



WIADOMOŚCI
TURYSTYCZNE

Ranking 2022 Touroperatorzy

Jeszcze nie pełne
odbicie, ale na pewno
duży skok w górę

POTWIERDZONE DANE ZA ROK 2021

**RANKING 2022
TOUOPERATORZY**

TURYSTYKA WYJAZDOWA
POTWIERDZONE DANE ZA ROK 2021



Ras Al Khaimah z Ecco Holiday

Spokojne wakacje w niepowtarzalnym klimacie

Wysokiej klasy kurorty, spokojne lazurowe wybrzeże i olbrzymie bogactwo skarbów przyrody to przepis na błogie, rodzinne wakacje. Zwiedz z nami ukryty klejnot Zjednoczonych Emiratów Arabskich. Oferujemy wyloty z lotnisk lokalnych i szerokie możliwości indywidualizacji pobytu, dzięki którym Twój czas będzie wypełniony tym, co najbardziej cenisz w udanych wakacjach.



infolinia:

61 67 85 300

eccoholiday.com eccotravel.eu

Świat. Rok niepewności, ale i optymizmu

1.1. CERTYFIKAT COVIDOWY OŻYWIŁ RYNEK

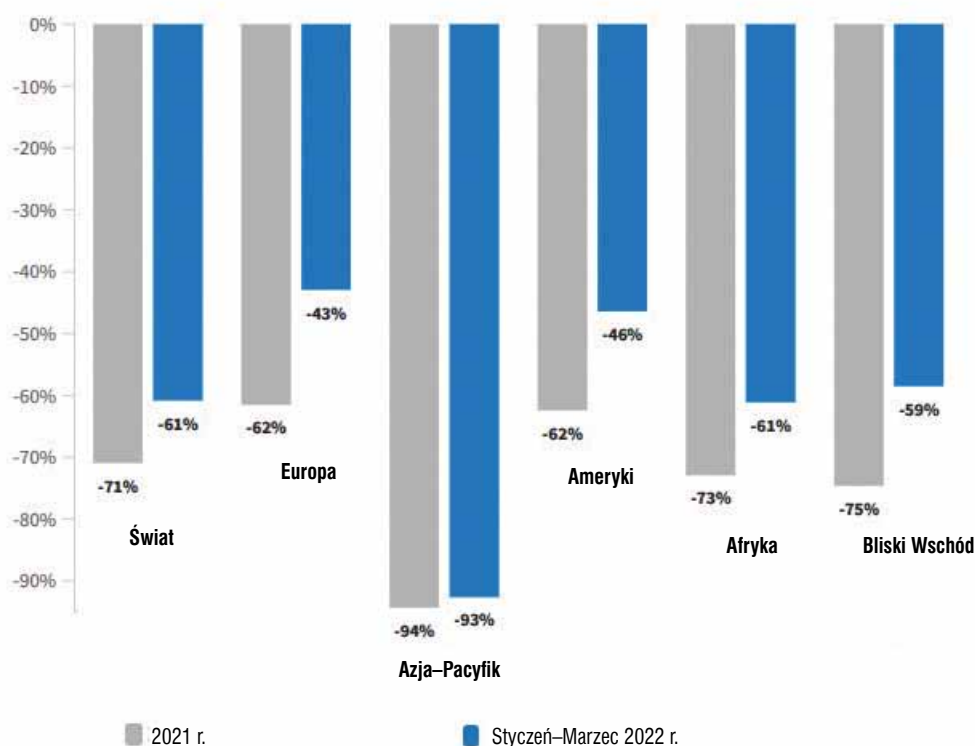
Rok 2021 pokazał, jak ważne jest podróżowanie. Choć wielu decydentów nadal uważa, że turystyka to tylko piękne widoki i drink z pałeczką, w rzeczywistości to bardzo ważna gałąź gospodarki, bez której świat nie może poprawnie funkcjonować. Zakłócone łańcuchy dostaw, problemy z realizacją wielu zadań wymagających spotkań na żywo, czy w końcu problemy natury psychicznej wynikające z braku możliwości odezwania się od codzienności – to wszystko mogliśmy jeszcze obserwować w zeszłym roku. Nie obyło się też bez bardziej optymistycznych momentów

– kiedy tylko zasady wjazdu do jakiegoś kraju były luzowane, natychmiast zapełniał się on przyjezdnymi. Oczywiście, jeszcze nie w ilościach znanych z 2019 roku, do którego cały czas światowa branża turystyczna się odwołuje, i do którego my również w tym opracowaniu będziemy czynić porównania, ale jak na warunki pandemiczne wiele kierunków mogło mówić o turystycznym sukcesie.

Światowa Organizacja Turystyki (UNWTO) podaje, że w zeszłym roku liczba podróży wzrosła o 4 proc. rok do roku. Podczas gdy w 2020 roku było ich 400 mln, to w ubiegłym 415 mln. Różnica do 2019 roku wynio-

śła -72 proc. To nadal bardzo dużo, ale pamiętajmy, że ta wartość odnosi się do rynku turystycznego w ujęciu globalnym. Poszczególne regiony odbijały się po tragicznym 2020 roku w różny sposób. Ożywienie można było obserwować od drugiej połowy zeszłego roku, kiedy do obrotu dopuszczone zostały szczepionki na koronawirusa. To otworzyło możliwości wyjeżdżania osobom, które je przyjęły. W Unii Europejskiej zaczął obowiązywać certyfikat covidowy, który jest zaświadczeniem potwierdzającym przyjęcie szczepionki, przebycie choroby lub uzyskanie negatywnego wyniku testu PCR. Nowe przepisy sprawiły, że liczba

Wielkość ruchu turystycznego w poszczególnych regionach w porównaniu do liczby podróży w 2019 roku



Zródło: Światowa Organizacja Turystyki (UNWTO)

podróży w trzecim i czwartym kwartale roku w porównaniu z tym samym okresem przed pandemią była „już tylko” o 62 proc. niższa niż dwa lata wcześniej. Jesienią uderzył nowy wariant koronawirusa – omikron, który, choć ostatecznie okazał się mniej groźny niż poprzednie mutacje, na początku wywołał popłoch rządzących, co przełożyło się na ponowne przywracanie obostrzeń. Ostatecznie w grudniu liczba podróży była o 65 procent niższa niż w tym samym czasie przed pandemią.

