to 59 proc. (łącznie obroty to 2,1 mld euro). Liczba pasażerów tych ostatnich wyniosła odpowiednio 3,7 mln osób w 2019 roku i 1,1 mln w 2020 roku, na rejsy po rzekach wybrało się nieco ponad 300 tys. pasażerów. Spadki były tym dotkliwsze, że w poprzednich latach segment ten rozwijał się bardzo dobrze. DRV podaje też, że łączne wydatki Niemców na podróże, wliczając w to te poczynione w kraju przed wyjazdem i w odwiedzanym miejscu, wyniosły w 2020 roku 48,4 mld euro – rok wcześniej było to 98,1 mld euro. Pobytów trwających co najmniej 5 dni było 50,5 mln, z czego 45 proc. zostało zrealizowanych w Niemczech, a 55 proc. za granicą. Na taką wycieczkę wybrało się 44,6 mln Niemców (rok wcześniej 55,2 mln), generalnie podróżowało 63,1 proc. społeczeństwa (w 2019 roku 78,2 proc.). Na każdego turystę przypadło średnio 1,1 wyjazdu. Przed rokiem wskaźnik ten wynosił 1,3.

3. FIRMY TURYSTYCZNE NA ŚWIECIE

3.1. NIEMIECKIE KONCERNY Z OLBRZYMI STRATAMI

Grupa TUI straciła w zeszłym roku rozliczeniowym (od 1 października 2019 do 30 września 2020 roku) 58 proc. przychodów. Obroty zamknęły się kwotą 7,9 mld euro, przed rokiem było to 18,9 mld euro, strata operacyjna wyniosła 3 mld euro, rok temu Grupa chwaliła się zyskiem operacyjnym w wysokości 893,5 mln euro. Stratę udało się zmniejszyć dzięki ograniczeniu kosztów o 400 mln euro rocznie. Koncern musiał zwrócić się o pomoc finansową do rządu Niemiec. W trzech transzach otrzymał nie tylko kredyty, ale też gwarancje bankowe, podniósł kapitał i wydał obligacje. Łącznie pomoc opiewała na kwotę 4,8 mld euro. Gotówkę udało się też pozyskać w ramach sprzedaży armatora statków wycieczkowych Hapag-Lloyd i zawiazaniu spółki joint-venture z Royal Caribbean Group. Ta transakcja rozpoczęła się przed wybuchem pandemii, a mimo jej trwania, udało się ją przeprowadzić do końca. TUI podpisał też ugodę z Boeingiem w ramach której otrzymał odszkodowanie za uziemienie samolotów B737-Max. Na koniec minionego roku rozliczeniowego Grupa dysponowała środkami płynnościowymi w wysokości 2,5 mld euro. W czasie podsumowania koncern poinformował też, że popyt na wycieczki rośnie, a średnie ceny na Lato 2021 są wyższe o 14 proc., rezerwacji było natomiast więcej o 3 proc. rok do roku.

Drugi po TUI koncern turystyczny w Niemczech i w Europie – DER Touristik uzyskał w zeszłym roku 1,3 mld euro przychodów. To oznacza spadek o 73,9 proc. rok do roku. Strata operacyjna doszła natomiast do 390 mln euro. Podobnie jak TUI, także DER Touristik skupił się na ograniczaniu kosztów - zwolnił ponad 300 osób i zamknął w sumie 120 biur agencyjnych – w Niemczech 40 salonów własnych, za granicą 80 kolejnych. Jednocześnie koncern wykorzystał kryzys i kupił 50 proc. udziałów w sieci hoteli Aldiana oraz 25 biur agencyjnych od Galerii Kaufhof Karstadt. W kwietniu sprzedał z kolei linię lotniczą Novair operującą na rynku skandynawskim. Był to ostatni przewoźnik lotniczy w strukturze firmy,

który został przejęty przy okazji pozyskania Kuoni. DER Touristik nie zwrócił się o pomoc do rządu Niemiec, bo koncern należy do Grupy REWE, która w pandemii poprawiła nawet swoje wyniki finansowe. Przypomnijmy, turystyka to tylko jedno ze źródeł jej przychodów, firma jest właścicielem sieci supermarketów i dyskontów spożywczych oraz marketów budowlanych. Wzrost obrotów w sklepach spożywczych wyniósł 12,3 procent (do 26,5 mld euro), w budowlanych o 20 procent (do 2,7 mld euro). Jak mówi, prezes REWE Lionel Souque, dzięki temu udało się skompensować straty z turystyki.

3.2. WIELKA BRYTANIA RÓWNIEŻ ZE SPADKAMI

Wielka Brytania to równie ważny rynek źródłowy dla wielu kierunków turystycznych. Także tam obserwować można było załamanie sektora turystyki.

Jak wynika z danych brytyjskiego Urzędu Lotnictwa Cywilnego, liczba pasażerów przylatujących i wylatujących z tamtejszych lotnisk (dane skumulowane) spadła w zeszłym roku o 75,3 proc. do 68,5 mln. Przed pandemią rynek rozwijał się w każdym roku, choć faktycznie w lutym 2020 roku pojawiło się wiele anulacji lotów, co wynikało jednak ze złych warunków pogodowych. Kiedy w marcu ogłoszona została pandemia, podróży zaczęło mocno ubywać – w kwietniu i maju spadki wyniosły prawie 98 proc. rok do roku – wówczas lotniska obsługiwały zaledwie 700 tys. pasażerów. Częściowe odbicie obserwować można było latem, kiedy obostrzenia zostały poluzowane. Mimo to od lipca do września lotniska obsługiwały tylko 11,1 mln pasażerów, którzy przylecieli do Wielkiej Brytanii lub z niej wyjechali. To o 82 proc. mniej rok do roku. Wraz z nadejściem drugiej fali jesienią zeszłego roku, popyt na usługi lotnicze mocno spadł – w grudniu pasażerów było o 87,9 proc. mniej niż przed rokiem.

Spadki obserwować można było też u touroperatorów. Największym graczem w tym segmencie jest TUI, którego wyniki zostały omówione już powyżej. Drugi pod względem wielkości organizator wyjazdów zagranicznych to Jet2 PLC, do którego na-

leży touroperator Jet2holidays.com i linia lotnicza Jet2.com. Co prawda koncern ogłosi ostateczne wyniki finansowe za zeszły rok, który skończył się 31 marca 2021 roku, dopiero 8 lipca, ale już teraz przedstawił wstępny bilans. Wiadomo, że przedsiębiorstwo poniesie stratę, która waha się między 375 a 385 mln funtów. Rok temu chwaliła się 264,2 mln zysku operacyjnego. W czasie roku fiskalnego 2021 zgromadziła, posiłkując się różnymi źródłami finansowania, prawie 1 mld funtów środków płynnościowych, by zmniejszyć w ten sposób wpływ pandemii na swoją działalność. Podjęła też szereg działań wewnętrznych nakierowanych na ograniczenie kosztów i oszczędzanie gotówki. W rezultacie na koniec marca 2021 roku Jet2 PLC posiadał 1,379 mld funtów w gotówce (dane sprzed audytu), rok wcześniej było to 520 mln funtów. Taki wynik udało się osiągnąć mimo

zwrócenia klientom zaliczek, które łącznie opiewały na 1,3 mld funtów.

W Wielkiej Brytanii warto przyrzeć się także wynikom easyJet PLC – do koncernu należy linia lotnicza easyJet i touroperator easyJet Holidays. Roczne wyniki za okres rozliczeniowy, który zakończył się 30 września 2020 roku, to dane skumulowane. Wynika z nich, że przychody spadły o 52,9 proc. do 3 mld funtów, liczba miejsc w samolotach obniżyła się o 47,5 proc. do 55,1 mln, a współczynnik wykorzystania miejsc spadł z 91,5 proc. do 87,2 proc. Pod koniec maja, kiedy powstał raport „Touroperatorzy 2021” nie były dostępne kompleksowe opracowania dotyczące skumulowanych wyników finansowych rynku turystyki wyjazdowej w Wielkiej Brytanii. Z informacji organizacji branżowej ABTA wynikało jedynie, że obroty spadły o 85-90 proc. rok do roku.

3.3. PORTALE REZERWACYJNE

O kondycji światowego rynku turystycznego świadczą też wyniki portali rezerwacyjnych. Co prawda w Polsce serwisy typu Booking.com czy Expedia kojarzone są ze sprzedażą bezpośrednią i mogłoby się wydawać, że właściwie nie mają żadnego udziału w rynku podróży zorganizowanych, to jednak zarówno jedna jak i druga firma współpracuje z biurami agencyjnymi i touroperatorami. Co więcej, Booking.com sprzedaje na przykład wycieczki fakultatywne i inne usługi świadczone w odwiedzanych miejscach od TUI Musement.

Booking Holdings ogłosił, że obroty z rezerwacji usług turystycznych wyniosły w 2020 roku 35,4 mld dol., co oznacza, że były o 63 proc. niższe rok do roku. Całkowity przychód to 6,8 mld euro (-55 proc. rok do roku), a zysk netto to 59 mln dol. - spadek wyniósł 99 proc. wobec 2019 roku.

Drodzy Agenci, Partnerzy Sun & Fun Holidays,

DZIĘKUJEMY!



Drogie Koleżanki i Koledzy,

serdecznie dziękujemy za ten ostatni rok, który był dla nas wszystkich dużym wyzwaniem. Bezprecedensowa sytuacja związana z pandemią zweryfikowała nie tylko plany wakacyjne Klientów, ale także naszą pracę.

Dziękujemy za Wasze zaangażowanie, cierpliwość i za duże wsparcie!

Za zaufanie, dzięki któremu Sun & Fun Holidays wkracza w nowy sezon z dużą energią i wiarą, że nasi Klienci w pełni będą mogli cieszyć się wakacjami a my wszyscy powrotem do normalności!

Życzymy udanego sezonu i wielu wspólnych „podróż” z Sun & Fun Holidays!

Zarząd i pracownicy
Sun & Fun Holidays



sunfun.pl

[#sunfunholidays](https://twitter.com/sunfunholidays)



Expedia z tytułu rezerwacji uzyskała 36,8 mld dol., czyli o 66 proc. mniej rok do roku. Przychody wyniosły 5,2 mld dol. i były o 57 proc. niższe niż w 2019 roku. Strata operacyjna doszła do 2,72 mld dol., a strata netto do 2,69 mld dol. W zeszłym roku wskaźniki te wyniosły odpowiednio 903 i 565 mln dol.

4. PERSPEKTYWY NA PRZYSZŁOŚĆ

Choć zeszły rok był dla branży turystycznej na całym świecie tragiczny w skutkach, to przyszłość rysuje się w bardziej optymistycznych barwach. 62 proc. podróżnych planuje wyjechać za granicę także w tym roku – tak wynika z omawianego badania IPK International. Osoby, które na taką opcję się nie decydują, obawiają się zara-

żenia koronawirusem. Jednak wraz z postępującym programem szczepień strach ten zaczyna maleć. Jeśli już ktoś chce podróżować, to głównie w celach wypoczynkowych, przede wszystkim nad morze. Na drugim miejscu znajdują się wypadki do miast, a pobyty na łonie przyrody są na pozycji trzeciej. W porównaniu z okresem sprzed pandemii widać znaczący wzrost potrzeby spotkania się z rodziną i przyjaciółmi. W segmencie wyjazdów służbowych gotowość do ich odbywania jest większa wśród Azjatów i Amerykanów niż u Europejczyków. Z ankiet wynika ponadto, że powodzeniem cieszyć się będą wycieczki lotnicze za granicę i klienci powrócą też do hoteli. Szanse na szybką odbudowę turystyki zagranicznej są bardzo duże.

Wiele osób chce podróżować, co potwierdzają nie tylko wyniki ankiet i badań prowadzonych w pierwszej połowie tego roku, ale też bieżące dane sprzedażowe. Czy uda się powrócić do poziomów sprzedaży sprzed pandemii już w 2022 roku, pozostaje jeszcze sprawą otwartą – eksperci rynkowi mają w tym względzie różne opinie. Co prawda wiele osób faktycznie chciałoby dokądś wyjechać i nawet ma na to środki finansowe, jednak część z nich w dalszym ciągu przed podjęciem decyzji o rezerwacji wstrzymuje strach przed COVID-19 i jego nowymi mutacjami.

Czy na pewno wiesz wszystko?

Aktualne wydanie cyfrowe w Twoim smartfonie



„Wiadomości Turystyczne” – pismo branży turystycznej. Na bieżąco poruszamy tematy najważniejsze dla branży turystycznej. Prezentujemy komentarze, opinie praktyków, specjalistów, analizy ekspertów z różnych dziedzin, w tym organizacji pracy, prawa i nowych technologii.

Zamów prenumeratę, papierową lub elektroniczną
www.wiadomosciturystyczne.pl;
wt@wiadomosciturystyczne.pl

Polska. Koronakryzys pogłębiany chaosem rządowych decyzji

Chaos informacyjny, który towarzyszył branży nawet po upływie kilku miesięcy od wybuchu pandemii, pogarszał i tak trudną sytuację. Proces zamykania i otwierania biur, hoteli i stoków narciarskich co kilka dni generował niepotrzebne koszty i praktycznie uniemożliwiał sprzedaż oferty.

II. POLSKA

1. KALENDARIUM PANDEMII

Początkowo nikt nie spodziewał się, że pandemia koronawirusa potrwa tak długo, i że pociągnie za sobą poważne konsekwencje. Od marca, kiedy COVID-19 szalał już praktycznie na całym świecie, co kilka tygodni rządy podejmowały kolejne decyzje ograniczające normalne funkcjonowanie i prowadzenie działalności gospodarczej. W Polsce na kilka miesięcy, choć z krótkimi przerwami, zamknięte zostały centra handlowe, a zatem i działające tam agencje turystyczne, nie mogły pracować hotele, okresowo obowiązywał zakaz wyjazdów za granicę, który z czasem został zdjęty. Pojawiły się natomiast różne ograniczenia podróży, choćby w postaci obowiązku wykonywania testów na COVID-19 i/lub odbywania kwarantanny w kraju docelowym albo już po powrocie w Polsce. To wszystko odbiło się na przedsiębiorcach turystycznych. W poniższym zestawieniu zebraliśmy najważniejsze decyzje rządu – nie jest to pełne kalendarium przebiegu pandemii, a jedynie przypomnienie zdarzeń, które miały wpływ na branżę turystyczną:

7 stycznia 2020 – Wybuch epidemii w Chinach

21 stycznia – Główny Inspektor Sanitarny odradza podróże do Chin.

24 stycznia – Koronawirus dociera do Europy. Po raz pierwszy wykryty zostaje we Francji, a później w Niemczech, w Wielkiej Brytanii i we Włoszech. Na kontynencie północnoamerykańskim COVID-19 pojawia się najpierw w Kanadzie.

28 stycznia – Ministerstwo Zdrowia i NFZ zalecają, by osoby, które w ostatnich dwóch tygodniach były w Chinach lub miały kontakt z kimś, kto tam przebywał i wystąpi u nich gorączka, kaszel lub duszność, zgłaszały się do szpitala na oddział zakaźny.

31 stycznia – LOT zawiesza rejsy do Pekinu.

2 marca – Sejm przyjmuje tzw. specustawę covidową.

4 marca – Koronawirus pojawia się w Polsce (w Zielonej Górze).

7 marca – Prezydent podpisuje ustawę ws. koronawirusa, a Ministerstwo Rozwoju zapowiada, że szykuje pomoc dla firm dotkniętych pandemią.

8 marca – GIS zaleca, by nie brać udziału w imprezach masowych. LOT anuluje rejsy do Włoch.

9 marca – Rozpoczynają się kontrole sanitarne na granicach z Czechami i Niemcami.

10 marca – Odwołane zostają imprezy masowe w Polsce, wprowadzona zostaje kontrola sanitarna na granicach Polski z Ukrainą, Białorusią, Rosją i Litwą.

11 marca – WHO ogłasza pandemię koronawirusa.

12 marca – Rząd wprowadza restrykcje: od 12 do 25 marca zawiesza lekcje w szkołach i na uczelniach wyższych, od 16 marca zamyka szkoły (od 19 marca szkoły ponadpodstawowe), czasowo zamknięte zostają instytucje kultury, nie można organizować wydarzeń z udziałem publiczności i imprez masowych.

14 marca – Rząd organizuje dodatkowe loty dla Polaków przebywających za granicą, które zrealizował LOT.

15 marca – Polska zamyka granice na 10 dni. Polacy powracający do kraju musieli odbyć 14-dniową kwarantannę. Zawieszono zostają loty pasażerskie oraz połączenia kolejowe za granicę.

17 marca – Unia Europejska zamyka granice. 18 marca – Rząd ogłasza pierwszy pakiet wsparcia dla przedsiębiorców. Obejmował on dopłatę do wynagrodzeń (40 proc.).

25 marca – Zamknięcie granic zostaje przedłużone do 13 kwietnia, pojawiają się kolejne restrykcje: ograniczenia w przemieszczaniu się, zmniejszenie liczby pasażerów w komunikacji miejskiej, zakaz organizacji spotkań, zebrań i zgromadzeń. Do Polski nie mogli przyjeżdżać obcokrajowcy, Polacy, którzy wrócili do kraju, musieli odbyć 14-dniową kwarantannę, procedury kontrolne na granicach zostały zaostrome, ograniczono pracę centrów handlowych, wstrzymano ruch pasażerski lotniczy i kolejowy, zamknięto lokale gastronomiczne.

27 marca – Sejm przyjmuje tarczę antykryzysową, która miała uchronić miejsca pracy, wesprzeć służbę zdrowia i przedsiębiorców oraz zapewnić bezpieczeństwo systemu finansowego.

31 marca – Pojawiły się nowe restrykcje ograniczające handel, zamknięte zostały hotele i inne obiekty noclegowe, osoby poniżej 18 roku życia nie mogły wychodzić z domu same, obowiązywał zakaz korzystania z parków, plaż, promenad i rowerów miejskich, pojawiły się limity pasażerów u przewoźników prywatnych. Wojsko i policja patrolowały ulice.

2 kwietnia – Komisja Europejska przedstawiła plan walki z pandemią.

9 kwietnia – Rząd ponownie wydłużył obustrzenia.

15 kwietnia – Pojawiła się zapowiedź poszerzenia tarczy antykrzysowej (m.in. rozciągnięcie jej na firmy założone od 1 lutego do 1 kwietnia).

16 kwietnia – Wprowadzono obowiązek noszenia maseczki i zachowania dystansu od innych osób w miejscach publicznych.

4 maja – Otwarcie hoteli i centrów handlowych z ograniczeniami.

18 maja – Otwarcie lokali gastronomicznych.

27 maja – IV etap znoszenia obostrzeń, który obejmował m.in. całkowite otwarcie hoteli.

30 maja – Rząd zniósł nakaz noszenia maseczek na świeżym powietrzu.

13 czerwca – Zniesienie kontroli na granicach wewnętrznych Unii Europejskiej.

8 sierpnia – Przywrócenie obostrzeń. Polska zostaje podzielona na strefy czerwoną i żółtą w zależności od liczby zachorowań na COVID-19. To oznacza ograniczenia w organizacji kongresów i targów, imprez sportowych, imprez kulturalnych, pracy gastronomii, działalności sanatoriów, transportu zbiorowego, transportu lotniczego.

23 października – Rząd obejmuje cały kraj strefą czerwoną, co oznaczało m.in. zawieszenie działalności sanatoriów, wprowadzenie lekcji zdalnych dla klas IV–VIII, zakaz spotkań i zebrań dla więcej niż 5 osób.

4 listopada – Wprowadzenie nowych obostrzeń, które obejmują m.in. ograniczenia w handlu i działalności hoteli, które były dostępne tylko dla osób podróżujących służbowo (od 7 do 29 listopada).

Od 28 listopada do 27 grudnia Polska znalazła się na etapie odpowiedzialności. Pojawia się nowa data ferii zimowych – w całej Polsce trwały od 4 do 17 stycznia. Miało to ograniczyć wyjazdy krajowe i zagraniczne.

26 listopada – Rząd uruchomił tarczę finansową 2.0 z budżetem 35–40 mld zł, obejmującą mikrofirmy, małe, średnie i duże przedsiębiorstwa.

28 listopada – Otwarcie centrów handlowych.

14 grudnia – Ogłoszenie kwarantanny narodowej – nowe obostrzenia obowiązywały od 28 grudnia do 17 stycznia. Oznaczało to m.in. zamknięcie hoteli, stoków narciarskich, centrów handlowych, osoby przyjeżdżające do Polski transportem zorganizowa-

nym musiały odbyć 14-dniową kwarantannę.

Przedstawiciele branży wielokrotnie powtarzali, że najgorsza była dla nich niepewność. Nawet zła informacja o zamknięciu granic, wprowadzeniu kwarantanny, czy obowiązkowych, drogich testach PCR byłaby o tyle pozytywna, że pozwalałaby zaplanować biznes. Chaos informacyjny, który towarzyszył branży nawet po upływie kilku miesięcy od wybuchu pandemii, pogarszał i tak trudną sytuację. W tym kontekście należy przywołać proces zamykania stoków narciarskich – początkowo miały działać, dwa dni później okazało się, że jednak będą nieczynne. To generowało niepotrzebne koszty poniesione w związku z przygotowaniem do wznowienia działalności operacyjnej. Przystawione oliwy do ognia dolewali też politycy, którzy wyrażając własne opinie na temat podróży, niepotrzebnie straszili klientów. Skutek był jeden – po każdej takiej wypowiedzi w biurach podróży i u agentów urywały się telefony z prośbą o anulację wyjazdów.