1.2. ŚWIAT W PODZIALE NA REGIONY

Europa była tym regionem, który wraz z Amerykami odnotował najlepsze wyniki w porównaniu z 2020 r. Liczba podróży wzrosła odpowiednio o 19 i 17 proc., ale w obu przypadkach różnica wobec 2019 roku wyniosła -63 proc. Bardziej szczegółowa analiza pokazuje, że najlepsze wyniki odnotowały Karaiby (+63 proc. powyżej 2020 r., ale jeszcze 37 proc. poniżej 2019 r.), a niektóre miejsca docelowe zbliżyły się do poziomów sprzed pandemii lub je przekroczyły. Na drugim miejscu znalazła się Europa południowa śródziemnomorska (+57 proc.), a dalej Ameryka Środkowa (+54 proc.).

Tu spadki wobec 2019 r. wyniosły odpowiednio 54 i 56 proc. Dalsze pozycje należały do Ameryki Północnej (+17 proc.) i Europy Środkowo-Wschodniej (+18 proc.). Afryka odnotowała 12-proc. wzrost przyjazdów w 2021 r. w porównaniu z 2020 r., co oznaczało wynik gorszy wobec tego sprzed dwóch lat o 74 proc. Na Bliskim Wschodzie przyjazdy spadły o 24 proc., jeśli zestawimy wynik z rokiem 2020 i o 79 proc., jeśli z 2019 rokiem. Najgorzej działo się w regionie Azji i Pacyfiku, gdzie liczba podróży była o 65 proc. niższa niż przed rokiem i o 94 proc. poniżej poziomów sprzed pandemii. Było to związane z tym, że wiele miejsc docelowych pozostało zamkniętych dla podróżnych z zagranicy.

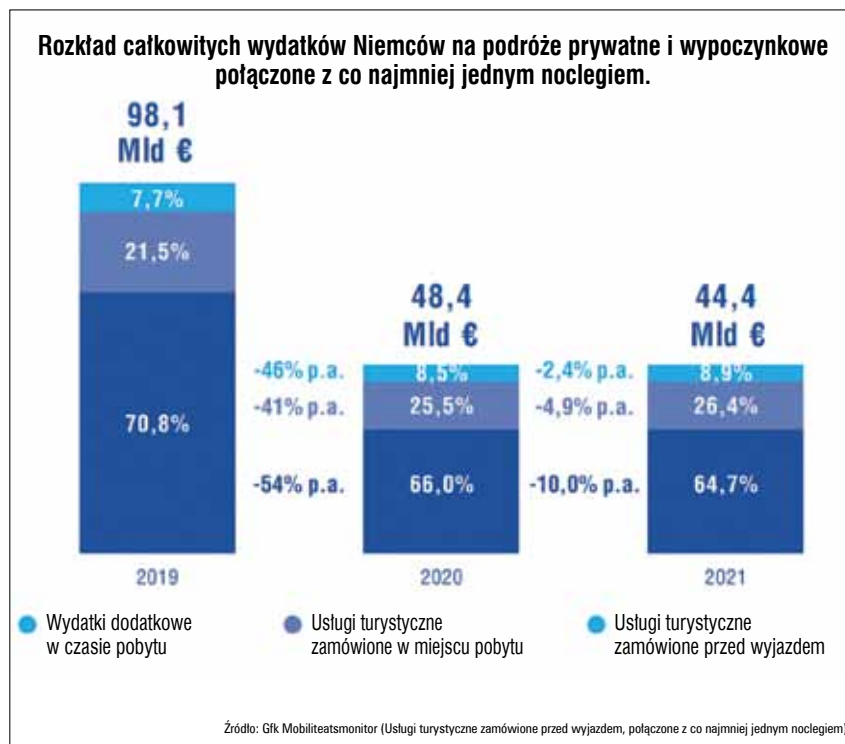
1.3. PRZYCHODY Z TURYSTYKI

Wpływy z turystyki liczone do światowego PKB wyniosły w 2021 r. około 1,9 mln dolarów. Dla porównania, rok wcześniej było to 1,6 bld dolarów, a dwa lata wcześniej 3,5 bld dolarów. Przychody z eksportu usług turystycznych przekroczyły w 2021 r. 700 mld dolarów, co jest nieco lepszym wynikiem w porównaniu z zeszłym rokiem, ale nadal o wiele słabszym niż przed pandemią. Wówczas wyniosły

1,7 bld dolarów. Z szacunków UNWTO wynika ponadto, że średni wydatek na podróż kształtował się na poziomie 1500 dolarów – rok wcześniej było to 1300 dolarów. Wzrost spowodowany był większą gotowością do wydawania wyższych sum pieniędzy, które zaoszczędzone zostały w okresie najbardziej restrykcyjnych przepisów o zamknięciu krajów i gospodarek, ale też wzrostem cen transportu i zakwaterowania. Francja i Belgia odnotowały stosunkowo mniejsze spadki wydatków na turystykę, odpowiednio o 37 i 28 proc. wobec 2019 roku, lepsze wyniki obserwować można było na Bliskim Wschodzie – w Arabii Saudyjskiej (-27 proc.) i w Katarze (-2 proc.).

2.1. RYNEK NIEMIECKI – SŁABIEJ NIŻ PRZED ROKIEM

Zanim wybuchła pandemia koronawirusa, rynek turystyczny w Niemczech rósł z roku na rok. Jak podaje DRV (Deutscher ReiseVerband, odpowiednik Polskiej Izby Turystyki), w 2019 r. nasi zachodni sąsiedzi na podróże wydali 69,5 mld euro. Rok później wskaźnik ten spadł już do 31,9 mld euro, a w 2021 r. wyniósł 28,8 mld euro. Tu należy się kilka słów wyjaśnienia, bo z danych wynika, że pozornie lepszy 2021 r. był w rzeczywistości dla niemieckiej branży słabszy niż poprzedni, mimo że świat zaczął się powoli otwierać. Trzeba pamiętać, że pandemia wybuchła w początkach marca, a kraje zaczęły zamykać się w pierwszej połowie tego miesiąca. Oznacza to, że styczeń i luty były jeszcze okresem normalności. A ponieważ dla Europy to naturalny czas na wyjeżdżanie do dalekich krajów, średnie wydatki na turystykę są w tym czasie wyższe niż latem (w przeliczeniu na osobę). Organizacja pokazuje też, jakie znaczenie turystyka odgrywa w rozwoju gospodarki Niemiec. W kraju istnieje 2,3 tys. biur podróży, a ich udział w rynku turystycznym wynosi ponad 36 proc. Na 55,1 mln wyjazdów zrealizowanych przez tamtejszych podróżnych w zeszłym roku, ponad jedną trzecią stanowiły imprezy zorganizowane. Ponad 50 proc. wyjazdów od touroperatorów zamawianych jest u agentów. W zeszłym roku na jedną osobę śred-