2. DZIAŁANIA BRANŻY

Już na początku pandemii branża turystyczna zjednoczyła siły i przystąpiła do rozmów z rządem o możliwych formach pomocy. W ciągu dziesiątek, jeśli nie setek godzin spotkań z wiceministrem rozwoju, pracy i technologii Andrzejem Gutem-Mostowym, dyrektorem Departamentu Turystyki Rafałem Szlachtą i Dominikiem Borkiem, który zastąpił Rafała Szlachtę po objęciu przez niego stanowiska prezesa Polskiej Organizacji Turystycznej, a także z wicepremierem Jadwigą Emilewicz, a później z jej następcą, Jarosławem Gowinem, udało się wypracować szereg rozwiązań, które pozwoliły w łagodniejszy sposób przejść przez kryzys. W tym kontekście pandemia koronawirusa przyniosła coś pozytywnego – turystyka jeszcze nigdy nie miała tak silnego lobbyingu jak w ostatnim roku.

2.1. ODROCZENIE TERMINU ZWROTU ZALICZEK

Jedną z najważniejszych form pomocy dla touroperatorów było niewątpliwie odroczenie terminu zwrotu wpłat wniesionych na poczet imprez turystycznych, które nie mogły być zrealizowane z powodu pandemii ko-

ronawirusa. Zgodnie z ustawą o imprezach turystycznych i powiązanych usługach turystycznych w przypadku wystąpienia nieuniknionych i nadzwyczajnych okoliczności, w następstwie których wyjazd nie może dojść do skutku, organizator ma obowiązek zwrócić klientowi pieniądze wpłacone na poczet jej realizacji w ciągu 14 dni. Ponieważ w momencie ogłoszenia pandemii nagle trzeba było odwołać wszystkie wyjazdy, biura podróży stanęły przed poważnym problemem – pieniądze od klientów były już przekazane kontrahentom, dlatego zgromadzenie wystarczających środków na zwroty dla klientów było trudne, a dla niektórych wręcz niemożliwe. Część mniejszych biur zdołała oddać pieniądze z własnych oszczędności, ale najwięksi, poza TUI, który na poziomie grupy otrzymał wsparcie od niemieckiego rządu, musieli szukać pomocy na zewnątrz. Problem polegał na tym, że banki odmawiały przedsiębiorcom turystycznym kredytów, bo obawiały się, że nie będą one w stanie oddać tych pieniędzy. W toku negocjacji z przedstawicielami rządu udało się wypracować rozwiązanie – touroperatorzy otrzymali dodatkowe 180 dni na wypłatę dla klientów.

2.2. VOUCHERY TURYSTYCZNE

Drugim narzędziem pomocowym było umożliwienie touroperatorom oferowania voucherów turystycznych na poczet realizacji wyjazdów turystycznych w późniejszym okresie. Dzięki temu biura nie musiały zwracać pieniędzy wszystkim klientom, co więcej, niejako zagwarantowały sobie pewną liczbę uczestników wyjazdów na kolejne miesiące i następny rok. Ponieważ pandemia nie ustąpiła tak szybko, jak początkowo zakładano, a rząd w ciągu roku wprowadzał kolejne obostrzenia uniemożliwiające wyjazdy zagraniczne, część klientów nie miała możliwości wykorzystania tych bonów, dlatego pojawiła się konieczność systemowego uregulowania kwestii. Co prawda touroperatorzy już wcześniej sami zdecydowali o przedłużeniu okresu wykorzystania voucherów, jednak bez nowelizacji ustawy covidowej, w której zawarte było to rozwiązanie, bony te po roku nie byłyby już chronione na wypadek ewentualnego ogłoszenia niewypłacalności przez biuro podróży. Gdyby organizator upadł, pieniądze z voucherów by przepadły. W pro-

jeckie nowelizacji ustawy pojawił się zapis o przedłużeniu ważności vouchera turystycznego do dwóch lat od momentu pierwotnej daty wyjazdu. W momencie powstawania niniejszego raportu nowelizacja ustawy została przyjęta przez Sejm i skierowana do Senatu.

2.3. TURYSTYCZNY FUNDUSZ ZWROTÓW

W wyniku negocjacji przedstawiciele branży turystycznej z Ministerstwem Rozwoju, Pracy i Technologii udało się stworzyć też mechanizm kredytowania touroperatorów, którzy potrzebowali pieniędzy na zwrot wpłat klientom. Skutkiem było utworzenie Turystycznego Funduszu Zwrotów.

Jak wspomnieliśmy, TFZ to nie dotacja, ale kredyt na preferencyjnych warunkach, który wraz z odsetkami trzeba zwrócić w równych 72 ratach. Początkowo ustawa przewidywała, że spłaty powinny rozpocząć się

w kwietniu 2021 roku, ale we wspomnianej nowelizacji ustawy pojawił się zapis odroczonej ten termin o osiem miesięcy do końca grudnia tego roku. Było to spowodowane przedłużającą się pandemią koronawirusa, która w dalszym ciągu uniemożliwia prowadzenie działalności operacyjnej w normalnym zakresie.

Kolejnym warunkiem uzyskania pożyczki TFZ był obowiązek wpłacenia w ciągu siedmiu dni od złożenia wniosku do funduszu 7,5 proc. łącznej wartości wypłat objętych wnioskiem na rzecz Turystycznego Funduszu Pomocowego – to kolejne rozwiązanie, które zostanie omówione w następnym punkcie. Pozostałe pieniądze, powiększone o wielkość odsetek, biuro musi zwrócić w ciągu sześciu lat. Oprocentowanie pożyczki jest różne i zależy od wielkości przedsiębiorstwa – wynosi 2,5 proc. dla małych i średnich firm oraz 4,1 proc. dla du-

zych. Organizator, aby otrzymać pieniądze z funduszu, musiał spełnić też inne warunki formalne. Zwrotami objęte były tylko te imprezy, za które płatność przyjęta była w formie bezgotówkowej. Uruchomienie środków było związane z koniecznością podjęcia działań przez klienta. Musiał on złożyć do Ubezpieczeniowego Funduszu Gwarancyjnego, który zarządzał TFZ, wniosek o wypłatę środków poniesionych na imprezę turystyczną, która została odwołana, podać w nim dane osobowe, a także szczegółowe informacje dotyczące imprezy turystycznej, wysokość wpłaconej kwoty i numer rachunku bankowego.

Z podsumowania UFG dotyczącego realizacji Turystycznego Funduszu Zwrotów wynika, że przedsiębiorcy złożyli wnioski na łączną kwotę 275 mln zł. W sumie dotyczyły one 91 tys. podróży i pochodziły od 298 organizatorów turystyki.



Rezerwuj u nas lub u naszych
autoryzowanych Agentów
www.rego-bis.pl
rezerwacja@rego-bis.pl
tel. 32 776 50 00
Biuro Obsługi Klienta
Katowice, ul. Sienkiewicza 33/2

BEZTROSKE WAKACJE ZNÓW W ZASIĘGU RĘKI

ALBANIA
BUŁGARIA
CHORWACJA
CZARNOGÓRA
HISZPANIA
MACEDONIA PÓŁNOCNA
TURCJA

UBEZPIECZENIE
OD COVID-19
GRATIS



2.4. TURYSTYCZNY FUNDUSZ POMOCOWY

We wspomnianej ustawie covidowej pojawił się jeszcze jeden instrument stworzony z myślą o touroperatorach. Chodzi o Turystyczny Fundusz Pomocowy. Jest to rozwiązanie, które ma zabezpieczyć biura podróży w przyszłości na wypadek nagłego załamania się rynku z powodu warunków zewnętrznych, a co za tym idzie, konieczności odwołania konkretnych imprez turystycznych. Składka na TFP jest naliczana od stycznia 2021 roku w wysokości od 0 do 15 złotych od każdego podróżnego na poczet zawartej umowy o imprezę turystyczną.

2.5. OBNIŻENIE PODSTAWY DO GWARANCJI UBEZPIECZENIOWYCH

Dla touroperatorów dużym wysiłkiem finansowym było też uzyskanie gwarancji ubezpieczeniowych. Polska Izba Turystyki zabiegała o obniżenie podstawy do wyliczenia ich wysokości. W ustawie o imprezach turystycznych i powiązanych usługach turystycznych zapisano bowiem, że roczny przychód, na podstawie którego określana jest minimalna wysokość sumy ubezpieczenia, nie może być niższy niż przychód uzyskany w roku poprzednim. W ramach negocjacji wartość ta na 2020 rok została obniżona do 30 proc. przychodu z 2019 roku.

2.6. TARCZE RZĄDOWE

W ramach walki z gospodarczymi skutkami pandemii koronawirusa rząd przygotował też ogólne rozwiązania wspierające przedsiębiorców, z których mogły korzystać także firmy turystyczne – biura podróży, biura agencyjne, hotele, a ostatecznie także i piloci. Nie wszystkie rozwiązania ogólnogospodarcze były dostępne dla każdego przedsiębiorcy, z czasem katalog firm został poszerzony, co również wymagało wielu zabiegów ze strony branżowych negocjatorów. Opinie na temat zakresu pomocy i jej wielkości są wśród przedstawicieli branży skrajne – podczas gdy jedni przyznają, że pozwoliły im uratować firmy i utrzymać miejsca pracy, inni uważają, że były skrajnie niewystarczające. Wśród instrumentów pomocowych znalazły się m.in. postojowe

oraz zawieszenie składek ZUS. W branży turystycznej mogli je otrzymać przewoźnicy autokarowi, osoby prowadzące działalność kulturalną i artystyczną, gestorzy bazy hotelowej, agenci turystyczni, piloci i przewodnicy turystyczni, którzy wcześniej nie mogli skorzystać ze wsparcia w związku z sezonowością ich pracy i zawieszeniem działalności. Dodatkowe świadczenie postojowe i zwolnienie z płacenia składek obejmowało w większości przypadków tych, którzy wykazali spadek obrotów o co najmniej 75 proc. W kwietniu przyjęta została tarcza finansowa Polskiego Funduszu Rozwoju, której budżet wynosił 100 mld zł, z czego 25 mld zł było przeznaczone dla mikroprzedsiębiorstw, 50 mld zł dla małych i średnich firm, a 25 mld zł dla dużych. Od 15 października kolejni przedsiębiorcy mogli wnioskować do ZUS o wsparcie w ramach Tarczy Turystycznej. Przepisy wprowadziły trzy formy wsparcia dla branży turystycznej, estradowej i wystawienniczej. Były to zwolnienia z opłacania składek za lipiec, sierpień i wrzesień, które można było uzyskać pod warunkiem, że prowadziło się działalność przed 30 czerwca 2020 roku i wykazało 75 proc. spadku przychodów w poszczególnych miesiącach w porównaniu z tym samym okresem roku poprzedniego. Firmy mogły też wnioskować o świadczenie postojowe - prawo do niego uzyskiwali agenci turystyczni i przewodnicy turystyczni. W przypadku agentów turystycznych warunkiem otrzymania środków (2080 zł) było rozpoczęcie i prowadzenie działalności gospodarczej przed 1 kwietnia 2020. Ponadto przedsiębiorcy musieli odnotować przestój w prowadzeniu biznesu w następstwie wystąpienia COVID-19, nie mogli też podlegać ubezpieczeniom społecznym z innego tytułu, chyba że emerytalnym i rentowym z tytułu prowadzenia pozarolniczej działalności gospodarczej. Tarcza wprowadziła również dodatkowe świadczenie postojowe dla przedsiębiorców, którzy wcześniej już raz je otrzymali. Warunkiem otrzymania go był spadek przychodu z działalności w miesiącu (poprzedzającym miesiąc złożenia wniosku) o co najmniej o 75 proc. w stosunku do przychodu uzyskanego w tym samym miesiącu w 2019 r. Dodatkowe świadczenie postojowe przy-

sługiwało maksymalnie trzykrotnie. Z kolei mikroprzedsiębiorcy, którzy prowadzili działalność gospodarczą przed 1 kwietnia 2020 r. mogli otrzymać pożyczkę w wysokości 5 tys. złotych, która była udzielana na okres nie dłuższy niż 12 miesięcy, z karancją w spłacie kapitału wraz z odsetkami przez okres 3 miesięcy od dnia udzielenia. Pożyczka wraz z odsetkami na wniosek mikroprzedsiębiorcy podlega umorzeniu, pod warunkiem, że będzie prowadził działalność gospodarczą przez okres 3 miesięcy od dnia jej udzielenia.

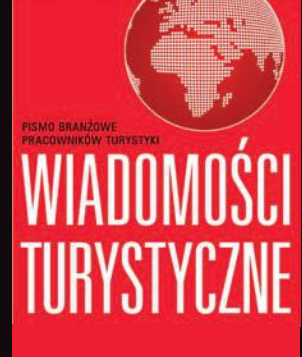
Mimo działań podjętych przez branżę, nie wszystkie firmy zdecydowały się utrzymać swoją działalność. Widać to w statystykach Centralnej Ewidencji Organizatorów Turystyki i Podmiotów Ułatwiających Nabywanie Usług Turystycznych, choć na szczęście dane nie wskazują, by sytuacja na rynku była dramatyczna. Największe zmiany w liczbie wpisów do ewidencji dotyczą województw małopolskiego i mazowieckiego. W tym pierwszym w 2019 roku działało 649 biur, w maju tego roku 561. Na Mazowszu było to odpowiednio 917 i 828. W województwie opolskim liczba zarejestrowanych spadła o 10 pomorskim o 3, w warmińsko-mazurskim o 12, a w zachodniopomorskim o 19.

Pandemia przyczyniła się też do zmian na rynku agencyjnym – według szacunków OSAT-u liczba biur zmniejszyła się o około 15 proc.

#CzasNaPolskę

WYDANIA SPECJALNE PROMUJĄCE POLSKIE PRODUKTY TURYSTYCZNE

Pobierz bezpłatnie www.wiadomosciturystyczne.pl



6/2020



7/2020



8/2020



9/2020



10/2020



11/2020



12/2020



1/2021



3/2021



4/2021



5/2021



6/2021

Touroperatorzy. Czołówka bez upadków, ale z dużymi stratami

Rok 2020 zapisze się na trwałe w pamięci branży turystycznej na całym świecie. Dla polskich touroperatorów miał być najlepszym w historii, z powodu kryzysu wywołanego przez koronawirusa, okazał się najgorszy.

I. SYTUACJA NA RYNKU

I.1. RAPORTY POKAZUJĄ SKALĘ ZAŁAMANIA RYNKU

Turystyka jest jedną z tych branż, które zostały najmocniej uderzone przez pandemię koronawirusa. Zamykanie granic, ograniczenia w liczbie pasażerów w samolotach i autokarach, obowiązek odbywania kwarantanny po powrocie do Polski, ale też przepisy wjazdowe krajów, do których Polacy chętnie podróżują na wakacje sprawiły, że w podróż wybrało się o wiele mniej osób niż zazwyczaj.

14 marca 2020 roku polski rząd wprowadził stan zagrożenia epidemicznego, ograniczył w istotny sposób ruch lotniczy, pojawiły się też restrykcje związane z ruchem granicznym. Od 20 marca w kraju obowiązywał już stan epidemii. Podobnie było w innych krajach, co spowodowało zawieszenie działalności operacyjnej przez praktycznie wszystkie biura podróży. Skutkiem tego touroperatorzy nie mogli realizować bieżących imprez turystycznych, nie sprzedawali też wyjazdów na kolejne tygodnie i miesiące, bo nikt nie umiał przewidzieć, w jakim kierunku rozwinię się pandemia. Skutek był jeden – nie dość, że touroperatorzy musieli zwracać pieniądze za niezrealizowane wyjazdy – na szczęście udało się wynegocjować odroczenie ustawowego terminu 14 dni o 180 dni, to firmy nie generowały żadnych przychodów, ponieważ nie sprzedawały wycieczek na kolejne tygodnie i miesiące.

Z danych ogłoszonych przez Minister-

stwo Rozwoju, Pracy i Technologii wynika, że w pierwszej połowie zeszłego roku Polacy uczestniczyli w 2,6 mln wyjazdów zagranicznych – to o 54,4 proc. mniej rok do roku. Najczęściej wyjeżdżali do Niemiec (0,6 mln), Wielkiej Brytanii (0,3 mln), Włoch (0,2 mln), Czech, Hiszpanii i Austrii (po 0,1 mln). Głównym celem tych podróży była turystyka i wypoczynek (44,9 proc.), około co trzeci wyjazd związany był z odwiedzinami u krewnych i znajomych. Podróże służbowe stanowiły 12,4 proc. wszystkich wyjazdów międzynarodowych. Za granicą 41,4 proc. zatrzymywało się u krewnych lub przyjaciół, w hotelu lub w motelu mieszkało 35,3 proc. Najczęściej wykorzystywanym środkiem transportu był samolot – w pierwszej połowie zeszłego roku wybrało go 53,5 proc. osób – przed rokiem wskaźnik ten wyniósł 57,5 proc. Z kolei w kraju od stycznia do czerwca zeszłego roku zrealizowanych zostało 13,6 mln podróży, czyli o 34 proc. rok do roku. Głównie były to krótsze wypady na 2-4 dni (9,6 mln podróży, udział: 70,6 proc.). 48,8 proc. wyjazdów długookresowych miało charakter turystyczny, tak samo było przy 27,7 proc. podróży krótkookresowych. Piszemy o podróżach krajowych, bo z powodu pandemii touroperatorzy zdecydowali się wprowadzić do programów letnich pobyty w Polsce.

MRPiT udostępniło na razie tylko dane za pierwsze półrocze zeszłego roku, o rynku więcej mówi zestawienie przygotowywane przez Turystyczny Fun-

dusz Gwarancyjny. Przyjrzyjmy się na początek liczbie podróży zgłoszonych przez touroperatorów do funduszu w okresie od stycznia do września 2020 roku. TFG dzieli ich na cztery grupy, w zależności od tego, jakiego rodzaju imprezę turystyczną wykupili – my analizujemy dwie pierwsze – zagraniczne imprezy czarterowe i realizowane innym rodzajem transportu. Choć na pierwszy rzut oka mogłoby się wydawać, że w deklaracjach biur podróży widnieje łącznie prawie 1,36 mln osób, które kupiły wycieczkę, to tę niby dobrą wiadomość gaszą wskazania z korekty – chodzi o imprezy, które zostały odwołane. Touroperatorzy złożyli korektę dla 1,09 mln osób. Oznacza to, że umowy utrzymały ważność dla 271 tys. osób. Jeśli zestawimy to z analogicznym okresem 2019 roku, okaże się, że liczba podróży, którzy zostali ujęci w deklaracjach wyniosła wtedy 3,31 mln osób, a korekta została złożona dla nieco ponad 152,7 tys. osób. Analiza liczby umów złożonych przez organizatorów od stycznia do września 2020 roku dla wycieczek czarterowych pokazuje, że było ich 505,5 tys., korekta dotyczyła 379,1 tys. Dla porównania rok wcześniej wskaźniki te wyniosły odpowiednio 1,23 mln i 56,3 tys. Warto przyrzec się jeszcze statystykom dla „Działu II OT” – mowa o touroperatorach organizujących wycieczki do krajów pozaeuropejskich przy wykorzystaniu innego środka niż loty czarterowe. W tej grupie ujęte są na przykład wyjazdy oparte o przeloty regularnych linii lotni-

czych. Korzystają z nich zarówno mniejsi jak i więksi organizatorzy wysyłający klientów do dalekich krajów. Od stycznia do grudnia 2020 roku deklaracje na ten rodzaj podróży biura złożyły dla 81 tys. podróżnych, korekty dla 70,8 tys. – to oznacza, że umowy pozostały aktywne dla nieco ponad 10 tys. osób. Przed rokiem było to odpowiednio 260,6 tys. i 17,1 tys. Turystyczny Fundusz Gwarancyjny informuje też o niewypłacalnościach, do jakich doszło w pierwszych trzech kwartałach zeszłego roku. Było ich łącznie sześć – dwa z Mazowsza (Tourasia, Aktywni+) i po jednym z województwa kujawsko-pomorskiego (B.P. Celtur), wielkopolskiego (Ruta Tour), śląskiego (Ka-Ma) i z podlaskiego (Prestige Travel).

W kontekście działalności TFG, a właściwie zarządzającego nim UFG, trzeba jeszcze wspomnieć o wypłatach dla klientów z tytułu imprez turystycznych odwołanych z powodu pandemii. Cho-

dzi o kwotę pożyczki udzielonej organizatorom przez Turystyczny Fundusz Zwrotów. Z informacji UFG wynika, że było to ponad 223 mln zł. Wnioski złożyło 298 przedsiębiorców i ponad 111 tys. osób, które zawarły umowę o udział w imprezie turystycznej.

II. ANALIZA ANKIET

Jak co roku, redakcja Wiadomości Turystycznych poprosiła wiodących touroperatorów o podsumowanie finansowe zakończonego roku obrotowego 2020. Przedstawione dane potwierdzają informacje, które pojawiały się w ciągu roku w wypowiedziach szefów biur podróży. Obroty i liczba klientów spadły o kilkadziesiąt procent, w niektórych przypadkach nawet o ponad 90 proc.

II. 1. TUI NIE UJAWNIA DANYCH

Trzeba zwrócić uwagę, że w tegorocznym raporcie „Touroperatorzy 2021” nie ma danych dotyczących TUI Po-

land. Biuro podróży nie zdecydowało się przekazać informacji podsumowujących pandemiczny rok, co z pewnością zaburza wyniki podsumowania. Od kilku lat organizator zmniejszał dystans dzielący go od lidera rynku – Itaki, teraz trudno ocenić, czy mimo strat, jakie z pewnością poniósł w Polsce, byłby w stanie wyprzedzić swojego największego konkurenta, czy pozostałby na pozycji drugiej, a może spadł nawet na kolejne miejsce. Z informacji publikowanych przez Grupę TUI, której częścią jest TUI Poland, wiadomo natomiast, że firma otrzymała od rządu Niemiec wsparcie – w różnej formie, w wysokości 4,8 mld euro. Ta kwestia została omówiona szerzej w pierwszej części niniejszego raportu. Ostatnio koncern poinformował, że sprzedał udziały w 21 obiektach RIU za kwotę 670 mln euro. Co prawda nadal będzie współpracował z tą siecią hotelową na zasadzie spółki joint-venture, ale tylko w zakresie zarządzania i dystry-

TAB. 1. TOUROPERATORZY WG RENTOWNOŚCI W 2020 R.

Touroperatorzy	Rentowność (ROS) w 2020 r. w %	Przychody ze sprzedaży w 2020 r. w PLN	Zysk/strata netto w 2020 r. w PLN
Best Reisen	15,3	19 324 757	2 948 817
Flugo	1,6	6 474 396	102 151
L.T.M. Luxury Travel	0,7	21 680 520	142.680
Oskar	0,6	5 754 047	32 128
Wygoda Travel	0,04	16 224 914	7 570
Prima Holiday	(-) 0,6	6 980 000	40 000
HHD (Interhome)	(-) 1,3	8 580 298	(-) 110 909
Exim Tours	(-) 2,0	88 357 382	(-) 1 771 755
Itaka	(-) 3,2	720 054 374	(-) 23 248 221
Trade & Travel Company	(-) 4,3	6 065 109	(-) 258 822
Coral Travel	(-) 6,9	168 191 457	(-) 11.532.495
Rainbow	(-) 9,1	403 900 000	(-) 36 733 000
Grecos Holiday	(-) 11,2	88 018 210	(-) 9 883 526
Ecco Holiday	(-) 14,6	15 536 073	(-) 2.264.366
Sun&Fun Holidays	(-) 15,3	26 647 770	(-) 4 087 911
Rego-Bis	(-) 25,3	4 227 401	(-) 1 070 186
Funclub	(-) 70,3	5.445.654	(-) 3.828.688
TOP Touristik	b.d.	10 000 337	b.d.
TUI Poland	b.d.	b.d.	b.d.

*dot. działalności w Polsce

TAB. 2. TOUROPERATORZY WG PRZYCHODÓW ZE SPRZEDAŻY W 2020 R

Touroperatorzy	Przychody ze sprzedaży imprez turystycznych		
	w 2020 r. w PLN	w 2019 r. w PLN	Wzrost/spadek %
Itaka	720 054 374	3 363 198 432	-78,60
Rainbow	403 900 000	1 612 171 000	-74,95
Coral Travel	168 191 457	869 175 655	-80,65
Exim Tours	88 357 382	280 889 000	-68,54
Grecos Holiday	88 018 210	464.859.305	-81,07
Sun&Fun Holidays	26 647 770	130 973 969	-79,65
L.T.M. Luxury Travel	21 680 520	44 509 026	-51,29
Best Reisen	19 324 757	45 681 011	-57,70
Wygoda Travel	16 224 914	16 214 142	0,07
Ecco Holiday	15 536 073	69 131 562	-77,53
TOP Touristik	10 000 337	24 210 321	-58,69
HHD (Interhome)	8 580 298	16 123 297	-46,78
Prima Holiday	6 980 000	35 434 168	-80,30
Flugo	6 474 396	18 856 799	-65,67
Trade & Travel Company	6 065 109	15 820 766	-61,66
Oskar	5 754 047	22 083 495	-73,94
Funclub	5.445.654	40 901 001	-86,69
Rego-Bis	4 227 401	60 155 782	-92,97
TUI Poland	b.d.	2 710 000 000	b.d.

bucji miejsc. TUI tłumaczy też, że pieniądze te zostaną przeznaczone na spłatę długów, które powstały w okresie pandemii. Kilka dni przed ogłoszeniem tej transakcji powiadomił też o sprzedaży hotelu Tenuta di Castelfalfi S.p.A w Toskanii. Nowym nabywcą jest chiński inwestor – rodzina S P Lohia. Transakcja została przeprowadzona przez firmę Incorpor Holdings B.V., Niderlandy należącą do S P Lohia. Strony nie ujawniły kwoty transakcji.

TUI Poland w zeszłym roku prowadził działalność operacyjną, ale jej wynik nie został poddany w raporcie rocznym oddzielnie i jest ujęty w całości w danych grupowych. Chodzi o segment „Rynki i linie lotnicze”, który obejmuje dane finansowe dla touroperatorów należących do koncernu oraz przewoźników lotniczych. Wynika z nich, że w roku obrotowym 2019/20 (od 1 października 2019 r. do 30 września 2020 r.) skumulowane obroty wy-

niosły 6,67 mld euro i były o 58,4 proc. niższe rok do roku. Głębsza analiza poszczególnych regionów pokazuje nieco dokładniejszy obraz, ale nadal nie pozwala wyciągnąć danych finansowych dla samej Polski. TUI Poland należy do regionu centralnego wraz z Niemcami i Austrią – te dwa traktowane są jako jeden rynek oraz ze Szwajcarią. Do wyników wliczane są też dane z działalności TUIfly Deutschland. Skorygowany zysk (strata) operacyjny wyniósł -621 mln euro i był o 723 mln euro niższy niż przed rokiem. Z usług tych biur podróży skorzystało 3,2 mln osób, czyli o 59 proc. mniej rok do roku (7,8 mln osób). Koncern zdecydował też o dopasowaniu wielkości floty – do 2024 roku ma być zredukowana do połowy z obecnych 39 maszyn (stan na czerwiec 2020 roku). W przyszłości przewoźnik skoncentruje się na pięciu lotniskach. Oszczędności dotyczyły również zatrudnienia. Z podsumowania zeszłego roku wynika, że

w Polsce liczba pracowników zmniejszyła się o 15,5 proc. do 638.

II.2. PRZYCHODY NIŻSZE O KILKADZIESIĄT PROCENT

Tradycyjnie najważniejszą daną, na podstawie której powstaje ranking największych polskich touroperatorów, są ich przychody. Z powodu pandemii prawie wszyscy zanotowali daleko idące spadki – wyjątkiem jest Wygoda Travel, którego przychody wzrosły o 0,07 proc. do 16,2 mln zł. Spośród biur, które nadesłały ankiety, największą zmianę na minus miało Rego-bis – wyniosła ona 92,97 proc. (4,23 mln zł w 2020 roku wobec 60,16 mln zł w 2019 roku). Lider rynku Itaka wypracował przychody w wysokości 720,1 mln zł, rok wcześniej było to 3,4 mld zł (-78,6 proc.). Na drugim miejscu znalazł się Rainbow z wynikiem 403,9 mln zł (1,6 mld zł w 2019 roku, -74,95 proc.). Na trzecim miejscu znalazł się Coral Travel z przychoda-

TAB. 3. TOUROPERATORZY WG WYSOKOŚCI GWARANCJI

Touroperatorzy	Gwarancja 2020rok	Data wygaśnięcia
Itaka	96 000 000	15.09.2021
Rainbow	60.000 000	2021/09/16
Coral Travel	32 000 000	16.09.2021
Grecos Holiday	25.000.000	16.09.2021
Exim Tours	12 840 000	30.08.2021
Prima Holiday	5 604 294	16.12.2021
Sun&Fun Holidays	4 800 000	22.01.202
Ecco Holiday	858 742 EUR	19.06.2021
L.T.M. Luxury Travel	2 405 160	24.10.2021
Rego-Bis	2 136 138	27.12.2021
Best Reisen	1 800 000	28.06.2021
Trade & Travel Company	1 800 000	17.09.2021
Flugo	902 505	17.09.2021
TOP Touristik	872 000	20.12.2021
Funclub	831 600	16.09.2021
Oskar	294 000	24.07.2021
HHD (Interhome)	383 139	31.10.2021
Wygoda Travel	b.d.	17.09.2021
TUI Poland	b.d.	b.d.

TAB. 4. TOUROPERATORZY WG OSIĄGNIĘTYCH ZYSKÓW W 2020 R.

Touroperatorzy	Zysk/strata netto w 2020 r.	Zysk/strata netto w 2019 r.	Wzrost/ /spadek %
Best Reisen	2 948 817	2 758 296	6,91
L.T.M. Luxury Travel	142.680	737 972	(-) 80,67
Flugo	102 151	831 928	(-) 87,72
Prima Holiday	40 000	317 651	(-) 87,41
Oskar	32 128	183 498	(-) 82,50
Wygoda Travel	7 570	50 654	(-) 85,06
HHD (Interhome)	(-) 110 909	(-) 107 777	2,91
Trade & Travel Company	(-) 258 822	321 301	(-) 180,55
Rego-Bis	(-) 1 070 186	b.d.	b.d.
Exim Tours	(-) 1 771 755	467 000	(-) 479,39
Ecco Holiday	(-) 2.264.366	3 528 903	(-) 164,17
Funclub	(-) 3.828.688	394 875	(-) 1069,59
Sun&Fun Holidays	(-) 4 087 911	4 367 871	(-) 193,59
Grecos Holiday	(-) 9 883 526	9 446 872	(-) 204,62
Coral Travel	(-) 11.532.495	7 488 201	(-) 254,00
Itaka	(-) 23 248 221	70 000 000*	(-) 133,21
Rainbow	(-) 36 733 000	37 182 000	(-) 198,79
TOP Touristik	b.d.	159 327	b.d.
TUI Poland	b.d.	13 100 000	b.d.

*dot. działalności w Polsce

mi na poziomie 168,2 mln zł (869,2 mln zł w 2019 roku, -80,65 proc.). Czwarta pozycja należy do Exim Tours, którego przychód wyniósł 88,4 mln zł (280,9 mln zł w 2019 roku, -68,54 proc.). Pierwszą piątkę zamyka Grecos Holiday z przychodami odpowiednio 88 mln zł w 2020 roku i 464,9 mln zł w 2019 roku (-81,07 proc.). W pierwszej dziesiątce znaleźli się ponadto Sun&Fun Holidays, L.T.M. Luxury Travel, Best Reisen, Wygoda Travel i Ecco Holiday.

II.3. LICZBA KLIENTÓW RÓWNIEŻ ZNACZĄCO NIŻSZA NIŻ PRZED ROKIEM

Kolejną istotną zmienną jest liczba klientów. Zdania touroperatorów są różne co do ważności tego wskaźnika – podczas gdy jedni argumentują, że nie tak ważne jest, ile osób skorzysta z usług danego biura, bo o wiele istotniejsza jest wysokość marży w przeliczeniu na uczestnika, inni argumentują, że to, podobnie jak

przychody, najważniejsza dana. To właśnie ona świadczy o skali prowadzonego biznesu. Zyski nie są tak miarodajne, bo duże firmy przeznaczają część pieniędzy na inwestycje, a to obniża ich wynik netto, choć wcale nie świadczy, że radzą sobie gorzej niż małe, dobrze zarabiające biura podróży.

Zestawienie tej danej pokazuje, że znów na pierwszym miejscu znajduje się Itaka, która w 2020 roku obsłużyła 183 tys. osób – rok wcześniej było ich 889 tys., czyli o 79,42 proc. więcej. Druga pozycja należy do Rainbowa z 98,7 tys. osób (491 w 2019 roku, - 79,89 proc.), trzecia do Corala Travel (72,1 tys. gości wobec 352,7 tys. przed rokiem, -79,56 proc.). Czwarte i piąte miejsce zajmują odpowiednio Exim Tours (36,6 tys. osób, -68,81 proc.) i Grecos Holiday (33,9 tys., -81,13 proc.). Kolejne miejsca od szóstego do dziesiątego należą do Sun&Fun Holidays, HHD (Interhome), Funclubu, Wygody Travel oraz do Best Reisen.

II.4. ZYSKI

Zysk to kolejny wskaźnik, o podanie którego prosimy touroperatorów. Jak wspomnieliśmy wyżej, pokazuje on sytuację finansową firmy, trzeba jednak pamiętać, że część biur podróży inwestuje zarobione pieniądze w nowe projekty. O niektórych przedsięwzięciach jest głośno – weźmy za przykład przejęcie przez Itakę w latach poprzednich czeskiego Cedoka, czy powołanie nowego touroperatora na Litwie, w tym kontekście nie można nie wspomnieć o Rainbow i jego spółce hotelowej White Olive w Grecji, kiedy indziej są to projekty wewnętrzne, o których mało się mówi. Przykładem mogą być nowe narzędzia technologiczne – na przykład systemy sprzedaży i zarządzania produktem, czy aplikacje na urządzenia mobilne skierowane do użytkownika końcowego. To wszystko obciąża wynik. Jeśli jednak spojrzymy tylko na liczby, okaże się, że w 2020 roku najwyższy zysk netto uzyskał Best Reisen, wyż-

TAB. 5. TOUROPERATORZY WG LICZBY KLIENTÓW W 2020 R.

Touroperatorzy	Liczba klientów		
	2020	2019	2020/2019%
Itaka	183 000	889 000*	-79,42
Rainbow	98 731	491 008	-79,89
Coral Travel	72 100	352 726	-79,56
Exim Tours	36 646	117 481	-68,81
Grecos Holiday	33 962	180.000	-81,13
Sun&Fun Holidays	11 236	56 002	-80,63
HHD (Interhome)	9 425	18 396	-48,77
Funclub	9 098	41 875	-78,27
Wygoda Travel	5 318	8 000	-33,53
Best Reisen	5 500	12 500	-56,00
TOP Touristik	5 500	12.500	-56,00
Ecco Holiday	4 703	20 282	-76,81
Oskar	4 465	39 278	-88,63
Trade & Travel Company	3 000	11 000	-72,73
Rego-Bis	2 655	32 785	-91,90
Prima Holiday	2 576	15 935	-83,83
L.T.M. Luxury Travel	1 612	3 228	-50,06
Flugo	450	1 867	-75,90
TUI Poland	b.d.	981 000	b.d.

*dot. działalności w Polsce



szy o 6,91 proc. rok do roku. Firma zakończyła 2020 rok prawie 3 mln zł zysku (2,95 mln zł wobec 2,76 mln zł rok wcześniej). Pozycja druga należy do L.T.M. Luxury Travel z wynikiem 142,7 tys. zł (spadek o 80,67 proc. rok do roku), trzecia do Flugo (102,2 tys. zł, -87,72 proc. rok do roku), a czwarta do Primy Holiday (40 tys. zł, -87,41 proc. rok do roku). Lider rynku, Itaka, miał natomiast stratę netto 23,2 mln zł – dla porównania, rok wcześniej zanotował zysk w wysokości 70 mln zł. Zgodnie z wcześniejszymi zapowiedziami i planami touroperatora, 2020 rok miał być jeszcze lepszy, a zyski mogły przekroczyć nawet 100 mln zł. Z kolei strata Rainbowa wyniosła 36,7 mln zł, przed rokiem biuro chwaliło się zyskiem na poziomie 37,2 mln zł.

II.5. RENTOWNOŚĆ

W raporcie co roku przedstawiamy też rentowność największych polskich biur podróży. Wskaźnik ten pokazuje, czy środki włożone w prowadzenie firmy są współmierne do osiągniętego efektu. W naszym opracowaniu skupiamy się na rentowności sprzedaży, czyli stosunku zysku do przychodów. W tym kontekście konieczna jest jeszcze jedna uwaga – rentowność przy handlu hurtowym jest zazwyczaj niższa niż przy detalicznym. Przekładając tę zasadę na rynek turystyki wyjazdowej, można by stwierdzić, że niższa wartość tego wskaźnika u największych biur podróży w porównaniu z mniejszymi, nie powinna nikogo dziwić. Od wielu lat potwierdza się zasada, że stosunkowo niewielkie biura, które specjalizują się w wycieczkach droższych, często do dalekich krajów, chwalią się bardzo wysoką rentownością, choć jeśli weźmie się pod uwagę inne wskaźniki, jak przychód, czy liczbę klientów, plasują się na dużo niższych pozycjach w zestawieniu.

Z porównania zysku do przychodów w 2020 roku wynika, że najlepszą rentowność uzyskał Best Reisen – było to 15,3 proc. Na drugim miejscu znalazł się Flugo z 1,6 proc. Pierwsza piątka obejmuje jeszcze L.T.M. Luxury Travel (0,7 proc.), Oskara (0,6 proc.) i Wygo-

dę Travel (0,04 proc.). Z kolei Itaka jest na miejscu dziewiątym ze wskaźnikiem o wartości -3,2 proc., a Rainbow na jedenastym (-9,1 proc.).

Sun&Fun Holidays poinformował, że 14 stycznia 2020 roku firma została dokapitalizowana do kwoty 4 mln zł. Właściciele spółki Blue Style, do której należy touroperator, zdecydowali, że część udzielonej pożyczki zostanie przekształcona w kapitał. Planowane jest również podniesienie kapitału z obecnych 4 mln do 10 mln zł. Termin pozostałej do spłaty pożyczki został wydłużony do 2024 roku, co pomoże wyjść z kryzysu wywołanego przez pandemię koronawirusa. Dokapitalizowanie spółki pokryje obecnie poniesione straty, a pozostałą wolną kwotę spółka wykorzysta na nowe inwestycje.

II.6. INNE WSKAŹNIKI

O kondycji rynku świadczą nie tylko wyniki finansowe touroperatorów, ale też liczba agentów, z którymi współpracują, wielkość własnej sieci sprzedaży, a także udział w przychodach poszczególnych kanałów dystrybucji. Także o to pytaliśmy w tegorocznych ankietach. Niestety największe firmy nie chcą dzielić się niektórymi informacjami. Itaka, Rainbow, Coral Travel, Grecos Holiday nie podały, jaki jest procentowy udział salonów własnych, sprzedaży internetowej wewnętrznej i zewnętrznej oraz biur agencyjnych w generowaniu przychodów. Exim Tours wskazał, że sieć zewnętrzna stacjonarna odpowiada za 56 proc. sprzedaży, kanał zewnętrzny internetowy za 33 proc., własny stacjonarny za 10 proc., a własny internetowy za 1 proc. (z uwagi na zmianę sposobu potwierdzania rezerwacji przez Dział Obsługi Rezerwacji Exim większość sprzedaży własnej on-line rejestrowana jest jako sprzedaż stacjonarna). Sun&Fun Holidays informuje, że kanał własny stacjonarny generuje 4 proc. sprzedaży, własny internetowy 4 proc., a zewnętrzny stacjonarny 92 proc.

W tym roku pojawiła się też dodatkowa kategoria – vouchery. Chodzi o rozwiązanie, zgodnie z którym touroperatorzy

mogli zaproponować klientom przyjęcie bonu na poczet późniejszej realizacji odwołanego wyjazdu. To uchroniło ich przed zwracaniem pieniędzy za odwołane wycieczki. Zachętą miały być dodatkowe korzyści dla osób, które go zaakceptują. Na przykład w Itace wartość vouchera była wyższa o 5 proc. w stosunku do zapłaconej kwoty, w Coralu Travel o 10 proc. Grecos Holidays wystawiał te dokumenty o różnych wartościach: 120 proc. wpłaconych środków, 110 proc. wpłaconych środków oraz 100 proc. wpłaconych środków. W części „Dossier” można zapoznać się z informacjami na temat poziomu realizacji voucherów.

Rok 2020 zapisze się na trwałe w pamięci branży turystycznej na całym świecie. Dla polskich touroperatorów miał być najlepszym w historii, z powodu kryzysu wywołanego przez koronawirusa, okazał się najgorszy. Biura z dużą ostrożnością prognozują przebieg tego sezonu, bo pandemia nauczyła ich, że jedyną pewną rzeczą jest zmiana.

NAJWIĘKSI POLSCY TOUROPERATORZY 2020

Miejsce w 2020	Miejsce w 2019	Organizator	Obroty (w mln zł)					Zysk (strata) (w tys. zł.)					Gwarancja ubezpieczeniowa (w tys. zł.)					Kapitał własny (w tys. zł.)	
			2020	2019	2018	2017	2016	2020	2019	2018	2017	2016	2020	2019	2018	2017	2016	2020	2019
1.	1.	Itaka	720,05	3 363,2	3 131,4	2 667,3	1 779,7	-23 248	70 000**	24 500	23 308	50 754	96 000	297 000	260 000	240 000	200 000	297 736	340 870
2.	3.	Rainbow	403,90	1 612	1 467,7	1 276,7	1 044,9	-36 733	37 182	9 575	43 960	32 691	60 000	190 000	190 000	160 000	130 300	92 809	128 686
3.	4.	Coral Travel	168,19	869	638	395,6	273,1	-11 532	7 488	5 484	4 711	2 735	32 000	110 000	77 000	51 000	51 000	9 833	20 000
4.	6.	Exim Tours	88,36	280	205	126,4	b.d.	-1 771	467	-4 749	704	b.d.	12 840	34 200	b.d.	20 408	b.d.	-3 237	-1933
5.	5.	Greco Holiday	88,02	464	522	494,5	409,1	-9 883	9 446	-3 695	19 296	12 592	25 000	70 000	75 000	72 000	60 000	69 096	78 725
6.	7	Sun&Fun Holidays	26,65	131,0	b.d.	b.d.	b.d.	-4 087	4 367	b.d.	b.d.	b.d.	4 800	25 200	b.d.	b.d.	b.d.	-11 399	b.d.
7.	12	LTM Luxury Travel	21,68	44,5	b.d.	b.d.	b.d.	143	737	b.d.	b.d.	b.d.	2 405	7 560	b.d.	b.d.	b.d.	845	1154
8.	11.	Best Reisen	19,32	45	26	15,9	12,5	2 948	2 758	1 912	1 610	706	1 800	5 038	3 400	2 600	3 000	459	200
9.	22.	Wygoda Travel	16,22	16,2	25	26,4	22,8	7	50	-131	732	582	b.d.	2 279	3 000	2 734	2 000	984 334	926
10.	9.	Ecco Holiday	15,54	69	54	48,2	53,5	-2 264	3 528	31 056	24 527	31 879	858 742*	8 587*	1 895*	2 573*	2 573*	153 413	98 682
11.	15.	TOP Touristik	10,00	24,2	16	b.d.	b.d.	b.d.	159	b.d.	b.d.	b.d.	872	2 640	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.
12.	23.	HHD (Interhome)	8,58	16,1	19	21,1	b.d.	-110	-107	31	b.d.	b.d.	383	387	3 902	4 810	b.d.	17 718	17 708
13.	14.	Prima Holiday	6,98	35	46	29,5	b.d.	40	317	-757	624	b.d.	5 604	5 604	5 150	5 760	b.d.	545	505
14.	18	Flugo	6,47	18,9	b.d.	b.d.	b.d.	102	831	b.d.	b.d.	b.d.	902	2 000	b.d.	b.d.	b.d.	2 322	2 792
15.	24	Trade&Travel	6,07	15,8	b.d.	b.d.	b.d.	-258	321	b.d.	b.d.	b.d.	1 800	3 000	b.d.	b.d.	b.d.	3 242	3 501
16.	17.	Oskar	5,75	22	32	29,8	23,8	32	183	381	342	309	294	284	822	b.d.	1 845	5 348	1 647
17.	13.	Funclub	5,45	41	33	30,1	28,5	-3 829	394	678	852	662	831	2 340	2 298	1 520	1 510	5 148	8 960
18.	10.	Rego-Bis	4,23	60	59	b.d.	b.d.	-1 070	b.d.	b.d.	1 648	b.d.	2 136	6 120	6 120	b.d.	b.d.	-141	b.d.
b.d.	2.	TUI Poland	b.d.	2 710	2 184,5	1 376,8	932,3	b.d.	13 100	33 360	11 754	8 815	b.d.	438 823	381 585	317 987	270 236	b.d.	b.d.