nio przypadało 1,2 podróży, w sumie tych połączonych z co najmniej 5 noclegami było 47,8 mln (rok wcześniej 44,6 mln), a aktywnie w rynku turystycznym uczestniczyło 67,8 proc. mieszkańców kraju. Turystyka daje też zatrudnienie 2,9 mln osób. Analiza struktury rynku pokazuje, że 37 proc. wyjazdów to podróże zorganizowane, zamawiane u touroperatorów lub agencji, co przekłada się na wydatki rzędu 10,7 mld euro. 12 proc. (3,6 mld euro) kupowanych jest na portalach oferujących tylko jeden rodzaj usługi turystycznej (na przykład hotel, przelot, wynajem samochodu), a 51 proc. (14,5 mld euro) bezpośrednio u usługodawcy (na przykład w liniach lotniczych, w hotelu, u przewoźników autokarowych, organizatorów imprez). Warto wspomnieć jeszcze o całkowitych wydatkach Niemców na podróże – w zeszłym roku wyniosły one 44,4 mld euro. Wspomniane 28,8 mld euro dotyczy zakupu przed wyjazdem – to 64,7 proc. wszystkich wydatków.

26,4 proc. przypadło na usługi zarezerwowane już w miejscu docelowym, a 8,9 proc. stanowiły wydatki dodatkowe, zrealizowane w czasie pobytu.

2.2. NIEMIECCY TOUROPERATORZY I AGENCI Z DUŻYMI STRATAMI

Zeszły rok był nadal okresem walki o przeżycie zarówno po stronie agencji, jak i touroperatorów. Z danych DRV wynika, że łączne obroty tych pierwszych wyniosły 7,8 mld euro, tych drugich 10,7 mld euro. Dla porównania, w rekordowym 2019 r. było to odpowiednio 24,6 mld euro oraz 35,4 mld euro.

Raport przygotowany przez niemiecki magazyn branżowy FVW pokazuje zmiany w przychodach największych biur podróży. Największym tourooperatorem jest TUI, na drugim miejscu znajduje się DER Touristik, na trzecim FTI Group, w pierwszej piątce znalazły się też biura Alltours Flugreisen i Schauinsland-Reisen. FVW analizuje

oddzielnie obroty dla obszaru niemieckojęzycznego (DACH: Niemcy, Austria, Szwajcaria) oraz dla samych Niemiec. I tak w roku obrotowym 2020/21 (w Niemczech rok rozliczeniowy obejmuje okres od 1 października do 30 września), TUI w obszarze DACH uzyskał 2,6 mld euro obrotów, co oznacza wzrost rok do roku o 23,8 proc. oraz spadek wobec 2018/2019 o 55,2 proc. Z usług firmy skorzystało 2,7 mln osób (o 17,4 proc. więcej rok do roku i o 63,2 proc. mniej niż dwa lata wcześniej). W przypadku samych Niemiec obroty wyniosły 2,23 mld euro (-56,3 proc. wobec roku 2018/2019), liczba uczestników to 2,3 mln osób. W przypadku DER Touristik obroty doszły do 1,26 mld euro dla regionu DACH i 10,6 mld dla Niemiec, a przy FTI Group było to 1,14 mld łącznie dla Niemiec, Austrii i Szwajcarii (brak danych tylko dla Niemiec). FVW zaznacza, że w przypadku TUI i DER Touristik dane są szacunkowe, bo ten pierwszy podaje informacje zbiorcze dla ca-

Drodzy Agenci, Partnerzy Sun & Fun Holidays,

DZIĘKUJEMY!



Drogie Koleżanki i Koledzy,

serdecznie dziękujemy za kolejny, wspaniały rok i rewelacyjną sprzedaż naszej oferty - Wasze zaangażowanie i wsparcie okazały się, jak zawsze, nieocenione! Dziękujemy za wszystkie telefony, spotkania i wspólne wyjazdy - samych **SunFun & Study Tours było aż 27 i wzięło w nich udział ponad 700 Agentów!**

To był udany rok dla Sun & Fun Holidays, w którym rozszerzyliśmy portfolio o nowy kierunek - Cypr Północny i o nowe hotele, w tym o kolejny, własny obiekt: Sirenes Beach Resort na wyspie Samos. Cieszymy się, że po trudnym czasie pandemii, nasi Klienci na dobre wrócili do podróżowania i w pełni mogą cieszyć się wakacjami.

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

Zarząd i pracownicy

Sun & Fun Holidays



tego regionu centralnego, który obejmuje Niemcy, Austrię, Szwajcarię i Polskę, a w przypadku tego drugiego bilans jeszcze nie został opublikowany w momencie tworzenia raportu.

3. RYNEK BRYTYJSKI

W przypadku rynku brytyjskiego dane nie są tak szczegółowe, jak dla niemieckiego. W momencie pisania niniejszego opracowania nie były jeszcze dostępne pełne zestawienia za cały zeszły rok. Jak wynika z informacji tamtejszego Urzędu Statystycznego, w pierwszych trzech kwartałach 2021 roku Brytyjczycy odbyli 7,8 mln wyjazdów za granicę. Rok wcześniej wskaźnik ten wyniósł 21,02 mln, a w 2019 roku 73,4 mln.

Na potrzeby dalszych analiz trzeba zaznaczyć, że na rynku brytyjskim rok rozliczeniowy zaczyna się 1 kwietnia i trwa do 31 marca. Jak podaje firma badawcza Ibis World, o ile trendy w podróżach zagranicznych w pierwszych trzech kwartałach 2019/2020 były zasadniczo podobne do poprzed-