* w euro;

**dot. działalności w Polsce

Dossier. Touroperatorzy 2021

POTWIERDZONE DANE ZA ROK 2020

1. ITAKA

Pełna nazwa firmy: **Itaka Holdings Sp. z o.o./Biuro Podróży ITAKA**
Forma prawna: **Sp. z o.o.**
Spółki zależne: **Nowa Itaka Sp. z o.o., Axabee Sp. z o.o., Akati Sp. z o.o., Cedok a.s., Itaka Lietuva UAB, Itaka Latvija SIA**
Właściciele (wg KRS) oraz struktura udziałów: **Mariusz Jańczuk 48,99%, Leszek Szagda 49,02%, Piotr Henicz 1%, Michał Wróbel 1%**
Zarząd: **Mariusz Jańczuk, Leszek Szagda, Piotr Henicz, Michał Wróbel**
Adres: **Ul. Reymonta 39, 45-072 Opole**
Strona www: **www.itaka.pl**
Osoba odpowiedzialna za kontakty z siecią sprzedaży: **Piotr Henicz**
Rok powstania firmy: **1989**
Kapitał zakładowy: **b.d.**

II WYNIKI ZA 2020 rok

Przyjęty rok obrotowy: **01.01.2020 – 31.12.2020**
Kapitały własne (fundusze własne) na podstawie rachunku zysku i strat z dnia 31.12.2020: **297 736 379,61 PLN**

Obroty (przychody) z działalności wynikającej z organizacji imprez turystycznych w 2020 (na podstawie rachunku zysku i strat z dnia 31.12.2020):

720 054 374,95 zł

Zysk (strata) netto za rok 2020 z działalności wynikającej z organizacji imprez turystycznych (na podstawie rachunku zysku i strat z dnia 31.12.2020):

(-) 23 248 221 zł* (* dotyczy działalności w Polsce)

Obroty (przychody) z działalności innej niż wynikająca z organizacji imprez turystycznych w 2020 roku: **b.d.**
Zysk (-strata) netto za rok 2020 z działalności innej niż wynikająca z organizacji imprez turystycznych w 2020 roku: **b.d.**

Wysokość i data wygaśnięcia bieżącej gwarancji ubezpieczeniowej: **96 000 000 PLN 15.09.2021**
Grupa, zgodnie z ustawą o usługach turystycznych, według której licznym jest gwarancja ubezpieczeniowa (wys. procentowa): **12%**
Firma wystawiająca gwarancję ubezpieczeniową: **ERGO Reiseversicherung AG Oddział w Polsce**

Liczba wszystkich wystanych klientów w 2020 roku (dotyczy danych wynikających z organizacji imprez turystycznych): **183 tys.* (*dot. działalności w Polsce)**

III STRUKTURA SPRZEDAŻY

Liczba własnych punktów sprzedaży (sprzedających pod marką touroperatora) na dzień 31.12.2020 roku: **46**
Liczba oddziałów w sieci franczyzowej na dzień 31.12.2020 roku: **128**
Liczba pełnoetatowych pracowników (tylko touroperatora) na dzień 31.12.2020 roku: **410**
Liczba agentów zewnętrznych (aktywnych) i zmiana procentowa wobec 2019 roku: **900, zmiana: spadać ok. 10%**
Udział poszczególnych kanałów w sprzedaży całkowitej (udział procentowy): **b.d.**

IV STRUKTURA PRODUKTOWA

Jaką część w całkowitej sprzedaży imprez turystycznych w 2020 roku stanowiły (wraz ze zmianą procentową wobec 2019 roku):

a) **imprezy czarterowe: 91,9% / 2019: 95%**
b) **oparte o regularne linie lotnicze: 6,5% / 2019: 5%**

c) **z dojazdem własnym: 1,6% / 2019 b.d.**
Średnia cena imprezy turystycznej na osobę i zmiana procentowa wobec 2019 roku: **2020: 3043 PLN / 2019: 2984 PLN**
Jaki był procentowy udział kierunków egzotycznych w ofercie w 2020 roku i jak to się procentowo zmieniło wobec 2019 roku?: **2020: 30% / 2019: 18,2%**

V DANE PROGNOZOWANE

Wyniki sprzedaży za I kwartał 2021 (tylko z działalności wynikającej z organizacji imprez turystycznych): **b.d.**
Planowana liczba klientów do końca roku obrotowego 2021 (tylko z działalności wynikającej z organizacji imprez turystycznych): **b.d.**
Planowana realizacja produktu w poszczególnych kwartałach w 2021 roku (procentowo): **b.d.**

VI SYTUACJA WYNIKAJĄCA Z PANDEMII COVID-19

Źródła wsparcia i kwota dofinansowania (o ile dotyczy): **Pożyczka Turystyczny Fundusz Zwrotów; Wojewódzki Urząd Pracy; ZUS**
Liczba klientów, którzy przyjęli voucher do późniejszego wykorzystania: **b.d.**
Liczba klientów, którzy wykorzystali voucher na dzień 30.04.2021 roku: **65%**
Cechy charakterystyczne wystawianego vouchera: a) wartość (czy wyższa w stosunku do zapłaconej kwoty, jeśli tak, o ile): **wartość wyższa o 5% w stosunku do zapłaconej kwoty.**

Dane potwierdzone przez: **Piotr Henicz – Wiceprezes Zarządu. Nowa Itaka Sp. z o.o.**

2. RAINBOW TOURS

Pełna nazwa firmy: **Rainbow Tours S.A.**
Forma prawna: **Spółka akcyjna**
Spółki zależne: „My Way by Rainbow Tours” Sp. z o.o. Polska, Łódź
Zależna bezpośrednio: **White Olive A.E., Grecja, Ateny, Zależna bezpośrednio: White Olive Premium Lindos A.E., Grecja, Ateny; Zależna pośrednio (udział pośredni) – Podmiot zależny bezpośrednio od spółki zależnej White Olive A.E.; Rainbow Tours Destination Services Turkey Turizm Ve Seyahat Hizmetleri A.S., Turcja, Alanya, zależna bezpośrednio**
Właściciele (wg KRS) oraz struktura udziałów: **Stawomir Wysmyk, Flyoo Sp. z o.o., Elephant Capital Sp. z o.o., TCZ Holding Sp. z o.o., Nationale Nederlanden PTE S.A., Aviva Investors Poland TFI S.A.**
Zarząd: **Grzegorz Baszczyński – Prezes Zarządu, Remigiusz Talarek – Wiceprezes Zarządu, Tomasz Czajła – Wiceprezes Zarządu, Piotr Burwicz – Członek Zarządu.**

Maciej Szczechura – Członek Zarządu.

Adres: **ul. Piotrkowska 270, 90-361 Łódź, Poland**
Strona www: **www.r.pl**
Osoba odpowiedzialna za kontakty z siecią sprzedaży: **Andrzej Tokarczyk**
Rok powstania firmy: **2003.11.04**
Kapitał zakładowy: **1 455 200**

II WYNIKI ZA 2020 rok (na podstawie sprawozdań skonsolidowanych – dane skonsolidowane)

Przyjęty rok obrotowy: **01.01-31.12**
Kapitały własne (fundusze własne) na podstawie rachunku zysku i strat z dnia 31.12.2020: **92 809 000**

Obroty (przychody) z działalności wynikającej z organizacji imprez turystycznych w 2020 (na podstawie rachunku zysku i strat z dnia 31.12.2020):

403 900 000 zł

Zysk (strata) netto za rok 2020 z działalności wynikającej z organizacji imprez turystycznych (na podstawie rachunku zysku i strat z dnia 31.12.2020):

(-) 36 733 000 zł

Obroty (przychody) z działalności innej niż wynikająca z organizacji imprez turystycznych w 2020 roku: **30 556 000**

Zysk (-strata) netto za rok 2020 z działalności innej niż wynikająca z organizacji imprez turystycznych w 2020 roku: **(-) 8 879 000.**

Wysokość i data wygaśnięcia bieżącej gwarancji ubezpieczeniowej: **60 000 000 – data wygaśnięcia 2021.09.16**

Grupa, zgodnie z ustawą o usługach turystycznych, według której licznym jest gwarancja ubezpieczeniowa (wys. procentowa): **12%**

Firma wystawiająca gwarancję ubezpieczeniową: **T.U. Europa S.A.**

Liczba wszystkich wystanych klientów w 2020 roku (dotyczy danych wynikających z organizacji imprez turystycznych): **98 731 osób**

III STRUKTURA SPRZEDAŻY

Liczba własnych punktów sprzedaży (sprzedających pod marką touroperatora) na dzień 31.12.2020 roku: **96**
Liczba oddziałów w sieci franczyzowej na dzień 31.12.2020 roku: **40**
Liczba pełnoetatowych pracowników (tylko touroperatora) na dzień 31.12.2020 roku: **Pracownicy. Razem: 2020: 552; 2019: 667**
Liczba agentów zewnętrznych (aktywnych) i zmiana procentowa wobec 2019 roku: **1200**
Udział poszczególnych kanałów w sprzedaży całkowitej (udział procentowy): **b.d.**

IV STRUKTURA PRODUKTOWA

Jaką część w całkowitej sprzedaży imprez turystycznych w 2020 roku stanowiły (wraz ze zmianą procentową wobec 2019 roku):

a) **imprezy czarterowe: b.d.**
b) **oparte o regularne linie lotnicze: b.d.**
c) **z dojazdem własnym**

Wycieczki – wczesny lotnicze: **-74,30%**
Wycieczki – wczesny autokarowe / z dojazdem własnym: **-93,10%**
Przychody razem: **-74,90%**

Wycieczki – wczesny lotnicze: **-79,30%**
Wycieczki – wczesny autokarowe / z dojazdem własnym: **-89,60%**
Ilość uczestników razem: **-79,90%**
Średnia cena imprezy turystycznej na osobę i zmiana procentowa wobec 2019 roku: **W 2020 roku średnia cena imprezy turystycznej w Rainbow Tours S.A. wyniosła 4 091 zł. Tak wysoka wartość dla całego okresu 2020 roku (w porównaniu do lat wcześniejszych) wynika z dużego udziału I kwartału 2020 (droższe wyjazdy egzotyczne) w całym 2020 roku.**

V DANE PROGNOZOWANE

Wyniki sprzedaży za I kwartał 2021 (tylko z działalności wynikającej z organizacji imprez turystycznych): **Jako spółka giełdowa nie podajemy danych przed ich publikacją.**
Planowana liczba klientów do końca roku obrotowego 2021 (tylko z działalności wynikającej z organizacji imprez turystycznych): **Jako spółka giełdowa nie podajemy prognoz szczegółowych.**
Planowana realizacja produktu w poszczególnych kwartałach w 2021 roku (procentowo): **Jako spółka giełdowa nie podajemy prognoz szczegółowych.**

VI SYTUACJA WYNIKAJĄCA Z PANDEMII COVID-19

Źródła wsparcia i kwota dofinansowania (o ile dotyczy): **Dane podawaliśmy w giełdowych raportach bieżących**

Dane potwierdzone przez: **Maciej Szczechura – członek Zarządu. Rainbow Tours S.A.**

3. CORAL TRAVEL POLAND

Pełna nazwa firmy: **Coral Travel Poland**
Forma prawna: **Sp. z o.o.**
Spółki zależne: **Brak**
Właściciele (wg KRS) oraz struktura udziałów: **OTI Holding A.S. / 200 000 udziałów o łącznej wysokości 20 000 000 PLN**
Zarząd: **Prezes – Ayhan Akan Bektas / Członek Zarządu – Ahmet Bektas**
Adres: **Postępu 17 B, 02-676 Warszawa**
Strona www: **Coraltravel.pl**
Osoba odpowiedzialna za kontakty z siecią sprzedaży: **Erdem Fidan**
Rok powstania firmy: **1999**
Kapitał zakładowy: **20 000 000,00 PLN**

II WYNIKI ZA 2020 rok

Przyjęty rok obrotowy: **Kalendarzowy**
Kapitały własne (fundusze własne) na podstawie bilansu z dnia 31.12.2020: **9 832 738,32 PLN**

Przychody z działalności wynikającej z organizacji imprez turystycznych w 2020 (RZiS z dnia 31.12.2020):

168 191 457,95 zł



Coraltravel

Turcja, Grecja, Bułgaria, Hiszpania, Egipt, Tunezja

**Latamy codziennie
w szczycie sezonu**

**Jesteśmy
liderem
w organizacji
wypoczynku
w Turcji**

Należymy do grupy OTI Holding, która w ciągu 28 lat wypracowała sobie pozycję jednego ze światowych liderów branży turystycznej. Z jej usług skorzystało ponad 25 milionów klientów w 40 krajach świata. W Polsce funkcjonujemy od 22 lat i dziś jesteśmy jednym z największych biur podróży. Jako jeden z nielicznych touroperatorów wdrożyliśmy system zarządzania jakością i posiadamy certyfikat ISO 9001-2015.

GROUP OF COMPANIES



Zysk (strata) netto za rok 2020 z działalności (RZiS z dnia 31.12.2020):

(-) 11 532 495,67 zł

Obroty (przychody) z działalności innej niż wynikająca z organizacji imprez turystycznych w 2020 roku: **14 224 803,71 PLN**
Zysk (-strata) netto za rok 2020 z działalności innej niż wynikająca z organizacji imprez turystycznych w 2020 roku: **dane pkt. 14 – wynik netto na działalności**
Wysokość i data wygaśnięcia bieżącej gwarancji ubezpieczeniowej: **32 mln zł, 16.09.2021**
Grupa, zgodnie z ustawą o usługach turystycznych, według której liczona jest gwarancja ubezpieczeniowa (wys. procentowa): **30%**
Firma wystawiająca gwarancję ubezpieczeniową: **ERGO Reiseversicherung AG**
Liczba wszystkich wysłanych klientów w 2020 roku (dotyczy danych wynikających z organizacji imprez turystycznych): **72 100**

III STRUKTURA SPRZEDAŻY

Liczba własnych punktów sprzedaży (sprzedających pod marką touroperatora) na dzień 31.12.2020 roku: **55**
Liczba oddziałów w sieci franczyzowej na dzień 31.12.2020 roku: **90**
Liczba pełnoetatowych pracowników (tylko touroperatora) na dzień 31.12.2020 roku: **262**
Liczba agentów zewnętrznych (aktywnych) i zmiana procentowa wobec 2019 roku: **2 000**
Udział poszczególnych kanałów w sprzedaży całkowitej (udział procentowy): **b.d.**

IV STRUKTURA PRODUKTOWA

Jaką część w całkowitej sprzedaży imprez turystycznych w 2020 roku stanowiły (wraz ze zmianą procentową wobec 2019 roku):
a) imprezy czarterowe: 100%
b) oparte o regularne linie lotnicze: b.d.
c) z dojazdem własnym: b.d.
Średnia cena imprezy turystycznej na osobę i zmiana procentowa wobec 2019 roku: **b.d.**
Jaki był procentowy udział kierunków egzotycznych w ofercie w 2020 roku i jak to się procentowo zmieniło wobec 2019 roku?: **b.d.**

V DANE PROGNOZOWANE

Wyniki sprzedaży za I kwartał 2021 (tylko z działalności wynikającej z organizacji imprez turystycznych): **25 657 138,47 pln**
Planowana liczba klientów do końca roku 2021 (tylko z działalności wynikającej z organizacji imprez turystycznych): **350 000**
Planowana realizacja produktu w poszczególnych kwartałach w 2021 roku (procentowo):
a) Q1: 3%
b) Q2: 24%
c) Q3: 54%
d) Q4: 19%

VI SYTUACJA WYNIKAJĄCA Z PANDEMII COVID-19

Źródła wsparcia i kwota dofinansowania (o ile dotyczy): **Prezydent Miasta Częstochowy; Prezydent M. St. Warszawy – kwota łączna 1 794 161,33 pln**
Liczba Klientów, którzy przyjęli voucher do późniejszego wykorzystania: **35 700**
Liczba Klientów, którzy wykorzystali voucher na dzień 30.04.2021 roku: **16 590**
Cechy charakterystyczne wystawianego vouchera: a) wartość (czy wyższa w stosunku do zapłaconej kwoty, jeśli tak, o ile): **10%**

Dane potwierdzone przez: Adil Kaan Ergun, Prokurent, Coral Travel Poland

4. EXIM TOURS

Pełna nazwa firmy: **EXIM Spółka Akcyjna**
Forma prawna: **Spółka Akcyjna**
Spółki zależne: **brak**
Właściciele (wg KRS) oraz struktura udziałów: **100% Akcji – Der Touristik Eastern Europe A.Š.**
Zarząd: **Sławomir Szulc – Prezes zarządu Marcin Małysz – Członek zarządu Jelinek Jiří – Członek zarządu**
Adres: **ul. Potocka 31A, 01–619 Warszawa**
Strona www: **eximtours.pl; et.pl**
Osoba odpowiedzialna za kontakty z siecią sprzedaży: **Dominika Jurkowska**
Rok powstania firmy: **2011**
Kapitał zakładowy: **4 400 000**

II WYNIKI ZA 2020 rok

Przyjęty rok obrotowy: **kalendaryzowy**
Kapitały własne (fundusze własne) na podstawie rachunku zysku i strat z dnia 31.12.2020: **-3 237 719**

Obroty (przychody) z działalności wynikającej z organizacji imprez turystycznych w 2020 (na podstawie rachunku zysku i strat z dnia 31.12.2020):

88 357 382 zł

Zysk (strata) netto za rok 2020 z działalności wynikającej z organizacji imprez turystycznych (na podstawie rachunku zysku i strat z dnia 31.12.2020):

(-) 1 771 755 zł

Obroty (przychody) z działalności innej niż wynikająca z organizacji imprez turystycznych w 2020 roku: **1 370 554**
Zysk (-strata) netto za rok 2020 z działalności innej niż wynikająca z organizacji imprez turystycznych w 2020 roku: **b.d.**
Wysokość i data wygaśnięcia bieżącej gwarancji ubezpieczeniowej: **12 840 000 do 30.08.2021**
Grupa, zgodnie z ustawą o usługach turystycznych, według której liczona jest gwarancja ubezpieczeniowa (wys. procentowa): **12%**
Firma wystawiająca gwarancję ubezpieczeniową: **Ergo Reiseversicherung AG**
Liczba wszystkich wysłanych klientów w 2020 roku (dotyczy danych wynikających z organizacji imprez turystycznych): **36 646**

III STRUKTURA SPRZEDAŻY

Liczba własnych punktów sprzedaży (sprzedających pod marką touroperatora) na dzień 31.12.2020 roku: **1 – Katowice**
Liczba oddziałów w sieci franczyzowej na dzień 31.12.2020 roku: **b.d.**
Liczba pełnoetatowych pracowników (tylko touroperatora) na dzień 31.12.2020 roku: **63**
Liczba agentów zewnętrznych (aktywnych) i zmiana procentowa wobec 2019 roku: **2 560**
Udział poszczególnych kanałów w sprzedaży całkowitej (udział procentowy):
a) własny stacjonarny: 10%
b) własny internetowy: 1% z uwagi na zmianę sposobu potwierdzania rezerwacji przez Dział Obsługi Rezerwacji Exim większość sprzedaży własnej on-line rejestrowana jest jako sprzedaż stacjonarna
c) zewnętrzny stacjonarny: 56%
d) zewnętrzny internetowy: 33%

IV STRUKTURA PRODUKTOWA

Jaką część w całkowitej sprzedaży imprez turystycznych w 2020 roku stanowiły (wraz ze zmianą procentową wobec 2019 roku):

a) imprezy czarterowe: b.d.
b) oparte o regularne linie lotnicze: b.d.
c) z dojazdem własnym: b.d.
Średnia cena imprezy turystycznej na osobę i zmiana procentowa wobec 2019 roku: **2 300**
Jaki był procentowy udział kierunków egzotycznych w ofercie w 2020 roku i jak to się procentowo zmieniło wobec 2019 roku?: **27%**

V DANE PROGNOZOWANE

Wyniki sprzedaży za I kwartał 2021 (tylko z działalności wynikającej z organizacji imprez turystycznych): **20 495 825 PLN**
Planowana liczba klientów do końca roku obrotowego 2021 (tylko z działalności wynikającej z organizacji imprez turystycznych): **ok 80 000 (może więcej w zależności od sytuacji)**
Planowana realizacja produktu w poszczególnych kwartałach w 2021 roku (procentowo): **Rocznie ok. 220 mln PLN**

VI SYTUACJA WYNIKAJĄCA Z PANDEMII COVID-19

Źródła wsparcia i kwota dofinansowania (o ile dotyczy): **b.d.**
Liczba Klientów, którzy przyjęli voucher do późniejszego wykorzystania: **4 530**
Liczba Klientów, którzy wykorzystali voucher na dzień 30.04.2021 roku: **1 803**
Cechy charakterystyczne wystawianego vouchera: a) wartość (czy wyższa w stosunku do zapłaconej kwoty, jeśli tak, o ile):
wartość wpłaconej kwoty

Dane potwierdzone przez: Sławomir Szulc – Prezes Zarządu, Marcin Małysz, Członek Zarządu. EXIM S.A.

5. GRECOS HOLIDAY

Pełna nazwa firmy: **Grecos Holiday Sp. z o.o.**
Forma prawna: **Sp. z o.o.**
Spółki zależne: **Brak**
Właściciele (wg KRS) oraz struktura udziałów: **ROKAN Sp. z o.o. 100% udziałów**
Zarząd: **Wojciech Skoczynski Prezes Zarządu Janusz Smięgielski Wiceprezes Zarządu**
Adres: **ul. Grunwaldzka 76a, 60–311 Poznań**
Strona www: **www.grecos.pl**
Osoba odpowiedzialna za kontakty z siecią sprzedaży: **Infolinia dla Agentów tel. 61 27 97 430**
Rok powstania firmy: **2006**
Kapitał zakładowy: **440 000 PLN**

II WYNIKI ZA 2020 rok

Przyjęty rok obrotowy: **2020**
Kapitały własne (fundusze własne) na podstawie rachunku zysku i strat z dnia 31.12.2020: **69 096 057,98 PLN**

Obroty (przychody) z działalności wynikającej z organizacji imprez turystycznych w 2020 (na podstawie rachunku zysku i strat z dnia 31.12.2020):

88 018 210,64 zł

Zysk (strata) netto za rok 2020 z działalności wynikającej z organizacji imprez turystycznych (na podstawie rachunku zysku i strat z dnia 31.12.2020):

(-) 9 883 526,96 zł

Obroty (przychody) z działalności innej niż wynikająca z organizacji imprez turystycznych w 2020 roku: **12 710 029,19 PLN**
Zysk (-strata) netto za rok 2020 z działalności innej niż wynikająca z organizacji imprez turystycznych w 2020 roku: **254 200,58 PLN**
Wysokość i data wygaśnięcia bieżącej gwarancji ubezpieczeniowej: **25 000 000,- PLN do 16.09.2021**
Grupa, zgodnie z ustawą o usługach turystycznych, według której liczona jest gwarancja ubezpieczeniowa

(wys. procentowa): **12%**
Firma wystawiająca gwarancję ubezpieczeniową: **TU Europa S.A**
Liczba wszystkich wysłanych klientów w 2020 roku (dotyczy danych wynikających z organizacji imprez turystycznych): **33.962 osoby**

III STRUKTURA SPRZEDAŻY

Liczba własnych punktów sprzedaży (sprzedających pod marką touroperatora) na dzień 31.12.2020 roku: **1**
Liczba oddziałów w sieci franczyzowej na dzień 31.12.2020 roku: **96**
Liczba pełnoetatowych pracowników (tylko touroperatora) na dzień 31.12.2020 roku: **80**
Liczba agentów zewnętrznych (aktywnych) i zmiana procentowa wobec 2019 roku: **1750 tj. 2% mniej**
Udział poszczególnych kanałów w sprzedaży całkowitej (udział procentowy):
a) własny stacjonarny: dane poufne.
b) własny internetowy: dane poufne.
c) zewnętrzny stacjonarny: dane poufne.
d) zewnętrzny internetowy: dane poufne.

IV STRUKTURA PRODUKTOWA

Jaką część w całkowitej sprzedaży imprez turystycznych w 2020 roku stanowiły (wraz ze zmianą procentową wobec 2019 roku):
a) imprezy czarterowe: 98%
b) oparte o regularne linie lotnicze: 2%
c) z dojazdem własnym - brak
Średnia cena imprezy turystycznej na osobę i zmiana procentowa wobec 2019 roku: **2 758 zł w 2020 i 2 730 zł w 2019, co stanowi 1% więcej niż w 2019**

Jaki był procentowy udział kierunków egzotycznych w ofercie w 2020 roku i jak to się procentowo zmieniło wobec 2019 roku?: **Nie dotyczy – nie sprzedajemy egzotyki.**

V DANE PROGNOZOWANE

Wyniki sprzedaży za I kwartał 2021 (tylko z działalności wynikającej z organizacji imprez turystycznych): **26 481 589, 82 PLN**
Planowana liczba klientów do końca roku obrotowego 2021 (tylko z działalności wynikającej z organizacji imprez turystycznych): **110 000 osób**
Planowana realizacja produktu w poszczególnych kwartałach w 2021 roku (procentowo):
a) Q1: 0%
b) Q2: 15%
c) Q3: 75%
d) Q4: 10%

VI SYTUACJA WYNIKAJĄCA Z PANDEMII COVID-19

Źródła wsparcia i kwota dofinansowania (o ile dotyczy): **PFR, TFZ, WUP, kwoty sa informacja poufna**
Liczba Klientów, którzy przyjęli voucher do późniejszego wykorzystania: **5 745 wystawionych**
Liczba Klientów, którzy wykorzystali voucher na dzień 30.04.2021 roku: **2716 voucherów**
Cechy charakterystyczne wystawianego vouchera: a) wartość (czy wyższa w stosunku do zapłaconej kwoty, jeśli tak, o ile): **Na przestrzeni całego sezonu 2020 wystawialiśmy vouchery o różnych wartościach: 120% wpłaconych środków, 110% wpłaconych środków oraz 100% wpłaconych środków.**

Dane potwierdzone przez: Janusz Smięgielski – Wiceprezes Zarządu. Grecos Sp. z o.o.

6. SUN&FUN HOLIDAYS

Pełna nazwa firmy: **Blue Style Sp. z o.o. (właściciel marki Sun&Fun Holidays)**
Forma prawna: **Sp. z o.o.**
Spółki zależne: **Brak**
Właściciele (wg KRS) oraz struktura udziałów:



EXIM *tours*[®]
biuro podróży

Marzą Ci się wakacje?
Zaufaj specjalistom
i zarezerwuj urlop już teraz!

**GOTOWI
DO STARTU
W ŚWIAT!**

ponad 20 kierunków • profesjonalna opieka na miejscu • rozszerzone ubezpieczenia • pakiety gwarancji • super rabaty



www.eximtours.pl • infolinia 32 349 27 35

Takich warunków nie oferuje żaden inny touroperator na rynku!

Rozmowa z **Maciejem Nykielem**, prezesem biura podróży Nekera, o kierunkach proponowanych klientom na ten sezon letni i zimowy, także o kuliasach sprzedaży oferty polskiej.



Od kilku tygodni klienci wracają do biur podróży, BP Nekera może więc wreszcie zaprezentować swoją ofertę w pełnej krasie, w tym kierunki czarterowe stanowiące trzon oferty. Proszę powiedzieć, co przygotowała Nekera na sezon Lato 2021? Mamy wszystkie najlepiej sprzedające się kierunki z szeroko rozumianego basenu Morza Śródziemnego: ponad 400 obiektów tylko w samej Chorwacji; kilkaset w Bułgarii, Turcji, Grecji, Hiszpanii, Włoszech, na Cyprze i na Malcie – do tego konkurencyjne ceny i bogate portfolio produktowe: od luksusowych willi i 5-gwiazdkowych kurortów all inclusive, przez hotele i pensjonaty po apartamenty, kempingi i domki wczasowe. Przez cały okres letni oferujemy także kierunki egzotyczne na Karaibach, Bliskim Wschodzie i w Afryce. Mamy konkurencyjne ceny i wypłacamy agentom 100 proc. prowizji z góry, w dniu założenia rezerwacji. Do tego każdy agent Nekera, niezależnie czy jest właścicielem, czy pracownikiem biura podróży, dostaje extra 0,7 proc. od wartości każdej swojej rezerwacji w Nekera Travel Club. Tak dobrych warunków handlowych nie oferuje żaden inny touroperator w Polsce.

To oferta na najbliższe miesiące. Nekera ma już przygotowaną ofertę na Zimą 2021/2022.

Dokąd wyśle swoich klientów?

Samoloty zabiorą klientów Nekera na 4 Wyspy Kanaryjskie, Dominikanę, Kubę, do Meksyku, Panamy, Kenii, Tanzanii, Dubaju, Ras al Khaimah oraz kilku destynacji azjatyckich. Ponadto oferujemy największą na rynku ofertę narciarską i snowboardową w Alpach i Karpatach: Austrii, Włoszech, Szwajcarii, Francji, Czechach, Słowacji i oczywiście w Polsce. Mamy własne polskie szkoły narciarskie zlokalizowane w najlepszych europejskich kurortach zimowych, pod samymi lodowcami. Przygotowaliśmy też kilka nowości, a już niebawem w systemach rezerwacyjnych MerlinX oraz Sykon otworzymy możliwość rezerwacji Lata 2022.

W czasie pandemii Nekera dała się poznać jako organizator turystyki krajowej, co więcej, zmieniła podejście rynku do produktu polskiego. Dlaczego?

Mimo że DNA Nekery to wyjazdy czarterowe, od początku zakładaliśmy, że Polska znajdzie się w naszej ofercie. Utwierdziliśmy się w tym przekonaniu w lutym 2020 r., kiedy koronawirus był już obecny w Europie i jasne było, że sprzedaż kierunków zagranicznych będzie bardzo skomplikowana. Tym podejściem wyprzedziliśmy rynek, bo inni organizatorzy zaoferowali Polskę kilka miesięcy później.

Warto przypomnieć, że Polska była w ofercie rodzimych biur podróży od dawna, ale my jako pierwsi uczyniliśmy z niej pełnoprawny produkt agencyjny: zaoferowaliśmy ją klientom w sposób kompleksowy, wprowadzając do sprzedaży aż 700 obiektów o różnym standardzie i w różnych lokalizacjach; dopasowaliśmy produkt do potrzeb polskiego klienta, dodaliśmy oferty weekendowe, 1- i 3-dniowe, zamiast klasycznych 7- czy 14-dniowych; wprowadziliśmy Polskę do MerlinX i Sykona, co sprawiło, że zaczęła być sprzedawana jak zagraniczne produkty touroperatorów; z naszej inicjatywy w MerlinX znalazł się też Polski Bon Turystyczny, co jest dziś dużym ułatwieniem dla agentów turystycznych.

Przez ostatnie lata rynek turystyczny pozwolił, by Polska sprzedawała się poza biurami, na wielkich portalach rezerwacyjnych B2C. My chcieliśmy „przywrócić” ją biurom agencyjnym. Korzysta na tym klient, który u agenta otrzymuje szeroką paletę produktową, i sami agenci, którym oferta polska pozwoliła w czasie pandemii utrzymać relacje z klientami i dodatni cashflow.

Czy łatwo było przekonać sieć agencyjną do sprzedaży wczasów w Polsce?

W ostatnich miesiącach wykonaliśmy sporą pracę, by wyedukować sieć agencyjną w zakresie oferty polskiej, pokazując jej, że ten produkt może być komplementarny z zagranicznym. Równie istotne jest uświadomienie agentom, że konsumenci, którzy kupują w biurach wycieczki zagraniczne, wypoczywają też w Polsce, więc wystarczy ich przekonać, że wszystkie potrzeby związane z podróżami, również tymi po kraju, mogą zaspokoić w jednym miejscu. My chcemy klientom zaoferować więcej niż daje rynek, jednocześnie dopasować się do trendów zakupowych Polaków, stąd wprowadzona niedawno oferta bezzwrotna i zwrotna (która umożliwia bezkosztowe zmiany i anulacje za zwrotem wszystkich środków do 7 dni przed wyjazdem). Narzędzie to stosowane jest np. na portalach rezerwacyjnych, rynek touroperatorów i agencyjny do tej pory go nie wykorzystywał. Z drugiej strony, jako jedyny touroperator, proponujemy agentom 100 proc. prowizji płatnej z góry, w dniu sprzedaży, co pozwala sprzedawcom zachować płynność finansową. W czasie pandemii doceniło to wielu agentów.

Czy klienci doceniają fakt, że oferta polska jest w biurach? Łatwo zmienić ich przyzwyczajenia zakupowe?

To proces, który cały czas trwa, przy czym kluczem do sukcesu jest zmiana zachowań również agentów. Wielu z nich nie miało nawyku zabiegania o klienta, bo przyzwyczało się do tego, że klienci sami się do nich zgłaszają. COVID-19 zweryfikował to podejście. W ostatnim czasie przeprowadziliśmy szereg webinarów i study tourów po Polsce poświęconych nowoczesnym technikom sprzedaży, by pobudzić agentów do większej aktywności w zakresie dbania o swoją bazę klientów i podtrzymywania relacji z nimi. Mam nadzieję, że wykorzystają je teraz, kiedy Polacy znowu masowo powrócili do biur po wycieczki zagraniczne.

Sprzedaż wspaniale się rozkręca, a najlepsze w tym roku dopiero przed nami!



2. 7 393,81 – umorzenie składek ZUS
 3. 12 171,59 – umorzenie składek ZUS
 4. 4 837,73 – umorzenie składek ZUS
 5. 1 789 702,61 – Turystyczny Fundusz Zwrotów
 Liczba klientów, którzy przyjęli voucher do późniejszego wykorzystania: 97
 Liczba klientów, którzy wykorzystali voucher na dzień 30.04.2021 roku: 180
 Cechy charakterystyczne wystawianego vouchera: a) wartość (czy wyższa w stosunku do zapłaconej kwoty, jeśli tak, o ile):
wartość wpłaconej kwoty przez klienta

Dane potwierdzone przez: Leila Ben Arfi – Prezes Zarządu. Best Reisen Group Sp. z o.o.

9. WYGODA TRAVEL

Pełna nazwa firmy: **Wygoda Travel Sp.z.o.o.**
 Forma prawna: **Sp.z.o.o.**
 Spółki zależne: **Comfort Club Sp.z.o.o.; Lemon Sp.z.o.o.**
 Właściciele (wg KRS) oraz struktura udziałów: **Andrzej Wygoda (60%); Krzysztof Wroński (40%)**
 Zarząd: **Andrzej Wygoda – prezes; Krzysztof Wroński – vice prezes; Tomasz Pudelko – członek zarządu**
 Adres: **30-547 Kraków ul. Plac Bohaterów Getta 17/14**
 Strona www: **www.wygodatravel.pl**
 Osoba odpowiedzialna za kontakty z siecią sprzedaży: **Tomasz Pudelko**
 Rok powstania firmy: **2001**
 Kapitał zakładowy: **500 000 zł**

II WYNIKI ZA 2020 rok
 Przyjęty rok obrotowy: **01.05.2019-30.04.2020 (ze względu na specjalizację zimową przesunięty rok obrotowy)**
 Kapitały własne (fundusze własne) na podstawie rachunku zysku i strat z dnia 31.12.2020: **984 334 zł**

Obroty (przychody) z działalności wynikającej z organizacji imprez turystycznych w 2020 (na podstawie rachunku zysku i strat z dnia 30.04.2020):

16 224 914 zł

Zysk (strata) netto za rok 2020 z działalności wynikającej z organizacji imprez turystycznych (na podstawie rachunku zysku i strat z dnia 30.04.2020):

7 570 zł

Obroty (przychody) z działalności innej niż wynikająca z organizacji imprez turystycznych w 2020 roku: **Nie dotyczy**
 Zysk (-strata) netto za rok 2020 z działalności innej niż wynikająca z organizacji imprez turystycznych w 2020 roku: **Nie dotyczy**
 Wysokość i data wygaśnięcia bieżącej gwarancji ubezpieczeniowej: **17.09.2021**
 Grupa, zgodnie z ustawą o usługach turystycznych, według której liczona jest gwarancja ubezpieczeniowa (wys. procentowa): **Europa i Świat 12% nie mniej niż 140 000 eur**
 Firma wystawiająca gwarancję ubezpieczeniową: **Signal Iduna**
 Liczba wszystkich wystawianych klientów w 2020 roku (dotyczy danych wynikających z organizacji imprez turystycznych): **5318**

III STRUKTURA SPRZEDAŻY

Liczba własnych punktów sprzedaży (sprzedających pod marką touroperatora) na dzień 31.12.2020 roku: **1**
 Liczba oddziałów w sieci franczyzowej na dzień 31.12.2020 roku: **Nie dotyczy**

Liczba pełnoetatowych pracowników (tylko touroperatora) na dzień 31.12.2020 roku: **13**
 Liczba agentów zewnętrznych (aktywnych) i zmiana procentowa wobec 2019 roku: **579**
 Udział poszczególnych kanałów w sprzedaży całkowitej (udział procentowy):
a) własny stacjonarny: 21%
b) własny internetowy: 68%
c) zewnętrzny stacjonarny: 3%
d) zewnętrzny internetowy: 8%

IV STRUKTURA PRODUKTOWA

Jaką część w całkowitej sprzedaży imprez turystycznych w 2020 roku stanowiły (wraz ze zmianą procentową wobec 2019 roku):
a) imprezy czarterowe: Nie dotyczy
b) oparte o regularne linie lotnicze: 18% (-158%)
c) z dojazdem własnym: 44% (- 8%)
d) imprezy autokarowe: 38% (+ 20,5%)
 Średnia cena imprezy turystycznej na osobę i zmiana procentowa wobec 2019 roku: **3050 zł (+ 39%)**
 Jaki był procentowy udział kierunków egzotycznych w ofercie w 2020 roku i jak to się procentowo zmieniło wobec 2019 roku?: **Nie dotyczy**

V DANE PROGNOZOWANE

Wyniki sprzedaży za I kwartał 2021 (tylko z działalności wynikającej z organizacji imprez turystycznych): **443 665 zł**
 Planowana liczba klientów do końca roku obrotowego 2021 (tylko z działalności wynikającej z organizacji imprez turystycznych): **Nie znana (nie możliwa do oszacowania)**
 Planowana realizacja produktu w poszczególnych kwartałach w 2021 roku (procentowo): **Nie znana (nie możliwa do oszacowania)**

VI SYTUACJA WYNIKAJĄCA Z PANDEMII COVID-19

Źródła wsparcia i kwota dofinansowania (o ile dotyczy): **PFR 1 – 1 684 231 zł**
 Liczba klientów, którzy przyjęli voucher do późniejszego wykorzystania: **274**
 Liczba klientów, którzy wykorzystali voucher na dzień 30.04.2021 roku: **13**
 Cechy charakterystyczne wystawianego vouchera:
 a) wartość (czy wyższa w stosunku do zapłaconej kwoty, jeśli tak, o ile): **do 3000 zł – 200 osób powyżej 3000 zł – 74 osoby**

Podstawa formalna informacji finansowych podanych w ankiecie: Bilans i rachunek zysków i strat za rok 2020 r.

10. ECCO HOLIDAY

Pełna nazwa firmy: **Ecco Holiday**
 Forma prawna: **Sp z o.o.**
 Spółki zależne: **a. Agencja Ratingu Społecznego b. ASK Invest**
 Właściciele (wg KRS) oraz struktura udziałów: **Asekuracja Sp. z o.o. 85,49%, SKOK Holding S.a.r.l 14,51%**
 Zarząd: **Karolina Maria Warzybok, Grzegorz Płókarz**
 Adres: **Poznań, Al. Solidarności 46**
 Strona www: **www.eccoholiday.com, www.eccotravel.eu**
 Osoba odpowiedzialna za kontakty z siecią sprzedaży: **Katarzyna Turkiewicz**
 Rok powstania firmy: **2002**
 Kapitał zakładowy: **35 100 000,00**

II WYNIKI ZA 2020 rok

Przyjęty rok obrotowy: **2020**
 Kapitały własne (fundusze własne) na podstawie rachunku zysku i strat z dnia 31.12.2020: **153 413 292,5 zł**

Obroty (przychody) z działalności wynikającej z organizacji imprez turystycznych w 2020 (na podstawie rachunku zysku i strat z dnia 31.12.2020):

15 536 073,79 zł

Zysk (strata) netto za rok 2020 z działalności wynikającej z organizacji imprez turystycznych (na podstawie rachunku zysku i strat z dnia 31.12.2020):

(-) 2 264 366,40 zł

Obroty (przychody) z działalności innej niż wynikająca z organizacji imprez turystycznych w 2020 roku: **99 799 934,56**
 Zysk (-strata) netto za rok 2020 z działalności innej niż wynikająca z organizacji imprez turystycznych w 2020 roku: **76 644 903,19**
 Wysokość i data wygaśnięcia bieżącej gwarancji ubezpieczeniowej: **858 742 EUR 19.06.2021**
 Grupa, zgodnie z ustawą o usługach turystycznych, według której liczona jest gwarancja ubezpieczeniowa (wys. procentowa): **18% par. 7 p. 2 a) rozporządzenia MF z dn. 27.12.2017 r.**

Firma wystawiająca gwarancję ubezpieczeniową:

Saltus TUW

Liczba wszystkich wystawianych klientów w 2020 roku (dotyczy danych wynikających z organizacji imprez turystycznych): **4 703**

III STRUKTURA SPRZEDAŻY

Liczba własnych punktów sprzedaży (sprzedających pod marką touroperatora) na dzień 31.12.2020 roku: **0**
 Liczba oddziałów w sieci franczyzowej na dzień 31.12.2020 roku: **0**
 Liczba pełnoetatowych pracowników (tylko touroperatora) na dzień 31.12.2020 roku: **36**
 Liczba agentów zewnętrznych (aktywnych) i zmiana procentowa wobec 2019 roku: **1 553 w 2020 r.; 1 692 w 2019 r. zmiana 9%**
 Udział poszczególnych kanałów w sprzedaży całkowitej (udział procentowy):
a) własny stacjonarny: 22%
b) własny internetowy: 2%
c) zewnętrzny stacjonarny: 44%
d) zewnętrzny internetowy: 32%

IV STRUKTURA PRODUKTOWA

Jaką część w całkowitej sprzedaży imprez turystycznych w 2020 roku stanowiły (wraz ze zmianą procentową wobec 2019 roku):
a) imprezy czarterowe: 3% w 2020 r., 3% w 2019 r.
b) oparte o regularne linie lotnicze: 96% w 2020 r., 97% w 2019 r.
c) z dojazdem własnym 1% w 2020 r., 0% w 2019 r.
 Średnia cena imprezy turystycznej na osobę i zmiana procentowa wobec 2019 roku: **3 426 zł w 2020 r. 3 386 zł w 2019 r. zmiana 2%**
 Jaki był procentowy udział kierunków egzotycznych w ofercie w 2020 roku i jak to się procentowo zmieniło wobec 2019 roku?
81% w 2020 r. 83% w 2019 r. Spadek 3%

V DANE PROGNOZOWANE

Wyniki sprzedaży za I kwartał 2021 (tylko z działalności wynikającej z organizacji imprez turystycznych): **217 376 zł**
 Planowana liczba klientów do końca roku obrotowego 2021 (tylko z działalności wynikającej z organizacji imprez turystycznych): **8 108**

Planowana realizacja produktu w poszczególnych kwartałach w 2021 roku (procentowo):

a) Q1: 223pax
b) Q2: 2465pax
c) Q3: 3223pax
d) Q4: 2197pax

VI SYTUACJA WYNIKAJĄCA Z PANDEMII COVID-19

Źródła wsparcia i kwota dofinansowania (o ile dotyczy): **PFR; ZUS; Starosta Powiatu; WUP**
 Liczba klientów, którzy przyjęli voucher do późniejszego wykorzystania: **714**
 Liczba klientów, którzy wykorzystali voucher na dzień 30.04.2021 roku: **211**
 Cechy charakterystyczne wystawianego vouchera:
 a) wartość (czy wyższa w stosunku do zapłaconej kwoty, jeśli tak, o ile): **Wartość równa wpłaconej kwocie**

Dane potwierdzone przez: Karolina Warzybok – Prezes Zarządu. Ecco Holiday Sp. z o.o.