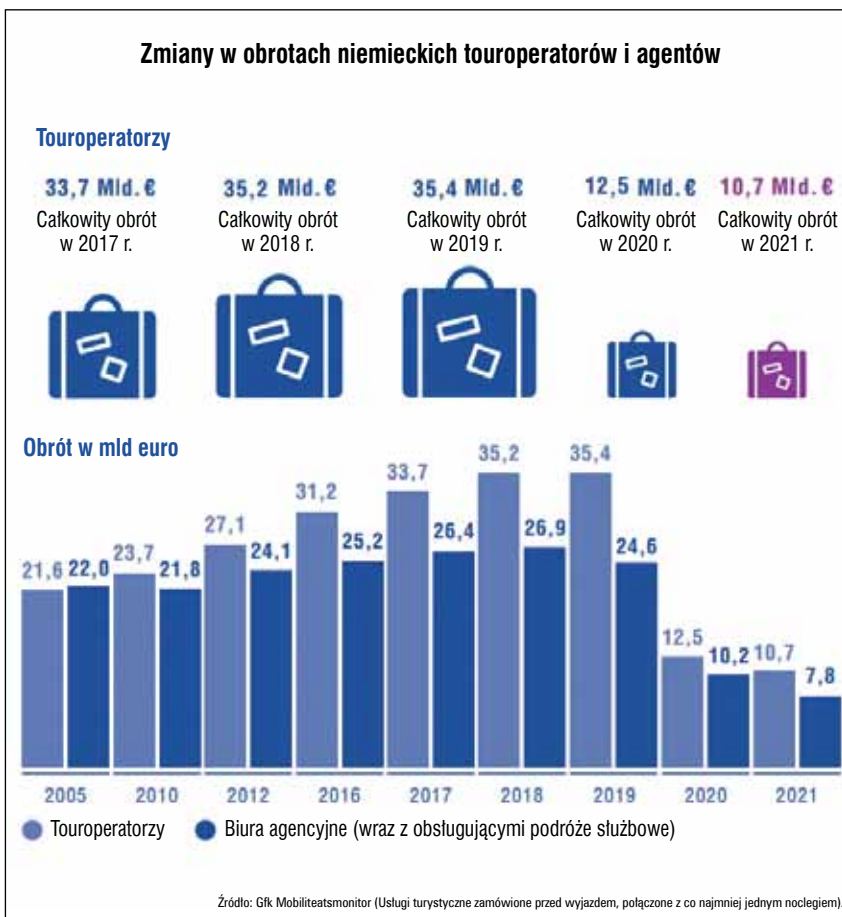
nich dwóch lat, pandemia COVID-19 (koronawirusa) zahamowała rynek podróży w czwartym kwartale (styczeń-marzec) 2019/2020. W związku z tym spadek w czwartym kwartale wywarł negatywny wpływ na całkowitą liczbę wyjazdów turystycznych mieszkańców Wielkiej Brytanii w ciągu roku finansowego, co spowodowało spadek o 3,6 proc. rok do roku. Dalsze rozprzestrzenianie się koronawirusa było przyczyną, dla której rząd Wielkiej Brytanii wprowadził wiele restrykcji, co dalej negatywnie odbiło się na rynku turystycznym. Przyczyną może być obowiązek poddania się dwutygodniowej izolacji dla osób powracających z krajów o wysokim wskaźniku zakażeń koronawirusem. Za takie kraje uznanych było wiele popularnych kierunków turystycznych. Szacunki mówią, że w roku 2020/2021 turystyka wyjazdowa spadła o 87,1 proc.

Więcej światła na rynek brytyjski mogą rzucić raporty najwięk-

szych firm turystycznych. Największym graczem jest TUI UK&Ireland. W bilansie rocznym koncern nie podaje wyników dla poszczególnych krajów, a jedynie zbiorcze dla rynków (stosuje własny podział). Wielka Brytania należy do regionu północnego, który obejmuje też Irlandię i kraje skandynawskie. W roku rozliczeniowym 2020/2021, który w tym wypadku obejmuje okres od 1 października 2020 do 30 września 2021, strata operacyjna wyniosła 965,8 mln euro. Rok wcześniej było to jeszcze -960,9 mln euro. W ramach oszczędności koncern zamknął część swoich salonów sprzedaży, których na koniec okresu rozliczeniowego było 315 (rok wcześniej 355). W analizowanym okresie liczba klientów spadła do 826 tys., co oznacza, że było ich o 66 proc. mniej niż rok wcześniej. Obroty osiągnęły wartość 807,7 mln euro, co oznacza spadek o 67,2 proc.

Warto spojrzeć też na wyniki innego dużego gracza rynkowego Jet2 PLC, do którego należy touroperator Jet2holidays.com i linia lotnicza Jet2.com. W tym przypadku na wyniki za cały rok trzeba jeszcze poczekać, bo okres fiskalny skończył się 31 marca, ale z raportu za pierwsze pół roku, czyli okres od kwietnia do września 2021 roku wynika, że przychody wyniosły 429,6 mln funtów (+43 proc. rok do roku), strata operacyjna 170,4 mln funtów (+53 proc. rok do roku),

Co prawda koncern ogłosi ostateczne wyniki finansowe za zeszły rok, który skończył się 31 marca 2021 r., 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, posilując 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.

4. INTERNETOWE AGENCJE TURYSTYCZNE

O kondycji światowego rynku turystycznego świadczą też wyniki największych agentów internetowych. Chodzi o serwisy typu Booking.com czy Expedia, które zajmują się nie tylko sprzedażą miejsc noclegowych, z czym są przede wszystkim kojarzone, ale też całych pakietów turystycznych. Prezes Booking Holdings, Glenn Fogel, już w czasie zeszłorocznych targów ITB zapowiadał, że Booking.com zajmie się też składaniem pojedynczych usług turystycznych w pakiety. Taką ofertę już od dawna posiada Expedia. Ważnym graczem na światowym rynku turystycznym jest także Airbnb, choć nie zajmuje się turystyką zorganizowaną w rozumieniu działalności touroperatorkiej.

W zeszłym roku przychody Booking Holdings wyniosły 76,6 mld dolarów i były o 116,4 proc. wyższe niż przed rokiem. W przypadku Grupy Expedia było to 72,4 mld dolarów (+97 proc. rok do roku), marża doszła do 11,9 proc. Ze sprawozdania rocznego Airbnb wynika natomiast, że w 2021 roku podróźni zarezerwowali 300,6 mln noclegów i atrakcji o łącznej wartości 46,9 mln dolarów. Oznacza to wzrost o odpowiednio 56 i 96 proc. rok do roku.

5. PERSPEKTYWY NA PRZYSZŁOŚĆ

Ten rok miał być czasem odbicia po pandemii, a branża ma nadzieję, że faktycznie będzie można go zaliczyć do udanych, przynajmniej w Europie i Amerykach. Nadal nie wiadomo, kiedy zostaną poluzowane zasady podróźowania do Azji – na razie w dalszym ciągu nie funkcjonuje rynek chiński, Tajlandia rozważa zniesienie restrykcyjnych zasad wjazdu, co mogłoby pomóc odbudować się po pandemii, a Japonia od 10 czerwca przyjmuje turystów, choć z wieloma ograniczeniami. W Polsce widać, że sprzedaż idzie do przodu, dobre wyniki notują też nie-

mieccy i brytyjscy touroperatorzy, a co za tym idzie, agenci. W niektórych przypadkach wyniki zaczynają przekraczać już te notowane przed pandemią, ale w tym roku całkowitego powrotu do sytuacji z 2019 roku większość się nie spodziewa. Poluzowanie obostrzeń spowodowało, że szczególnie w Wielkiej Brytanii i Niemczech ludzie wrócili do podróźowania, co w połączeniu z brakami kadrowymi – w pandemii wiele osób straciło pracę, przełożyło się na potężne zakłócenia w ruchu lotniczym na tych rynkach. W obu krajach linie lotnicze zmuszone były do odwołania części połączeń, a na Wyspach Brytyjskich sytuacja była na tyle poważna, że tamtejszy Parlament zapowiedział przesłuchania szefów linii lotniczych. Branża domaga się powołania grup zarządzania kryzysowego, albo we własnym zakresie – takie apele pojawiły się w Niemczech, albo we współpracy ze stroną rządową (Wielka Brytania). Na ogólny wynik tego roku wpływ będzie mieć szereg czynników. Po pierwsze wojna w Ukrainie, która może nie przełoży się bezpośrednio na niechęć klientów do podróźowania – do połowy czerwca takiego trendu nie obserwowaliśmy, ale na pewno wpłynie na gospodarkę i stan finansów prywatnych. Szalejąca inflacja, rosnące ceny paliwa lotniczego i energii, a co za tym idzie, wyższe koszty prowadzenia działalności nie tylko biur podróźy, ale też hotelarzy i przewoźników lądowych (np. realizujących transfery z lotniska do hotelu albo wycieczki fakultatywne) nie pozostaną bez wpływu na ceny. To może sprawić, że na koniec roku w księgach rachunkowych wartości po stronie przychodów i obrotów będą wyższe, ale powiększy się też rubryka kosztowa. Choć szefowie największych koncernów szacują, że popyt w sezonie letnim będzie wysoki, są już nieco bardziej umiarkowani w ocenach jesieni/zimy. Czasy w dalszym ciągu są niepewne, a predykcje dotyczące wyniku finansowego trudniejsze niż zazwyczaj. Jedno jest pewne – ludzie, jeśli tylko będą mogli, wyruszą w drogę, bo podróże są już stałym elementem ich życia.



RANKING 2022
TOUROPERATORZY

Wydanie specjalne
Wiadomości Turystycznych
lipiec 2022
ISSN 1731-7452

Wydawca: Jarosław Śleszyński
Eurosystem
02-034 Warszawa, ul. Wawelska 78, lok. 30
tel. (22) 822 20 16
e-mail: wt@wiadomosciturystyczne.pl
www.wiadomosciturystyczne.pl

Tekst: Marzena German,
dr Krzysztof Łopaciński

Reklama: Jagoda Walczak (dyrektor)
Beata Kwiecień, Joanna Mputu Lese

Skład: Studio4you, Teresa Olszewska

„Wiadomości Turystyczne” to specjalistyczny miesięcznik branży turystycznej. Opisuje najważniejsze wydarzenia turystyczne w Polsce i na świecie, gazeta dostarcza aktualnych i rzetelnych informacji z zakresu organizacji pracy, prawa imarketingu. Redakcja przygotowuje również specjalne wydania targowe, dodatki regionalne i tematyczne.

PRENUMERATA:
Zamówienia na prenumeratę przyjmujemy pod nr. tel. (22) 822 20 16,
e-mail: prenumerata@2eurosyst.pl,
www.wiadomosciturystyczne.pl
Zamówienia realizują także: Ruch, Kolporter, Garmond.

Prenumerata standard:
automatycznie odnawialna
12 numerów w cenie 172 PLN;
edukacja: oferta skierowana do uczniów, studentów i pracowników naukowych,
12 numerów w cenie 126 PLN (50% upustu)
terminowa: roczna prenumerata w cenie 184 PLN.

Polska. Sukces oparty na zarządzaniu kryzysem

1. TRUDNY DO OBSŁUŻENIA POPYT

Zeszły rok był jeszcze dla branży turystycznej okresem próby. Pandemia trwała już prawie rok, w dalszym ciągu obowiązywało wiele obostrzeń wyjazdowych. Zimą można było latać do niektórych dalekich krajów, jednak dopiero wprowadzenie na rynek szczepionki na koronawirusa i przystąpienie Polski do projektu paszportu covidowego – oficjalnie zaczął działać 1 lipca 2021 roku, a nasz kraj włączył się w projekt już w czerwcu, rozruszało nieco rynek. Podobnie jak w innych krajach na świecie, także i u nas luzowanie restrykcji wyjazdowych niemal od razu przekładało się na wzrost popytu, ale nadal w sprzedaży mieliśmy do czynienia z wykresami sinusoidalnymi. Dobrze zrobiło się latem.

Szefowie największych polskich biur podróży przyznali w czasie debaty na Forum Biur Podróży organizowanym przez redakcję Wiadomości Turystycznych w listopadzie, że choć sezon Lato 2021 zapowiadał się na kolejną bitwę, ostatecznie można zaliczyć go do udanych. Popyt był duży, co jednak przełożyło się na kolejne problemy – tym razem chodziło o możliwości obsługi ruchu. Jak mówił Piotr Henicz, wiceprezes Itaki, w pewnym momencie konsultanci zapomnieli, jak to jest obsługiwać bieżące zapytania klientów, bo przez

wiele miesięcy zajmowali się głównie zmianami rezerwacji i informowaniem o wytycznych wynikających z pandemii. Tymczasem klienci, kiedy zasady podróżowania zostały poluzowane, niemalże zaatakowali agentów i touroperatorów. Na taki zwrot akcji branża nie była przygotowana. Piotr Henicz podkreślał, że w sezonie Lato 2021 wyzwaniem nie było zapełnienie samolotów, ale obsługa klienta, dlatego wyniki finansowe będą dużo lepsze niż można było zakładać, szczególnie jeśli zestawimy je z 2020 rokiem, kiedy branża ponosiła ogromne straty.

Jednak nie od początku było wiadomo, jak rok się potoczy, bo regulacje wyjazdowe w pierwszych miesiącach były jeszcze bardzo restrykcyjne. To wymagało kunsztu w zarządzaniu podażą – touroperatorzy przez cały czas musieli trzymać rękę na pulsie i ostrożnie dobierać miejsca z kolejnych miast.