11. TOP TOURISTIK

Pełna nazwa firmy: **TOP Touristik Sp. Z o.o.**
 Forma prawna: **Sp. z o.o.**
 Spółki zależne: **brak**
 Właściciele (wg KRS) oraz struktura udziałów: **Daniel Esavandi, Navid Esavandi**
 Zarząd: **Prezes spółki: dr Daniel Esavandi, General Manager: Navid Esavandi**
 Adres: **ul. Piekary 6/13, 61-823 Poznań**
 Strona www: **www.TOPtouristik.pl**
 Osoba odpowiedzialna za kontakty z siecią sprzedaży: **Maciej Grzelakowski**
 Rok powstania firmy: **2015**
 Kapitał zakładowy: **560 000,00 PLN**

II WYNIKI ZA 2020 rok

Przyjęty rok obrotowy: **01.01.2020 do 31.12.2020**
 Kapitały własne (fundusze własne) na podstawie rachunku zysku i strat z dnia 31.12.2020: **b.d.**

Obroty (przychody) z działalności wynikającej z organizacji imprez turystycznych w 2020 (na podstawie rachunku zysku i strat z dnia 31.12.2020):

10 000 337,35 zł

Zysk (strata) netto za rok 2020 z działalności wynikającej z organizacji imprez turystycznych (na podstawie rachunku zysku i strat z dnia 31.12.2020):

b.d.

Obroty (przychody) z działalności innej niż wynikająca z organizacji imprez turystycznych w 2020 roku: **b.d.**
 Zysk (-strata) netto za rok 2020 z działalności innej niż wynikająca z organizacji imprez turystycznych w 2020 roku: **b.d.**
 Wysokość i data wygaśnięcia bieżącej gwarancji ubezpieczeniowej: **872 000,00 PLN, data wygaśnięcia 20.12.2021 r.**
 Grupa, zgodnie z ustawą o usługach turystycznych, według której liczona jest gwarancja ubezpieczeniowa (wys. procentowa): **b.d.**
 Firma wystawiająca gwarancję ubezpieczeniową: **TU Europa S.A.**
 Liczba wszystkich wystawianych klientów w 2020 roku (dotyczy danych wynikających z organizacji imprez turystycznych): **5500**

III STRUKTURA SPRZEDAŻY

Liczba własnych punktów sprzedaży (sprzedają-

cych pod marką touroperatora) na dzień 31.12.2020 roku: **b.d.**
 Liczba oddziałów w sieci franczyzowej na dzień 31.12.2020 roku: **b.d.**
 Liczba pełnoetatowych pracowników (tylko touroperatora) na dzień 31.12.2020 roku: **b.d.**
 Liczba agentów zewnętrznych (aktywnych) i zmiana procentowa wobec 2019 roku:
1690 (zmiana procentowa -11%)
 Udział poszczególnych kanałów w sprzedaży całkowitej (udział procentowy):
a) własny stacjonarny:
b) własny internetowy: 10%
c) zewnętrzny stacjonarny: 50%
d) zewnętrzny internetowy: 40%

IV STRUKTURA PRODUKTOWA

Jaką część w całkowitej sprzedaży imprez turystycznych w 2020 roku stanowiły (wraz ze zmianą procentową wobec 2019 roku):
a) imprezy czarterowe: 10%
b) oparte o regularne linie lotnicze: 90%
c) z dojazdem własnym: 0%
 Średnia cena imprezy turystycznej na osobę i zmiana procentowa wobec 2019 roku: - **średnia cena za imprezę turystyczną na osobę w 2020 r. 1658.44 PLN (zmiana procentowa –tańsze o 17%)**
 Jaki był procentowy udział kierunków egzotycznych w ofercie w 2020 roku i jak to się procentowo zmieniło wobec 2019 roku?: - **10% sprzedanych pakietów stanowiły oferty egzotyczne, względem roku 2019 r. to spadek rzędu 80% sprzedanych pakietów egzotycznych**

V DANE PROGNOZOWANE

Wyniki sprzedaży za I kwartał 2021 (tylko z działalności wynikającej z organizacji imprez turystycznych):
Ok. 1 000 rezerwacji
 Planowana liczba klientów do końca roku obrotowego 2021 (tylko z działalności wynikającej z organizacji imprez turystycznych): **Ok. 8 000**
 Planowana realizacja produktu w poszczególnych kwartałach w 2021 roku (procentowo): **b.d.**

VI SYTUACJA WYNIKAJĄCA Z PANDEMII COVID-19

Źródła wsparcia i kwota dofinansowania (o ile dotyczy): **b.d.**
 Liczba klientów, którzy przyjęli voucher do późniejszego wykorzystania: **b.d.**
 Liczba klientów, którzy wykorzystali voucher na dzień 30.04.2021 roku: **b.d.**
 Cechy charakterystyczne wystawianego vouchera:
 a) wartość (czy wyższa w stosunku do zapłaconej kwoty, jeśli tak, o ile): **b.d.**

Dane potwierdzone przez: Maciej Grzelakowski. Top Touristik Sp. z o.o.

12. HDD (INTERHOME)

Pełna nazwa firmy: **HDD Sp. z o.o. (Interhome)**
 Forma prawna: **Sp. z o.o.**
 Spółki zależne: **HDD AG**
 Właściciele (wg KRS) oraz struktura udziałów: **Marcello Bologna, Jörg Herrmann**

Zarząd: **Marcello Bologna, Jörg Herrmann**
 Adres: **ul. St. K. Potockiego 24B, 02-958 Warszawa**
 Strona www: **www.interhome.pl**
 Osoba odpowiedzialna za kontakty z siecią sprzedaży: **Paulina Sikorska**
 Rok powstania firmy: **1992**
 Kapitał zakładowy: **200 500 PLN**

II WYNIKI ZA 2020 ROK

Przyjęty rok obrotowy: **01.11.2019-31.10.2020**
 Kapitały własne (fundusze własne) na podstawie rachunku zysku i strat z dnia 31.10.2020:
17 718 413,23 PLN

Obroty (przychody) z działalności wynikającej z organizacji imprez turystycznych w 2020 (na podstawie rachunku zysku i strat z dnia 31.10.2020):

8 580 298,62 zł

Zysk (strata) netto za rok 2020 z działalności wynikającej z organizacji imprez turystycznych (na podstawie rachunku zysku i strat z dnia 31.10.2020):

(-) 110 909,46 zł

Obroty (przychody) z działalności innej niż wynikająca z organizacji imprez turystycznych w 2020 roku:
189 157,51 PLN

Zysk (-strata) netto za rok 2020 z działalności innej niż wynikająca z organizacji imprez turystycznych w 2020 roku: **9 943,01 PLN**
 Wysokość i data wygaśnięcia bieżącej gwarancji ubezpieczeniowej: **383 139 PLN / 31.10.2021**

Grupa, zgodnie z ustawą o usługach turystycznych, w której której liczona jest gwarancja ubezpieczeniowa (wys. procentowa): **b.d.**
 Firma wystawiająca gwarancję ubezpieczeniową: **Signal Iduna**
 Liczba wszystkich wysłanych klientów w 2020 roku (dotyczy danych wynikających z organizacji imprez turystycznych): **9 425**

III STRUKTURA SPRZEDAŻY

Liczba własnych punktów sprzedaży (sprzedających pod marką touroperatora) na dzień 31.12.2020 roku: **1**
 Liczba oddziałów w sieci franczyzowej na dzień 31.12.2020 roku: **b.d.**
 Liczba pełnoetatowych pracowników (tylko touroperatora) na dzień 31.10.2020 roku: **11**
 Liczba agentów zewnętrznych (aktywnych) i zmiana procentowa wobec 2019 roku: **1 847 / 0,1%**
 Udział poszczególnych kanałów w sprzedaży całkowitej (udział procentowy): **b.d.**

IV STRUKTURA PRODUKTOWA

Jaką część w całkowitej sprzedaży imprez turystycznych w 2020 roku stanowiły (wraz ze zmianą procentową wobec 2019 roku):
a) imprezy czarterowe: b.d.
b) oparte o regularne linie lotnicze: b.d.
c) z dojazdem własnym: 100%
 Średnia cena imprezy turystycznej na osobę i zmiana procentowa wobec 2019 roku: **ok. 910 PLN/os**
 Jaki był procentowy udział kierunków egzotycznych w ofercie w 2020 roku i jak to się procentowo zmieniło wobec 2019 roku?: **b.d.**

DOM Z BASENEM

CZY APARTAMENT TUŻ PRZY PLAŻY?



Domy i apartamenty wakacyjne na każdy gust i każdą kieszeń. Ponad 40 tys. ofert w najpiękniejszych zakątkach Polski i Europy.

Tel.: + 48 22 642 23 84 | www.interhome.pl



jącej z organizacji imprez turystycznych (na podstawie rachunku zysku i strat z dnia 31.12.2020):

(-) 258 822,07 zł

Obroty (przychody) z działalności innej niż wynikająca z organizacji imprez turystycznych w 2020 roku: **315 709,79 zł**

Zysk (-strata) netto za rok 2020 z działalności innej niż wynikająca z organizacji imprez turystycznych w 2020 roku: **nie jest dzielony w firmie**
Wysokość i data wygaśnięcia bieżącej gwarancji ubezpieczeniowej: **1 800 000 zł, do 17.09.2021**

Grupa, zgodnie z ustawą o usługach turystycznych, według której liczona jest gwarancja ubezpieczeniowa (wys. procentowa): **b.d.**
Firma wystawiająca gwarancję ubezpieczeniową: **AXA Ubezpieczenia Towarzystwo Ubezpieczeń i Reasekuracji S.A (aktualna nazwa Uniqa Towarzystwo Ubezpieczeń S.A.)**
Liczba wszystkich wystawianych klientów w 2020 roku (dotyczy danych wynikających z organizacji imprez turystycznych): **3000**

III STRUKTURA SPRZEDAŻY

Liczba własnych punktów sprzedaży (sprzedających pod marką touroperatora) na dzień 31.12.2020 roku: **2**
Liczba oddziałów w sieci franczyzowej na dzień 31.12.2020 roku: **0**
Liczba pełnoetatowych pracowników (tylko touroperatora) na dzień 31.12.2020 roku: **9**
Liczba agentów zewnętrznych (aktywnych) i zmiana procentowa wobec 2019 roku: **520**
Udział poszczególnych kanałów w sprzedaży całkowitej (udział procentowy):
a) własny stacjonarny: **15%**
b) własny internetowy: **50%**
c) zewnętrzny stacjonarny: **10%**
d) zewnętrzny internetowy: **25%**

IV STRUKTURA PRODUKTOWA

Jaką część w całkowitej sprzedaży imprez turystycznych w 2020 roku stanowiły (wraz ze zmianą procentową wobec 2019 roku):
a) imprezy czarterowe: **0**
b) oparte o regularne linie lotnicze: **65%**
c) z dojazdem własnym: **35%**
Średnia cena imprezy turystycznej na osobę i zmiana procentowa wobec 2019 roku: **5 000 zł**
Jaki był procentowy udział kierunków egzotycznych w ofercie w 2020 roku i jak to się procentowo zmieniło wobec 2019 roku?: **70% oferta egzotyczna**
Bez zmian w stosunku do 2019

V DANE PROGNOZOWANE

Wyniki sprzedaży za I kwartał 2021 (tylko z działalności wynikającej z organizacji imprez turystycznych): **48 500 zł**
Planowana liczba klientów do końca roku obrotowego 2021 (tylko z działalności wynikającej z organizacji imprez turystycznych): **11-12 tys.**
Planowana realizacja produktu w poszczególnych kwartałach w 2021 roku (procentowo):
a) Q1: **5%**
b) Q2: **15%**
c) Q3: **40%**
d) Q4: **40%**

VI SYTUACJA WYNIKAJĄCA Z PANDEMII COVID-19

Źródła wsparcia i kwota dofinansowania (o ile dotyczy): **1423842,93 zł (ZUS, PFR S.A., Marszałek Łódzki)**
Liczba klientów, którzy przyjęli voucher do późniejszego wykorzystania: **7**
Liczba klientów, którzy wykorzystali voucher na dzień 30.04.2021 roku: **2**
Cechy charakterystyczne wystawianego vouchera: a) wartość (czy wyższa w stosunku do zapłaconej kwoty, jeśli tak, o ile): **wartość dokonanej wpłaty**

Dane potwierdzone przez: **Joanna Szydłowska-Bartniak**, Dyrektor Operacyjny, Prokurent Trade&Travel Company Sp. z o.o.

16. OSKAR Sp. z o.o.

Pełna nazwa firmy: **OSKAR Sp. z o.o.**
Forma prawna: **Sp. z o.o.**
Spółki zależne:
Biuro Turystyczne OSKAR Sp. z o.o.
Biuro Podróży Oskar Sp. z o.o.
Centrum Turystyki OSKAR Sp. z o.o.
OSKAR Janusz Szymański
Właściciele (wg KRS) oraz struktura udziałów: **Szymański Janusz – 80 udziałów o łącznej wartości 40 000 zł**
Waloch Robert – 20 udziałów o łącznej wartości 10 000 zł
Zarząd: **Szymański Janusz, Prezes Zarządu**
Adres: **Plac Wolności 2/4C, 61-738 Poznań**
Strona www: **https://oskar.com.pl/**
Osoba odpowiedzialna za kontakty z siecią sprzedaży: **Piotr Radomski**
Rok powstania firmy: **2003**
Kapitał zakładowy: **50 000**

II WYNIKI ZA 2020 rok

Przychód: **25 237 647,91 zł**
Przyjęty rok obrotowy: **2020**
Kapitały własne (fundusze własne) na podstawie rachunku zysku i strat z dnia 31.12.2020: **5 348 428,89 zł**

Obroty (przychody) z działalności wynikającej z organizacji imprez turystycznych w 2020 (na podstawie rachunku zysku i strat z dnia 31.12.2020):

5 754 047,89 zł

Zysk (strata) netto za rok 2020 z działalności wynikającej z organizacji imprez turystycznych (na podstawie rachunku zysku i strat z dnia 31.12.2020):

32 128,56 zł

Obroty (przychody) z działalności innej niż wynikająca z organizacji imprez turystycznych w 2020 roku: **19 783 600,02**

Zysk (-strata) netto za rok 2020 z działalności innej niż wynikająca z organizacji imprez turystycznych w 2020 roku: **275 310,87**
Wysokość i data wygaśnięcia bieżącej gwarancji ubezpieczeniowej: **294 000 zł; 25.07.2020-24.07.2021**

Grupa, zgodnie z ustawą o usługach turystycznych, według której liczona jest gwarancja ubezpieczeniowa (wys. procentowa): **b.d.**
Firma wystawiająca gwarancję ubezpieczeniową: **Signal Iduna Polska TU S.A.**

Liczba wszystkich wystawianych klientów w 2020 roku (dotyczy danych wynikających z organizacji imprez turystycznych): **4 465**

III STRUKTURA SPRZEDAŻY

Liczba własnych punktów sprzedaży (sprzedających pod marką touroperatora) na dzień 31.12.2020 roku: **1**
Liczba oddziałów w sieci franczyzowej na dzień 31.12.2020 roku: **0**
Liczba pełnoetatowych pracowników (tylko touroperatora) na dzień 31.12.2020 roku: **8**
Liczba agentów zewnętrznych (aktywnych) i zmiana procentowa wobec 2019 roku: **2928, -5%**
Udział poszczególnych kanałów w sprzedaży całkowitej (udział procentowy):
a) własny stacjonarny: **5%**
b) własny internetowy: **50%**
c) zewnętrzny stacjonarny: **0%**
d) zewnętrzny internetowy: **45%**

IV STRUKTURA PRODUKTOWA

Jaką część w całkowitej sprzedaży imprez turystycznych w 2020 roku stanowiły (wraz ze zmianą procentową wobec 2019 roku):
a) imprezy czarterowe: **99%**
b) oparte o regularne linie lotnicze: **0**
c) z dojazdem własnym: **1%**
Średnia cena imprezy turystycznej na osobę i zmiana procentowa wobec 2019 roku: **975 zł/os**
Jaki był procentowy udział kierunków egzotycznych w ofercie w 2020 roku i jak to się procentowo zmieniło wobec 2019 roku?: **0%**

V DANE PROGNOZOWANE

Wyniki sprzedaży za I kwartał 2021 (tylko z działalności wynikającej z organizacji imprez turystycznych): **350 000**
Planowana liczba klientów do końca roku obrotowego 2021 (tylko z działalności wynikającej z organizacji imprez turystycznych): **3 000**
Planowana realizacja produktu w poszczególnych kwartałach w 2021 roku (procentowo):
a) Q1: **10%**
b) Q2: **35%**
c) Q3: **35%**
d) Q4: **20%**

VI SYTUACJA WYNIKAJĄCA Z PANDEMII COVID-19

Źródła wsparcia i kwota dofinansowania (o ile dotyczy): **Polski Fundusz Rozwoju: 360 000 zł**
Liczba klientów, którzy przyjęli voucher do późniejszego wykorzystania: **850**
Liczba klientów, którzy wykorzystali voucher na dzień 30.04.2021 roku: **50**
Cechy charakterystyczne wystawianego vouchera: a) wartość (czy wyższa w stosunku do zapłaconej kwoty, jeśli tak, o ile): **nie – dokładnie taka jak wpłacił klient**

Dane potwierdzone przez: **Janusz Szymański, Prezes Zarządu, OSKAR Sp. z o.o.**

17. FUNCLUB

Pełna nazwa firmy: **Funclub Sp. z o.o.**
Forma prawna: **Sp. z o.o.**
Spółki zależne: **Busclub Sp. z o.o.**
Właściciele (wg KRS) oraz struktura udziałów: **100% udziałów Piotr Sućko**
Zarząd: **Piotr Sućko – Prezes Zarządu**
Adres: **ul. Grunwaldzka 399, 60-173 Poznań**
Strona www: **www.funclub.pl**
Osoba odpowiedzialna za kontakty z siecią sprzedaży: **Lilianna Lesińska**
Rok powstania firmy: **2001**
Kapitał zakładowy: **1 025.000,00**

II WYNIKI ZA 2020 rok

Przyjęty rok obrotowy: **01.01.2020 – 31.12.2020**
Kapitały własne (fundusze własne) na podstawie rachunku zysku i strat z dnia 31.12.2020: **5 148 390,59**

Obroty (przychody) z działalności wynikającej z organizacji imprez turystycznych w 2020 (na podstawie rachunku zysku i strat z dnia 31.12.2020):

5 445 654,32 zł

Zysk (strata) netto za rok 2020 z działalności wynikającej z organizacji imprez turystycznych (na podstawie rachunku zysku i strat z dnia 31.12.2020):

-3 828 688,11 zł

Obroty (przychody) z działalności innej niż wynikająca z organizacji imprez turystycznych w 2020 roku: **347 763,33**
Zysk (-strata) netto za rok 2020 z działalności innej niż

wynikająca z organizacji imprez turystycznych w 2020 roku: **16 584,69**

Wysokość i data wygaśnięcia bieżącej gwarancji ubezpieczeniowej: **831 600 PLN ważność do 16.09.2021 roku**
Grupa, zgodnie z ustawą o usługach turystycznych, według której liczona jest gwarancja ubezpieczeniowa (wys. procentowa): **10**
Firma wystawiająca gwarancję ubezpieczeniową: **Signal Iduna**
Liczba wszystkich wystawianych klientów w 2020 roku (dotyczy danych wynikających z organizacji imprez turystycznych): **9 098 osób**

III STRUKTURA SPRZEDAŻY

Liczba własnych punktów sprzedaży (sprzedających pod marką touroperatora) na dzień 31.12.2020 roku: **8**
Liczba oddziałów w sieci franczyzowej na dzień 31.12.2020 roku: **3**
Liczba pełnoetatowych pracowników (tylko touroperatora) na dzień 31.12.2020 roku: **17**
Liczba agentów zewnętrznych (aktywnych) i zmiana procentowa wobec 2019 roku: **1112 zmiana procentowa 41,78%**
Udział poszczególnych kanałów w sprzedaży całkowitej (udział procentowy):
a) własny stacjonarny: **10%**
b) własny internetowy: **60%**
c) zewnętrzny stacjonarny: **30%**
d) zewnętrzny internetowy: **0%**

IV STRUKTURA PRODUKTOWA

Jaką część w całkowitej sprzedaży imprez turystycznych w 2020 roku stanowiły (wraz ze zmianą procentową wobec 2019 roku):
a) imprezy czarterowe: **100**
b) oparte o regularne linie lotnicze: **0**
c) z dojazdem własnym: **0**
Średnia cena imprezy turystycznej na osobę i zmiana procentowa wobec 2019 roku: **Srednia cena imprezy 687,11zł (bez zmiany procentowej)**
Jaki był procentowy udział kierunków egzotycznych w ofercie w 2020 roku i jak to się procentowo zmieniło wobec 2019 roku?: **Błiski 0. Kierunki egzotyczne to u nas śladowe ilości.**

V DANE PROGNOZOWANE

Wyniki sprzedaży za I kwartał 2021 (tylko z działalności wynikającej z organizacji imprez turystycznych): **0**
Planowana liczba klientów do końca roku obrotowego 2021 (tylko z działalności wynikającej z organizacji imprez turystycznych): **25 000**
Planowana realizacja produktu w poszczególnych kwartałach w 2021 roku (procentowo):
a) Q1: **0%**
b) Q2: **15%**
c) Q3: **65%**
d) Q4: **20%**

VI SYTUACJA WYNIKAJĄCA Z PANDEMII COVID-19

Źródła wsparcia i kwota dofinansowania (o ile dotyczy): **3 500 000 Polski Fundusz Rozwoju**
94 783,69 Powiatowy Urząd Pracy
92 000,00 Wojewódzki Urząd Pracy
Zwolnienia z opłacania składek ZUS
Liczba klientów, którzy przyjęli voucher do późniejszego wykorzystania: **4 106**
Liczba klientów, którzy wykorzystali voucher na dzień 30.04.2021 roku: **780**
Cechy charakterystyczne wystawianego vouchera: a) wartość (czy wyższa w stosunku do zapłaconej kwoty, jeśli tak, o ile): **ta sama wartość i bonus 100 zł na wycieczki weekendowe**

Dane potwierdzone przez: **Arkadiusz Kozłowski, Dyrektor Finansowy Funclub Sp. z o.o.**

BIURA (z potwierdzonym obrotem poniżej 5 mln zł, alfabetycznie)

BIURO USŁUG TURYSTYCZNYCH BUT

Pełna nazwa firmy: **Biuro Usług Turystycznych BUT Sp. z o.o. Spółka komandytowa**
Forma prawna: **Spółka komandytowa**
Spółki zależne: **brak**
Właściciele (wg KRS) oraz struktura udziałów: **Komandytariusz: Krzysztof Mazziński**
Komplementariusz: Biuro Usług Turystycznych BUT Sp. z o.o.
Zarząd: **Krzysztof Mazziński**
Adres: **02-025 Warszawa, ul. Tarczyńska 5/9**
Strona www: **kochamwakacje.pl**
Osoba odpowiedzialna za kontakty z siecią sprzedaży: **Nina Gąsiewska**
Rok powstania firmy: **24 10 2010**
Kapitał zakładowy: **50 000,00**

II WYNIKI ZA 2020 rok
Przyjęty rok obrotowy: **rok kalendarzowy**
Kapitały własne (fundusze własne) na podstawie rachunku zysku i strat z dnia 31.12.2020: **1 546 622,08**

Obroty (przychody) z działalności wynikającej z organizacji imprez turystycznych w 2020 (na podstawie rachunku zysku i strat z dnia 31.12.2020):

3 108 003,66 zł

Zysk (strata) netto za rok 2020 z działalności wynikającej z organizacji imprez turystycznych (na podstawie rachunku zysku i strat z dnia 31.12.2020):

(-) 584 639,68 zł

Obroty (przychody) z działalności innej niż wynikająca z organizacji imprez turystycznych w 2020 roku: 0,00
Zysk (-strata) netto za rok 2020 z działalności innej niż wynikająca z organizacji imprez turystycznych w 2020 roku: **0,00**

Wysokość i data wygaśnięcia bieżącej gwarancji ubezpieczeniowej: **b.d. 16-09-2021**
Grupa, zgodnie z ustawą o usługach turystycznych, według której liczona jest gwarancja ubezpieczeniowa (wys. procentowa): **b.d.**
Firma wystawiająca gwarancję ubezpieczeniową: **AXA UTUR S.A.**
Liczba wszystkich wystanych klientów w 2020 roku (dotyczy danych wynikających z organizacji imprez turystycznych): **1200 os**

III STRUKTURA SPRZEDAŻY
Liczba własnych punktów sprzedaży (sprzedających pod marką touroperatora) na dzień 31.12.2020 roku: **12**
Liczba oddziałów w sieci franczyzowej na dzień 31.12.2020 roku: **1**
Liczba pełnoetatowych pracowników (tylko touroperatora) na dzień 31.12.2020 roku: **5**
Liczba agentów zewnętrznych (aktywnych) i zmiana procentowa wobec 2019 roku: **~ 50%**
Udział poszczególnych kanałów w sprzedaży całkowitej (udział procentowy):
a) własny stacjonarny: 0,5
b) własny internetowy: 77
c) zewnętrzny stacjonarny: 5
d) zewnętrzny internetowy: 17,5

IV STRUKTURA PRODUKTOWA
Jaką część w całkowitej sprzedaży imprez turystycznych w 2020 roku stanowiły (wraz ze zmianą procentową wobec 2019 roku):
a) imprezy czarterowe: w 2019 - 1 impreza, a w 2020 - 0

b) oparte o regularne linie lotnicze: 2019 - 3 imprezy, 2020 - 0
c) z dojazdem własnym 2019- 5% w 2020 -20% tylko Polska
Średnia cena imprezy turystycznej na osobę i zmiana procentowa wobec 2019 roku: **1 899 PLN nie zmieniła się ale, brak imprez zagranicznych w 2020 r. (czyli spadek o ok. 65% wyjazdów wszystkich)**
Jaki był procentowy udział kierunków egzotycznych w ofercie w 2020 roku i jak to się procentowo zmieniło wobec 2019 roku?
W 2019 – 40% całej oferty. W 2020 – 0% egzotyki

V DANE PROGNOZOWANE
Wyniki sprzedaży za I kwartał 2021 (tylko z działalności wynikającej z organizacji imprez turystycznych): **1 050 miejsc**
Planowana liczba klientów do końca roku obrotowego 2021 (tylko z działalności wynikającej z organizacji imprez turystycznych): **7000 miejsc**
Planowana realizacja produktu w poszczególnych kwartałach w 2021 roku (procentowo):
a) Q1: 0%
b) Q2: 0,5%
c) Q3: 99%
d) Q4: 0,5 %

VI SYTUACJA WYNIKAJĄCA Z PANDEMII COVID-19
Źródła wsparcia i kwota dofinansowania (o ile dotyczy): **PFR**
Liczba klientów, którzy przyjęli voucher do późniejszego wykorzystania: **około 50**
Liczba klientów, którzy wykorzystali voucher na dzień 30.04.2021 roku: **20**
Cechy charakterystyczne wystawianego vouchera:
a) wartość (czy wyższa w stosunku do zapłaconej kwoty, jeśli tak, o ile): 120%

Dane potwierdzone przez: **Krzysztof Mazziński, Prezes Zarządu BUT.**

CT POLAND

Pełna nazwa firmy: **CT Poland Sp. z o.o.**
Forma prawna: **Sp. z o.o.**
Spółki zależne: **b.d.**
Właściciele (wg KRS) oraz struktura udziałów: **Cui Ran, Tomasz Jeleń**
Zarząd: **Cui Ran, Tomasz Jeleń**
Adres: **Al. Jana Pawła II 61 lok. 2, 01-031 Warszawa**
Strona www: **ctpoland.com.pl**
Osoba odpowiedzialna za kontakty z siecią sprzedaży: **Jolanta Szotucha**
Rok powstania firmy: **2001**
Kapitał zakładowy: **50 000 zł**

II WYNIKI ZA 2020 rok
Przyjęty rok obrotowy: **01.01.2020 – 31.12.2020**
Kapitały własne (fundusze własne) na podstawie rachunku zysku i strat z dnia 31.12.2020: **5 507 202 zł**

Obroty (przychody) z działalności wynikającej z organizacji imprez turystycznych w 2020 (na podstawie rachunku zysku i strat z dnia 31.12.2020):

1 990 652 zł

Zysk (strata) netto za rok 2020 z działalności wynikającej z organizacji imprez turystycznych (na podstawie rachunku zysku i strat z dnia 31.12.2020):

634 358 zł

Obroty (przychody) z działalności innej niż wynikająca z organizacji imprez turystycznych w 2020 roku: 44 913 zł
Zysk (-strata) netto za rok 2020 z działalności innej niż wynikająca z organizacji imprez turystycznych w 2020 roku: **b.d.**
Wysokość i data wygaśnięcia bieżącej gwarancji ubezpieczeniowej: **375 000 zł, 28.02.2022**
Grupa, zgodnie z ustawą o usługach turystycznych, według której liczona jest gwarancja ubezpieczeniowa (wys. procentowa): **15%**
Firma wystawiająca gwarancję ubezpieczeniową: **Signal-Iduna Polska Towarzystwo Ubezpieczeń S.A.**
Liczba wszystkich wystanych klientów w 2020 roku (dotyczy danych wynikających z organizacji imprez turystycznych): **108**

III STRUKTURA SPRZEDAŻY

Liczba własnych punktów sprzedaży (sprzedających pod marką touroperatora) na dzień 31.12.2020 roku: **1**
Liczba oddziałów w sieci franczyzowej na dzień 31.12.2020 roku: **0**
Liczba pełnoetatowych pracowników (tylko touroperatora) na dzień 31.12.2020 roku: **10**
Liczba agentów zewnętrznych (aktywnych) i zmiana procentowa wobec 2019 roku: **500**
Udział poszczególnych kanałów w sprzedaży całkowitej (udział procentowy): **b.d.**

IV STRUKTURA PRODUKTOWA

Jaką część w całkowitej sprzedaży imprez turystycznych w 2020 roku stanowiły (wraz ze zmianą procentową wobec 2019 roku):
a) imprezy czarterowe: 0%
b) oparte o regularne linie lotnicze: 100%
c) z dojazdem własnym 0%
Średnia cena imprezy turystycznej na osobę i zmiana procentowa wobec 2019 roku: **b.d.**
Jaki był procentowy udział kierunków egzotycznych w ofercie w 2020 roku i jak to się procentowo zmieniło wobec 2019 roku?: **100%**

V DANE PROGNOZOWANE

Wyniki sprzedaży za I kwartał 2021 (tylko z działalności wynikającej z organizacji imprez turystycznych): **b.d.**
Planowana liczba Klientów do końca roku obrotowego 2021 (tylko z działalności wynikającej z organizacji imprez turystycznych): **b.d.**
Planowana realizacja produktu w poszczególnych kwartałach w 2021 roku (procentowo): **b.d.**

VI SYTUACJA WYNIKAJĄCA Z PANDEMII COVID-19

Źródła wsparcia i kwota dofinansowania (o ile dotyczy): **Polski Fundusz Rozwoju S.A., Urząd Pracy m.st. Warszawy, Województwo Mazowieckie, zwolnienia ze składek na ZUS**
Liczba klientów, którzy przyjęli voucher do późniejszego wykorzystania: **Nie korzystaliśmy z voucherów**

Dane potwierdzone przez: **Tomasz Jeleń, Wiceprezes Zarządu. Podstawa formalna informacji finansowych podanych w ankiecie: Zeznanie podatkowe CIT-8 za rok 2020.**

LOGOS TRAVEL

Pełna nazwa firmy: **Logos Travel Marek Śliwka spółka jawna**
Forma prawna: **Spółka Jawna**
Spółki zależne: **brak**
Właściciele (wg KRS) oraz struktura udziałów: **Marek Śliwka 90%**
Magdalena Śliwka-Podworska 10%

Zarząd: **b.d.**
Adres: **ul. Mickiewicza 28, 60-836 Poznań**
Strona www: **www.wyprawy.pl**
Osoba odpowiedzialna za kontakty z siecią sprzedaży: **Alicja Miszkiewicz-Sliwka**
Rok powstania firmy: **1995**
Kapitał zakładowy: **b.d.**

II WYNIKI ZA 2020 rok
Przyjęty rok obrotowy: **01.01.2020–31.12.2020**
Kapitały własne (fundusze własne) na podstawie rachunku zysku i strat z dnia 31.12.2020: **10 552 603,83 PLN**

Obroty (przychody) z działalności wynikającej z organizacji imprez turystycznych w 2020 (na podstawie rachunku zysku i strat z dnia 31.12.2020):

2 295 237,41 zł

Zysk (strata) netto za rok 2020 z działalności wynikającej z organizacji imprez turystycznych (na podstawie rachunku zysku i strat z dnia 31.12.2020):

(-) 163 015,86 zł

Obroty (przychody) z działalności innej niż wynikająca z organizacji imprez turystycznych w 2020 roku: b.d.
Zysk (-strata) netto za rok 2020 z działalności innej niż wynikająca z organizacji imprez turystycznych w 2020 roku: **b.d.**
Wysokość i data wygaśnięcia bieżącej gwarancji ubezpieczeniowej: **2 500 000 pln do 25.01.2022r.**

Grupa, zgodnie z ustawą o usługach turystycznych, według której liczona jest gwarancja ubezpieczeniowa (wys. procentowa): **17%**
Firma wystawiająca gwarancję ubezpieczeniową: **TU EUROPA S.A.**
Liczba wszystkich wystanych klientów w 2020 roku (dotyczy danych wynikających z organizacji imprez turystycznych): **199 os.**

III STRUKTURA SPRZEDAŻY

Liczba własnych punktów sprzedaży (sprzedających pod marką touroperatora) na dzień 31.12.2020 roku: **Siedziba firmy.**
Liczba oddziałów w sieci franczyzowej na dzień 31.12.2020 roku: **brak**
Liczba pełnoetatowych pracowników (tylko touroperatora) na dzień 31.12.2020 roku: **16**
Liczba agentów zewnętrznych (aktywnych) i zmiana procentowa wobec 2019 roku: **1570 spadek 5%**
Udział poszczególnych kanałów w sprzedaży całkowitej (udział procentowy):
a) własny stacjonarny: 40%
b) własny internetowy: 40%
c) zewnętrzny stacjonarny: 20%
d) zewnętrzny internetowy: 0%

IV STRUKTURA PRODUKTOWA

Jaką część w całkowitej sprzedaży imprez turystycznych w 2020 roku stanowiły (wraz ze zmianą procentową wobec 2019 roku):
a) imprezy czarterowe: b) oparte o regularne linie lotnicze: 100%
c) z dojazdem własnym
Średnia cena imprezy turystycznej na osobę i zmiana procentowa wobec 2019 roku: **7 400 PLN + 1 195 USD spadek ceny 5%**
Jaki był procentowy udział kierunków egzotycznych w ofercie w 2020 roku i jak to się procentowo zmieniło wobec 2019 roku?
Kierunki egzotyczne to 100% oferty naszego biura.

V DANE PROGNOZOWANE

Wyniki sprzedaży za I kwartał 2021 (tylko z działalności wynikającej z organizacji imprez turystycznych): **-197 185,54 PLN**
Planowana liczba klientów do końca roku obrotowego 2021 (tylko z działalności wynikającej z organizacji imprez turystycznych): **1 000 os.**

Planowana realizacja produktu w poszczególnych kwartałach w 2021 roku (procentowo):

- a) Q1: 4%
- b) Q2: 25%
- c) Q3: 30%
- d) Q4: 41%

VI SYTUACJA WYNIKAJĄCA Z PANDEMII COVID-19

Źródła wsparcia i kwota dofinansowania (o ile dotyczy):

- Subwencja PFR 347 773,84 pln
 - Subwencja PFR 975 972,00 pln
 - Urząd Pracy Poznań, dofinansowanie wynagrodzeń pracowników 17 775,46 pln
 - ZUS zwolnienie 50% składek za miesiąc 03, 04 05/2020 14 103,75 pln
 - ZUS zwolnienie składek za 07, 08, 09/2020 38 831,78 pln
 - ZUS zwolnienie ze składek za 12/2020 oraz 01/2021 26 415,07 pln
- Liczba klientów, którzy przyjęli voucher do późniejszego wykorzystania: **50os.**
 Liczba klientów, którzy wykorzystali voucher na dzień 30.04.2021 roku: **7os.**
 Cechy charakterystyczne wystawianego vouchera:
 a) wartość (czy wyższa w stosunku do zapłaconej kwoty, jeśli tak, o ile):
Voucher wystawiony na kwotę wpłaconą przez klienta.

Dane potwierdzone przez: Marek Śliwka, Logos Travel - spółka jawna.

MOUZENIDIS TRAVEL

Pełna nazwa firmy: **Mouzenidis Travel**
 Forma prawna: **Sp. z o.o.**
 Spółki zależne: **brak**
 Właściciele (wg KRS) oraz struktura udziałów: **b.d.**
 Zarząd: **Georgios Vafidis, Beniamin Vafidis**
 Adres: **ul. Piłcocka 5a**
 Strona www: **www.mzt.pl**
 Osoba odpowiedzialna za kontakty z siecią sprzedaży: **Georgios Vafidis, g.vafidis@mzt.pl**
 Rok powstania firmy: **b.d.**
 Kapitał zakładowy: **510 000 PLN**

II WYNIKI ZA 2020 rok
 Przyjęty rok obrotowy: **2020**
 Kapitały własne (fundusze własne) na podstawie rachunku zysku i strat z dnia 31.12.2020: **836 858,08**

Obroty (przychody) z działalności wynikającej z organizacji imprez turystycznych w 2020 (na podstawie rachunku zysku i strat z dnia 31.12.2020):

2 063 197,24 zł

Zysk (strata) netto za rok 2020 z działalności wynikającej z organizacji imprez turystycznych (na podstawie rachunku zysku i strat z dnia 31.12.2020):

504 028,66 zł

Obroty (przychody) z działalności innej niż wynikająca z organizacji imprez turystycznych w 2020 roku: **112 782**

Zysk (-strata) netto za rok 2020 z działalności innej niż wynikająca z organizacji imprez turystycznych w 2020 roku: **b.d.**

Wysokość i data wygaśnięcia bieżącej gwarancji ubezpieczeniowej:
840 000 PLN, 30.11.2021 r.