2. TURYSTYCZNY FUNDUSZ GWARANCYJNY

Nieco więcej światła na sytuację rynku zorganizowanej turystyki wyjazdowej rzuca Turystyczny Fundusz Gwarancyjny, do którego touroperatorzy zgłaszają wszystkich swoich klientów. Jak wynika z podsumowania TFG, w zeszłym roku przedsiębiorcy złożyli w sumie 38,74 tys. deklaracji – w 2019 r. było ich 49,1 tysiąca. Faktyczny ob-

raz rynku pokazuje tabela z liczbą podróży. Zanim jednak przejdziemy do prezentacji tych danych, kilka słów dotyczących metodologii. Zgodnie z przepisami od 1 lipca 2018 r. działalność organizatorów turystyki podzielona jest na sześć działów: pierwszy dotyczy organizacji wyjazdów na terytorium państw europejskich i pozaeuropejskich z wykorzystaniem transportu lotniczego w ramach przewozu czarterowego, z wyłączeniem pkt 6, drugi na terytorium państw pozaeuropejskich z wykorzystaniem innego środka transportu niż transport lotniczy w ramach przewozu czarterowego, trzeci na terytorium państw pozaeuropejskich, jeżeli nie jest realizowana usługa transportowa, czwarty na terytorium państw europejskich z wykorzystaniem innego środka transportu niż transport lotniczy w ramach przewozu czarterowego, z wyłączeniem pkt 6, piąty na terytorium państw europejskich, jeżeli nie jest realizowana usługa transportowa, z wyłączeniem pkt 6 i szósty na terytorium państw mających lądową granicę z RP, a w przypadku Federacji Rosyjskiej w obrębie obwodu kaliningradzkiego oraz na terytorium RP, bez względu na realizację lub brak realizacji usługi transportowej. Z perspektywy niniejszego opracowania największe znaczenie mają działy: pierwszy (podróż-

Liczba deklaracji złożonych za poszczególne kwartały w Turystycznym Funduszu Gwarancyjnym

	Q1	Q2	Q3	Q4
2017	11 169	11 565	11 650	11 556
2018	11 628	12 067	12 182	12 054
2019	12 185	12 349	12 350	12 126
2020	11 945	11 159	11 024	10 543
2021	10 154	10 211	10 257	8 118

Źródło: TFG

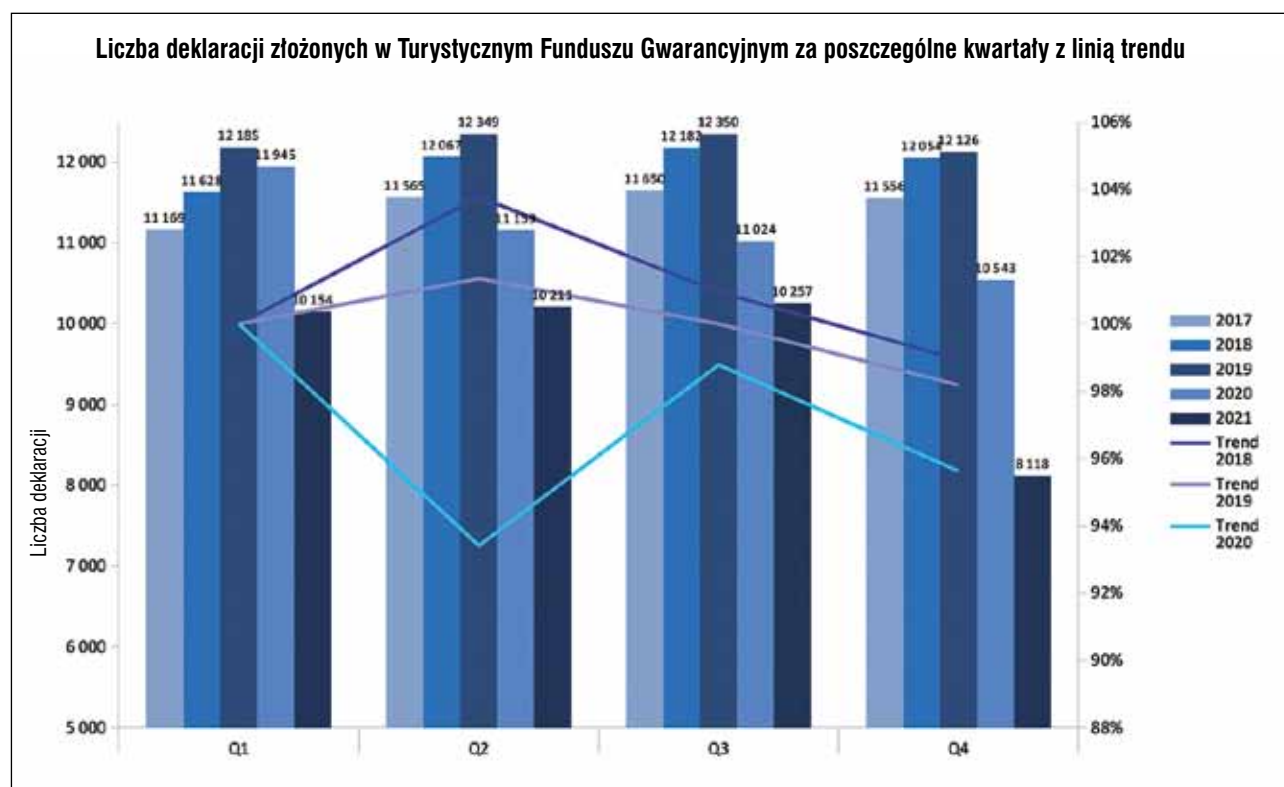
że czarterowe), drugi, bo w tej kategorii znajdują się między innymi wycieczki do dalekich krajów oparte o loty regularne, czwarty, bo tu zawierają się podróże lotnicze do państw europejskich, które są realizowane między innymi na bazie tanich linii lotniczych, a także punkt szósty, bo w tej kategorii znajdują się na przykład wyjazdy autokarowe na narty, czy objazdówki.