Grupa, zgodnie z ustawą o usługach turystycznych, według której liczona jest gwarancja ubezpieczeniowa (wys. procentowa): **12 proc.**

Firma wystawiająca gwarancję ubezpieczeniową: **Signal Iduna**
 Liczba wszystkich wystawianych Klientów w 2020 roku (dotyczy danych wynikających z organizacji imprez turystycznych): **1350**

III STRUKTURA SPRZEDAŻY

Liczba własnych punktów sprzedaży (sprzedających pod marką touroperatora) na dzień 31.12.2020 roku: **2**
 Liczba oddziałów w sieci franczyzowej na dzień 31.12.2020 roku: **brak**
 Liczba pełnoetatowych pracowników (tylko touroperatora) na dzień 31.12.2020 roku: **5**
 Liczba agentów zewnętrznych (aktywnych) i zmiana procentowa wobec 2019 roku: **2200**
 Udział poszczególnych kanałów w sprzedaży całkowitej (udział procentowy):
a) własny stacjonarny: 2%
b) własny internetowy: 3%
c) zewnętrzny stacjonarny: 45%
d) zewnętrzny internetowy: 50%

IV STRUKTURA PRODUKTYWNA

Jaką część w całkowitej sprzedaży imprez turystycznych w 2020 roku stanowiły (wraz ze zmianą procentową wobec 2019 roku):
a) imprezy czarterowe: 0%
b) oparte o regularne linie lotnicze: 95%
c) z dojazdem własnym 5%
 Średnia cena imprezy turystycznej na osobę i zmiana procentowa wobec 2019 roku:
1 968 PLN, 2,5% taniej niż 2019
 Jaki był procentowy udział kierunków egzotycznych w ofercie w 2020 roku i jak to się procentowo zmieniło wobec 2019 roku?: **0%**

V DANE PROGNOZOWANE

Wyniki sprzedaży za I kwartał 2021 (tylko z działalności wynikającej z organizacji imprez turystycznych):
1 025 000
 Planowana liczba klientów do końca roku obrotowego 2021 (tylko z działalności wynikającej z organizacji imprez turystycznych): **8 000 PAX**
 Planowana realizacja produktu w poszczególnych kwartałach w 2021 roku (procentowo):
a) Q1: 0%
b) Q2: 15%
c) Q3: 70%
d) Q4: 15%

VI SYTUACJA WYNIKAJĄCA Z PANDEMII COVID-19

Źródła wsparcia i kwota dofinansowania (o ile dotyczy): **b.d.**
 Liczba klientów, którzy przyjęli voucher do późniejszego wykorzystania: **b.d.**
 Liczba klientów, którzy wykorzystali voucher na dzień 30.04.2021 roku: **b.d.**
 Cechy charakterystyczne wystawianego vouchera:
 a) wartość (czy wyższa w stosunku do zapłaconej kwoty, jeśli tak, o ile): **b.d.**

Dane potwierdzone przez: Georgios Vafidis, Mouzenidis Travel

ORKA TRAVEL

Pełna nazwa firmy: **Orka Travel Sp. z o.o.**
 Forma prawna: **Sp. z o.o.**
 Spółki zależne: **Brak**
 Właściciele (wg KRS) oraz struktura udziałów: **Krajowe osoby fizyczne 100% udziałów**
 Zarząd: **Prezes Zarządu Dagmara Wolanin**
 Adres: **ul. Saska 7E, 03-968 Warszawa**
 Strona www: **www.orkatravel.pl**
 Osoba odpowiedzialna za kontakty z siecią sprzedaży: **Dagmara Wolanin**
 Rok powstania firmy: **2004**
 Kapitał zakładowy: **50 000,00**

II WYNIKI ZA 2020 rok
 Przyjęty rok obrotowy: **2020**
 Kapitały własne (fundusze własne) na podstawie rachunku zysku i strat z dnia 31.12.2020: **1 269 617,25**
Obroty (przychody) z działalności wynikającej z organizacji imprez turystycznych w 2020 (na podstawie rachunku zysku i strat z dnia 31.12.2020):

342 829,60 zł

Zysk (strata) netto za rok 2020 z działalności wynikającej z organizacji imprez turystycznych (na podstawie rachunku zysku i strat z dnia 31.12.2020):

142 121,06 zł

Obroty (przychody) z działalności innej niż wynikająca z organizacji imprez turystycznych w 2020 roku: **26 574,87**

Zysk (-strata) netto za rok 2020 z działalności innej niż wynikająca z organizacji imprez turystycznych w 2020 roku: **13 086,89**

Wysokość i data wygaśnięcia bieżącej gwarancji ubezpieczeniowej: **Gwarancja ubezpieczeniowa w wysokości 964 282,00 zł ważna do 31.03.2022**

Grupa, zgodnie z ustawą o usługach turystycznych, według której liczona jest gwarancja ubezpieczeniowa (wys. procentowa): **Grupa I - 17%**

Firma wystawiająca gwarancję ubezpieczeniową: **Signal Iduna TU.S.A.**

Liczba wszystkich wystawianych Klientów w 2020 roku (dotyczy danych wynikających z organizacji imprez turystycznych): **98**

III STRUKTURA SPRZEDAŻY

Liczba własnych punktów sprzedaży (sprzedających pod marką touroperatora) na dzień 31.12.2020 roku: **1**
 Liczba oddziałów w sieci franczyzowej na dzień 31.12.2020 roku: **Nie dotyczy**
 Liczba pełnoetatowych pracowników (tylko touroperatora) na dzień 31.12.2020 roku: **3 osoby**
 Liczba agentów zewnętrznych (aktywnych) i zmiana procentowa wobec 2019 roku:
1 200 - zmiana 0 % wobec 2019
 Udział poszczególnych kanałów w sprzedaży całkowitej (udział procentowy):
a) własny stacjonarny: 5%
b) własny internetowy: 55%
c) zewnętrzny stacjonarny: 20%
d) zewnętrzny internetowy: 20%

IV STRUKTURA PRODUKTYWNA

Jaką część w całkowitej sprzedaży imprez turystycznych w 2020 roku stanowiły (wraz ze zmianą procentową wobec 2019 roku):
a) imprezy czarterowe: 0% - zmiana - 55% wobec 2019
b) oparte o regularne linie lotnicze: 100% - zmiana + 40% wobec 2019
c) z dojazdem własnym: 0%, - zmiana - 5% wobec 2019
 Średnia cena imprezy turystycznej na osobę i zmiana procentowa wobec 2019 roku:
3 498,26 - zmiana + 60% wobec 2019
28. Jaki był procentowy udział kierunków egzotycznych w ofercie w 2020 roku i jak to się procentowo zmieniło wobec 2019 roku?
30% - zmiana + 15% wobec 2019

Dane potwierdzone przez: Georgios Vafidis, Mouzenidis Travel

V DANE PROGNOZOWANE

Wyniki sprzedaży za I kwartał 2021 (tylko z działalności wynikającej z organizacji imprez turystycznych):
38 186,83
 Planowana liczba klientów do końca roku obrotowego 2021 (tylko z działalności wynikającej z organizacji imprez turystycznych): **200**
 Planowana realizacja produktu w poszczególnych kwartałach w 2021 roku (procentowo):
a) Q1: 10%
b) Q2: 5%
c) Q3: 60%
d) Q4: 25%

VI SYTUACJA WYNIKAJĄCA Z PANDEMII COVID-19

Źródła wsparcia i kwota dofinansowania (o ile dotyczy):
- 3 412,71 zwolnienie ze składek ZUS,
- 108 000,00 zaliczka PFR,
- 5 000,00 pożyczka warunkowa,

- 3 778,45 zwolnienie ze składek ZUS,
- 3 372,08 zwolnienie ze składek ZUS,
- 3 137,83 zwolnienie ze składek ZUS,
- 3 778,46 zwolnienie ze składek ZUS,
- 3 778,46 zwolnienie ze składek ZUS,
- 108 000,00 zaliczka PFR,
- 12 000,00 dopłaty do wynagrodzeń,
 Liczba klientów, którzy przyjęli voucher do późniejszego wykorzystania: **0**
 Liczba klientów, którzy wykorzystali voucher na dzień 30.04.2021 roku: **0**
 Cechy charakterystyczne wystawianego vouchera:
 a) wartość (czy wyższa w stosunku do zapłaconej kwoty, jeśli tak, o ile):
Nie dotyczy

Dane potwierdzone przez: Ewa Kleszcowska, główna księgowa Orka Travel Sp. z o.o.

PREMIO TRAVEL

Pełna Nazwa Firmy: **Premio Travel**
 Forma Prawna: **Sp. z o.o.**
 Spółki Zależne: **brak**
 Właściciele (Wg Krs) Oraz Struktura Udziałów: **Premio Travel Group B.V.**
 Zarząd: **Martin Paschinger**
 Adres: **Świętokrzyska 18/20, 00-052 Warszawa**
 Strona www: **www.Premiotravel.pl**
 Osoba odpowiedzialna za kontakty z siecią sprzedaży: **Alina Dybaś-Grabowska**
 Rok powstania Firmy: **2009**
 Kapitał zakładowy: **320 000,00 Pln**

II Wyniki za 2020 rok
 Przyjęty Rok Obrotowy: **2020**
 Kapitały własne (fundusze własne) na podstawie rachunku zysku i strat z dnia 31.12.2020: **130 398,28 PLN**

Obroty (przychody) z działalności wynikającej z organizacji imprez turystycznych w 2020 (na podstawie rachunku zysku i strat z dnia 31.12.2020):

930 690,77 zł

Zysk (strata) netto za rok 2020 z działalności wynikającej z organizacji imprez turystycznych (na podstawie rachunku zysku i strat z dnia 31.12.2020):

163 227,85 zł

Obroty (przychody) z działalności innej niż wynikająca z organizacji imprez turystycznych w 2020 roku: **217 152,68 PLN**

Zysk (-strata) netto za rok 2020 z działalności innej niż wynikająca z organizacji imprez turystycznych w 2020 roku: **- 559 428,71 PLN**

Wysokość i data wygaśnięcia bieżącej gwarancji ubezpieczeniowej:
676 800,02 PLN 2022-01-09

Grupa, zgodnie z ustawą o usługach turystycznych, według której liczona jest gwarancja ubezpieczeniowa (wys. procentowa): **79.12 Z**

Firma wystawiająca gwarancję ubezpieczeniową: **UNIQA Towarzystwo Ubezpieczeń S.A. (Gwarancja wydana jeszcze przez AXA)**

Liczba wszystkich wystawianych Klientów w 2020 roku (dotyczy danych wynikających z organizacji imprez turystycznych): **300**

III Struktura Sprzedaży

Liczba własnych punktów sprzedaży (sprzedających pod marką touroperatora) na dzień 31.12.2020 roku: **1**
 Liczba oddziałów w sieci franczyzowej na dzień 31.12.2020 roku: **0**
 Liczba pełnoetatowych pracowników (tylko touroperatora) na dzień 31.12.2020 roku: **2**
 Liczba agentów zewnętrznych (aktywnych) i zmiana procentowa wobec 2019 roku: **ok 700**

173 612,00 zł

Obroty (przychody) z działalności innej niż wynikająca z organizacji imprez turystycznych w 2020 roku: **b.d.**
 Zysk (-strata) netto za rok 2020 z działalności innej niż wynikająca z organizacji imprez turystycznych w 2020 roku: **b.d.**
 Wysokość i data wygaśnięcia bieżącej gwarancji ubezpieczeniowej: **1 560 000 zł, 27.10.2020 r. 383 139 zł 27.10.2021 r.**
 Grupa, zgodnie z ustawą o usługach turystycznych, według której liczona jest gwarancja ubezpieczeniowa (wys. procentowa): **b.d.**
 Firma wystawiająca gwarancję ubezpieczeniową: **AXA UTUIR S.A**
 Liczba wszystkich wystanych Klientów w 2020 roku (dotyczy danych wynikających z organizacji imprez turystycznych): **2047**

III STRUKTURA SPRZEDAŻY

Liczba własnych punktów sprzedaży (sprzedających pod marką touroperatora) na dzień 31.12.2020 roku: **0**
 Liczba oddziałów w sieci franczyzowej na dzień 31.12.2020 roku: **0**
 Liczba pełnoetatowych pracowników (tylko touroperatora) na dzień 31.12.2020 roku: **0**
 Liczba agentów zewnętrznych (aktywnych) i zmiana procentowa wobec 2019 roku: **0**
 Udział poszczególnych kanałów w sprzedaży całkowitej (udział procentowy):
a) własny stacjonarny: 0%
b) własny internetowy: 100%
c) zewnętrzny stacjonarny: 0%
d) zewnętrzny internetowy: 0%

IV STRUKTURA PRODUKTOWA

Jaką część w całkowitej sprzedaży imprez turystycznych w 2020 roku stanowiły (wraz ze zmianą procentową wobec 2019 roku):
a) imprezy czarterowe: 25% (+50%)
b) oparte o regularne linie lotnicze: 0% (-100%)
c) z dojazdem własnym 0% (-100%)
 Średnia cena imprezy turystycznej na osobę i zmiana procentowa wobec 2019 roku: **1500 zł (bez zmian)**
 Jaki był procentowy udział kierunków egzotycznych w ofercie w 2020 roku i jak to się procentowo zmieniło wobec 2019 roku?: **0% (-100%)**

V DANE PROGNOZOWANE

Wyniki sprzedaży za I kwartał 2021 (tylko z działalności wynikającej z organizacji imprez turystycznych): **b.d.**
 Planowana liczba Klientów do końca roku obrotowego 2021 (tylko z działalności wynikającej z organizacji imprez turystycznych): **10 000**
 Planowana realizacja produktu w poszczególnych kwartałach w 2021 roku (procentowo): **Nie dotyczy**
a) Q1: 5%
b) Q2: 15%
c) Q3: 70%
d) Q4: 10%

VI SYTUACJA WYNIKAJĄCA Z PANDEMII COVID-19

Źródła wsparcia i kwota dofinansowania (o ile dotyczy):
ZUS – 18 129,07 zł
Pożyczka 5 000 zł
 Liczba Klientów, którzy przyjęli voucher do późniejszego wykorzystania: **410 os**
 Liczba Klientów, którzy wykorzystali voucher na dzień 30.04.2021 roku: **52 wykorzystane wouchery**
 Cechy charakterystyczne wystawianego vouchera:
a) wartość (czy wyższa w stosunku do zapłaconej kwoty, jeśli tak, o ile):
wyjazdy letnie voucher + 50 zł
wyjazdy majówkowe voucher równoważność wpłaconej kwoty

Dane potwierdzone przez: Kamil Sylwestrzak, Student Travel

INNE BIURA (bez wyników finansowych, alfabetycznie)

ETI

Pełna nazwa firmy: **ETI Sp. z o.o.**
 Forma prawna: **Sp. z o.o.**
 Spółki zależne: **Brak**
 Właściciele (wg KRS) oraz struktura udziałów: **Mohamed Samir Sayed Abdelfatah**
 Zarząd: **Mohamed Samir Sayed Abdelfatah, Martin Hafner**
 Adres: **Al. Jerozolimskie 123a, 02-017 Warszawa**
 Strona www: **www.eti-podroze.pl**
 Osoba odpowiedzialna za kontakty z siecią sprzedaży: **Grzegorz Karolewski**
 Rok powstania firmy: **2017**
 Kapitał zakładowy: **88 000 PLN**

II WYNIKI ZA 2020 rok

Przyjęty rok obrotowy: **01.01.2020–31.12.2020**
 Kapitały własne (fundusze własne) na podstawie rachunku zysku i strat z dnia 31.12.2020: **b.d.**

Obroty (przychody) z działalności wynikającej z organizacji imprez turystycznych w 2020 (na podstawie rachunku zysku i strat z dnia 31.12.2020):

b.d.

Zysk (strata) netto za rok 2020 z działalności wynikającej z organizacji imprez turystycznych (na podstawie rachunku zysku i strat z dnia 31.12.2020):

b.d.

Obroty (przychody) z działalności innej niż wynikająca z organizacji imprez turystycznych w 2020 roku: **b.d.**

Zysk (-strata) netto za rok 2020 z działalności innej niż wynikająca z organizacji imprez turystycznych w 2020 roku: **b.d.**

Wysokość i data wygaśnięcia bieżącej gwarancji ubezpieczeniowej: **Wysokość 994 600,15 PLN ważne do 31.12.2021 r**

Grupa, zgodnie z ustawą o usługach turystycznych, według której liczona jest gwarancja ubezpieczeniowa (wys. procentowa): **12%**

Firma wystawiająca gwarancję ubezpieczeniową: **HanseMerkur Reiseversicherung AG**

Liczba wszystkich wystanych Klientów w 2020 roku (dotyczy danych wynikających z organizacji imprez turystycznych): **3462**

III STRUKTURA SPRZEDAŻY

Liczba własnych punktów sprzedaży (sprzedających pod marką touroperatora) na dzień 31.12.2020 roku: **b.d.**
 Liczba oddziałów w sieci franczyzowej na dzień 31.12.2020 roku: **0**
 Liczba pełnoetatowych pracowników (tylko touroperatora) na dzień 31.12.2020 roku: **8**
 Liczba agentów zewnętrznych (aktywnych) i zmiana procentowa wobec 2019 roku: **1455**
 Udział poszczególnych kanałów w sprzedaży całkowitej (udział procentowy):

a) własny stacjonarny: 0%
b) własny internetowy: 5,64%
c) zewnętrzny stacjonarny: 51,39%
d) zewnętrzny internetowy: 42,97%

IV STRUKTURA PRODUKTOWA

Jaką część w całkowitej sprzedaży imprez turystycznych w 2020 roku stanowiły (wraz ze zmianą procentową wobec 2019 roku):

a) imprezy czarterowe: 100%
b) oparte o regularne linie lotnicze: 0%
c) z dojazdem własnym: 0%

Średnia cena imprezy turystycznej na osobę i zmiana procentowa wobec 2019 roku: **2100 PLN zmiana około -6%**

Jaki był procentowy udział kierunków egzotycznych w ofercie w 2020 roku i jak to się procentowo zmieniło wobec 2019 roku? **W ofercie mamy tylko Egipt.**

V DANE PROGNOZOWANE

Wyniki sprzedaży za I kwartał 2021 (tylko z działalności wynikającej z organizacji imprez turystycznych):

350 PAX, 735 000 PLN brutto obrotu
 Planowana liczba Klientów do końca roku obrotowego 2021 (tylko z działalności wynikającej z organizacji imprez turystycznych): **7 000**
 Planowana realizacja produktu w poszczególnych kwartałach w 2021 roku (procentowo):
a) Q1: 5%
b) Q2: 25%
c) Q3: 35%
d) Q4: 35%

VI SYTUACJA WYNIKAJĄCA Z PANDEMII COVID-19

Źródła wsparcia i kwota dofinansowania (o ile dotyczy):

- Prezes Zakładu Ubezpieczeń Społecznych**
27 887,26 PLN – 28.04.2020 r
9 428,07 PLN – 20.06.2020 r.
20 064,02 PLN – 20.09.2020 r.
26 992,09 PLN – 13.01.2021 r.
17 621,09 PLN – 13.01.2021 r.
24 191,45 PLN – 13.01.2021 r.
- Polski Fundusz Rozwoju S.A.**
3 500 000 PLN – 01.06.2020 r.
- Marszałek Mazowiecki**
62 268,63 PLN – 14.12.2020 r.
- Dyrektor Wojewódzkiego Urzędu Pracy w Warszawie**
42 000 PLN – 26.04.2021 r.

Liczba Klientów, którzy przyjęli voucher do późniejszego wykorzystania: **228 rezerwacji**

Liczba Klientów, którzy wykorzystali voucher na dzień 30.04.2021 roku: **83 rezerwacje**

Cechy charakterystyczne wystawianego vouchera:
a) wartość (czy wyższa w stosunku do zapłaconej kwoty, jeśli tak, o ile): **Tak o 20%**

Dane potwierdzone przez: Grzegorz Karolewski, Commercial Director ETI Sp. z o.o.

NEKERA

Pełna nazwa firmy: **Nekera Sp. z o.o.**
 Forma prawna: **Sp. z o.o.**
 Spółki zależne: **Brak**
 Właściciele (wg KRS) oraz struktura udziałów: **XSTAR Sp. z o.o. 75%**
Maciej Nykiel 25%
 Zarząd: **Maciej Nykiel, Prezes Zarządu**
 Adres: **Warszawa, ul. Nowogrodzka 49**
 Strona www: **www.nekera.pl**
 Osoba odpowiedzialna za kontakty z siecią sprzedaży: **Artur Rezner, Dyrektor Handlowy**
 Rok powstania firmy: **2019**
 Kapitał zakładowy: **1 500 000 PLN**

II WYNIKI ZA 2020 rok

Przyjęty rok obrotowy: **11.2019 – 12.2020**
 Kapitały własne (fundusze własne) na podstawie rachunku zysku i strat z dnia 31.12.2020:
1 500 000 PLN

Obroty (przychody) z działalności wynikającej z organizacji imprez turystycznych w 2020 (na podstawie rachunku zysku i strat z dnia 31.12.2020):

b.d.

Zysk (strata) netto za rok 2020 z działalności wynikającej z organizacji imprez turystycznych (na podstawie rachunku zysku i strat z dnia 31.12.2020):

b.d.

Obroty (przychody) z działalności innej niż wynikająca z organizacji imprez turystycznych w 2020 roku: **b.d.**

Zysk (-strata) netto za rok 2020 z działalności innej niż wynikająca z organizacji imprez turystycznych w 2020 roku: **b.d.**

Wysokość i data wygaśnięcia bieżącej gwarancji ubezpieczeniowej: **383.193 zł , 31.12.2021**

Grupa, zgodnie z ustawą o usługach turystycznych, według której liczona jest gwarancja ubezpieczeniowa (wys. procentowa): **b.d.**

Firma wystawiająca gwarancję ubezpieczeniową: **TU Europa SA**
 Liczba wszystkich wystanych Klientów w 2020 roku (dotyczy danych wynikających z organizacji imprez turystycznych): **b.d.**

III STRUKTURA SPRZEDAŻY

Liczba własnych punktów sprzedaży (sprzedających pod marką touroperatora) na dzień 31.12.2020 roku: **1**

Liczba oddziałów w sieci franczyzowej na dzień 31.12.2020 roku: **48**

Liczba pełnoetatowych pracowników (tylko touroperatora) na dzień 31.12.2020 roku: **b.d.**

Liczba agentów zewnętrznych (aktywnych) i zmiana procentowa wobec 2019 roku: **1800**

Udział poszczególnych kanałów w sprzedaży całkowitej (udział procentowy): **b.d.**

IV STRUKTURA PRODUKTOWA

Jaką część w całkowitej sprzedaży imprez turystycznych w 2020 roku stanowiły (wraz ze zmianą procentową wobec 2019 roku): **b.d.**

Średnia cena imprezy turystycznej na osobę i zmiana procentowa wobec 2019 roku: **b.d.**

Jaki był procentowy udział kierunków egzotycznych w ofercie w 2020 roku i jak to się procentowo zmieniło wobec 2019 roku?: **b.d.**

V DANE PROGNOZOWANE

Wyniki sprzedaży za I kwartał 2021 (tylko z działalności wynikającej z organizacji imprez turystycznych): **b.d.**

Planowana liczba Klientów do końca roku obrotowego 2021 (tylko z działalności wynikającej z organizacji imprez turystycznych): **b.d.**

Planowana realizacja produktu w poszczególnych kwartałach w 2021 roku (procentowo): **b.d.**

VI SYTUACJA WYNIKAJĄCA Z PANDEMII COVID-19

Źródła wsparcia i kwota dofinansowania (o ile dotyczy): **b.d.**
 Liczba Klientów, którzy przyjęli voucher do późniejszego wykorzystania: **b.d.**

Liczba Klientów, którzy wykorzystali voucher na dzień 30.04.2021 roku: **b.d.**

Cechy charakterystyczne wystawianego vouchera:
a) wartość (czy wyższa w stosunku do zapłaconej kwoty, jeśli tak, o ile): **b.d.**

Dane potwierdzone przez: Maciej Nykiel, Prezes Zarządu Nekera Sp. z o.o.

PROFESJONALNE INFORMACJE NIEZBĘDNE W TWOJEJ PRACY

Czytaj „Wiadomości Turystyczne” w wersji papierowej lub elektronicznej.



+



Poruszamy tematy najważniejsze dla branży turystycznej.

Publikujemy komentarze wiodących touroperatorów, praktyków, opinie specjalistów, analizy ekspertów. Piszemy o prawie, technologiach, biznesie, prezentujemy badania.

Zamów już dzisiaj

www.wiadomosciturystyczne.pl | 22 822 20 16 | prenumerata@2eurosyst.pl

wt

ŁUDZIE, BIZNES
WIEDZA, PRAKTYKA
KOMPETENCJE