2.1. CZARTERY

Na początek zajmijmy się wycieczkami czarterowymi, bo to one stanowią podstawę programów największych polskich biur podróży. W 2021 r. do TFG zgłoszonych zostało 1,89 miliona podróży. Rok wcześniej wskaźnik ten wynosił 271,28 tysiąca, natomiast w 2019 roku 3,16 miliona osób. Nie ma wielkiego zaskoczenia w stwierdzeniu, że najlepszy był trzeci kwartał, na który przypadają wakacje letnie. Jak wynika z raportu Polskiej Izby Turystyki dotyczącego podróży wakacyjnych Polaków, w zeszłym roku najpopularniejszymi kierunkami wyjazdowymi były Turcja, Grecja, Bułgaria i Egipt. Jak mówił Paweł Niewiadom-

ski, prezes PIT, komentując wyniki raportu, polski turysta jest ciekawy świata, coraz bardziej otwarty na nowe kierunki, nowe doświadczenia. Nie szuka najtańszego hotelu, potrafi docenić jakość. Wskazują na to chociażby badania przeprowadzone w lipcu przez European Travel Commission zaprezentowane przez POT. Wśród krajów europejskich Polacy znaleźli się na czele, jeśli chodzi o plany dotyczące wyjazdów wypoczynkowych. Dariusz Górny, prezes Wakacje.pl, podkreślał natomiast, że sezon letni 2021 r. pokazał, że Polacy kochają zagraniczne podróże. Kiedy tylko rządy Polski czy innych krajów luzowały obostrzenia, zainteresowanie klientów wycieczkami gwałtownie rosło, co dalej przekładało się na sprzedaż. W szczycie sezonu były momenty, kiedy oferty do popularnych miejscowości i hoteli zniknęły jak świeże bułeczki. Pierwszy kwartał roku był sporym wyzwaniem, w kwietniu sprzedaż sięgała jeszcze 70 proc. wartości zrealizowanych w 2019 r., ale w maju i w czerwcu trend uległ znacznej poprawie, a przychody były nawet wyższe niż w tym samym czasie 2019 r. Biura, które w zeszłym roku zanotowały stra-

ty finansowe, ten rok powinny zakończyć już na plusie. Radosław Damasiewicz, prezes Travelplanet.pl przypomniał, że choć rynek odbudowywał się w zadowalający sposób, nie należy zapominać o decyzjach, które spowolniły ten proces. Chodzi o wprowadzenie na początku sezonu obowiązkowej kwarentanny dla turystów bez szczepień, którzy wracali z wakacji z krajów spoza Europejskiego Obszaru Gospodarczego. Obok Egiptu i Tunezji do połowy lipca była wśród nich również Turcja. Polska, jako rynek źródłowy, była, jego zdaniem, bez wątpienia jednym z czempionów w Europie. Grzegorz Bosowski, prezes Fly.pl, zdradza, że w sezonie letnim firma uzyskała wyższe wyniki niż w 2019 r., ale kumulacja sprzedaży w tak krótkim okresie – klienci zaczęli masowo kupować wycieczki na przełomie kwietnia i maja, spowodowała, że trzeba było krótkoterminowo zapewnić sprawne procedury obsługi znacznie zwiększonego ruchu. Zupełnie inaczej niż przed pandemią wyglądał proces sprzedażowy, co było spowodowane zmieniającymi się obostrzeniami i przepisami wjazdowymi do miejsc urlopowych.



Źródło: TFG

Liczba pasażerów obsługiwanych w polskich portach lotniczych w/g miast w międzynarodowym ruchu czarterowym w 2020 i 2021 roku

Miasto	2021			2020		
	I.p.	liczba pasażerów	udział	I.p.	liczba pasażerów	udział
Antalya	1	677 420	23,03%	1	150 145	12,86%
Hurghada	2	218 028	7,41%	2	83 167	7,13%
Marsa Alam	3	186 094	6,33%	7	52 107	4,46%
Rodos	4	158 635	5,39%	4	63 364	5,43%
Bodrum	5	143 913	4,89%	11	28 189	2,42%
Heraklion	6	134 012	4,56%	5	61 442	5,26%
Zakintos	7	123 687	4,21%	6	59 945	5,14%
Kos	8	90 133	3,06%	10	28 228	2,42%
Tirana	9	82 576	2,81%	15	21 781	1,87%
Korfu	10	72 352	2,46%	17	18 049	1,55%
Fuerteventura	11	72 006	2,45%	9	30 144	2,58%
Burgas	12	68 648	2,33%	3	65 172	5,58%
Punta Cana	13	64 521	2,19%	21	13 096	1,12%
Warna	14	57 159	1,94%	13	25 348	2,17%
Palma de Mallorca	15	56 418	1,92%	14	23 892	2,05%
Sosúa	16	52 323	1,78%	49	3 981	0,34%
Cancun	17	51 650	1,76%	26	9 940	0,85%
Chania	18	49 422	1,68%	16	20 187	1,73%
Izmir	19	43 110	1,47%	55	3 348	0,29%
Teneryfa	20	35 350	1,20%	8	35 397	3,03%
Funchal	21	34 790	1,18%	32	8 605	0,74%
Zanzibar	22	34 007	1,16%	20	14 225	1,22%
Gran Canaria	23	33 435	1,14%	18	17 350	1,49%
Djerba	24	30 641	1,04%	19	15 506	1,33%
Espargos	25	27 463	0,93%	40	5 728	0,49%
Pozostałe miasta		343 185	11,67%		308 874	26,46%
SUMA		2 940 978			1 167 210	

Źródło: Opracowanie ULC na podstawie informacji uzyskanych z portów lotniczych, Warszawa, marzec 2022 r.

Liczba pasażerów obsługiwanych w polskich portach lotniczych w/g krajów w międzynarodowym ruchu czarterowym w 2020 i 2021 roku

Kraj	2021			2020		
	I.p.	liczba pasażerów	udział	I.p.	liczba pasażerów	udział
Turcja	1	876 650	29,81%	2	186 188	15,95%
Grecja	2	659 715	22,43%	1	263 629	22,59%
Egipt	3	431 076	14,66%	3	154 894	13,27%
Hiszpania	4	252 532	8,59%	4	136 129	11,66%
Bulgaria	5	126 278	4,29%	5	90 827	7,78%
Republika Dominikańska	6	116 844	3,97%	11	17 077	1,46%
Albania	7	82 576	2,81%	8	21 781	1,87%
Tunezja	8	63 561	2,16%	7	24 305	2,08%
Meksyk	9	51 650	1,76%	17	9 940	0,85%
Portugalia	10	41 532	1,41%	19	9 555	0,82%
Tanzania	11	34 007	1,16%	13	14 225	1,22%
Cypr	12	28 265	0,96%	18	9 838	0,84%
Zielony Przylądek	13	27 463	0,93%	26	5 728	0,49%
Włochy	14	21 725	0,74%	22	7 850	0,67%
Malediwy	15	20 746	0,71%	-	-	-
Norwegia	16	14 167	0,48%	14	13 325	1,14%
Chorwacja	17	11 608	0,39%	31	2 747	0,24%
Gruzja	18	11 049	0,38%	24	6 879	0,59%
Oman	19	5 836	0,20%	20	9 550	0,82%
Zjednoczone Emiraty Arabskie	20	5 542	0,19%	16	10 476	0,90%
Francja	21	5 357	0,18%	23	6 995	0,60%
Macedonia	22	4 992	0,17%	76	81	0,01%
Kuba	23	4 441	0,15%	10	17 278	1,48%
Kenia	24	4 139	0,14%	15	11 803	1,01%
Wielka Brytania	25	3 615	0,12%	6	33 240	2,85%
Pozostałe kraje		35 612	1,21%		102 870	8,81%
SUMA		2 940 978			1 167 210	

Źródło: Opracowanie ULC na podstawie informacji uzyskanych z portów lotniczych, Warszawa, marzec 2022 r.

2.2. POZOSTAŁE IMPREZY TURYSTYCZNE

Z analizy danych TFG wynika, że w kategorii wyjazdów do krajów pozaeuropejskich w oparciu o transport inny niż lotniczy czarterowy, czyli na przykład do dalekich krajów z wykorzystaniem siatki regularnych linii lotniczych, w zeszłym roku biura podróży obsługiwały 96,4 tys. osób – w 2020 roku było ich 10,4 tys., a w 2019 roku 244,3 tys. Wyjazdy do państw europejskich z wykorzystaniem innego środka transportu niż transport lotniczy w ramach przewozu czarterowego, czyli dział czarterowy, to na przykład podróże tworzone w ramach dynamicznego pakietowania na przelotach tanich linii lotniczych. W zeszłym roku na taką wycieczkę z biurem podróży wyjechało 229,08 tys. osób, w 2020 roku 42,6 tys., a w 2019 roku 815,03 tys. Na koniec przyjrzyjmy się danym z działu szóstego, który obejmuje wyjazdy do krajów graniczących z Polską drogą lądową bez względu na to, czy usługa transportowa jest realizowana, czy nie. Do tej grupy zaliczane będą na przykład wycieczki autokarowe na narty, czy objazdy. W zeszłym roku biura obsługiwały w tej kategorii 1,66 mln podróżnych, przed rokiem 727,9 tys., a przed dwoma laty 3,39 mln klientów.

3. URZĄD LOTNICTWA CYWILNEGO

Dla zobrazowania rynku turystyki zorganizowanej warto przyrzeć się też danym prezentowanym przez Urząd Lotnictwa Cywilnego. Jak wynika z podsumowania, w roku 2021 z usług przewoźników czarterowych skorzystało 2,95 mln osób, przed rokiem było ich 1,17 mln. Trzeba jednak pamiętać, że dane ULC dotyczą wszystkich pasażerów, podróżujących na trasie z i do Polski. Najpopularniejszymi kierunkami były Antalya (23,03 procent udziału w rynku), Hurghada (7,41 procent), Marsa Alam (6,33 procent), Rodos (5,39 procent) i Bodrum (4,89 procent). Do drugiej piątki weszły cztery kierunki greckie: Heraklion (miejsce szóste, 4,56 procent), Zakintos (miejsce siódme, 4,21 procent), Kos (miejsce ósme, 3,06 procent) i Korfu (miejsce dziesiąte, 2,46 procent). Na pozycji dziewiątej znalazła się natomiast albańska Tirana (2,81 procent). Jeśli spojrzeć na statystyki w ujęciu

nie portów dolotowych, ale krajów, na pierwszym miejscu w zeszłym roku znalazła się Turcja z udziałem w rynku na poziomie 29,81 procent. Druga pozycja należy do Grecji (22,43 procent), trzecia do Egiptu (14,66 procent), czwarta do Hiszpanii (8,59 procent), a piąta do Bułgarii (4,29 procent). Dane ULC potwierdzają też to, o czym często mówili touroperatorzy – dalekie kraje na stałe weszły do ich programów, a najpopularniejszym z nich była Dominikana, która zajęła szóste miejsce pod względem popularności. Udział rynkowy tego kierunku to 3,97 procent. W pierwszej dziesiątce znalazł się także Meksyk (miejsce dziewiąte, 1,76 procent), a dalej Tanzania (miejsce 11, 1,16 procent), Wyspy Zielonego Przylądka (13 miejsce, 0,93 procent), Malediwy (miejsce 15, 0,71 procent), Oman (miejsce 19, 0,2 procent), Zjednoczone Emiraty Arabskie (miejsce 20, 0,19 procent), Kuba i Kenia (odpowiednio 23 i 24 miejsce).

4. DANE Z BIUR AGENCJYJNYCH

Dla oceny kondycji rynku ważne są też dane pokazujące poziom wydatków na podróże zagraniczne. Jak wynika z analizy Wakacje.pl, w zeszłym roku klienci byli skłonni przeznaczyć na swój urlop więcej niż przed rokiem. Średnio na rezerwację było to 6 814,09 zł wobec 5 707,95 zł w 2020 roku. Jolanta Kołodziejczyk, dyrektor produktu w Wakacje.pl wyjaśnia, że większa wartość koszyka zakupowego to wynik kilku zmiennych. Polacy zdecydowali się na pobyty w obiektach o wyższym standardzie, często pięciogwiazdkowych z wyżywieniem w formie all inclusive, po drugie w dalszym ciągu popularne były podróże do dalekich krajów, które choćby z uwagi na dłuższy lot są droższe od tych do basenu Morza Śródziemnego.

W przypadku Turcji średnio na rezerwację dla dwóch osób klienci przeznaczali 5 387 zł (4 910 zł w 2020 roku),

dla dwójki dorosłych i dziecka było to 7 666 zł, przy czterech osobach w konfiguracji dwoje dorosłych i dwoje dzieci 9 633 zł, a przy trójce dzieci podróżujących z rodzicami 12 310 zł. Przy Grecji para wydawała przeciętnie 5 926 zł, rodzina z jednym dzieckiem 8 138 zł, a z dwójką 10 207 zł. Dla Egiptu było to odpowiednio 5 539 zł dla dwóch osób, 7 339 zł dla rodziców z dzieckiem i 9 247 zł dla czterech osób (2+2).

Z kolei z „Raportu Podróżnika” przygotowanego przez Travelplanet.pl wynika, że w zeszłym roku za wycieczkę trzeba było zapłacić przeciętnie o 4,4 procent więcej niż dwa lata wcześniej. Ta wartość wzrosła z 6026 zł do 6290 zł. Jeśli jednak wziąć pod uwagę średni koszt wypoczynku na osobę, to okaże się, że wakacje w 2021 staniały w porównaniu do 2019 roku z przeciętnie 2350 zł do 2240 zł, a więc ponad 100 zł. Wyjaśnienie zagadki tkwi w przeciętnej liczbie osób, przypadają-



mamy cały świat!

wycieczki
bilety lotnicze
ubezpieczenia
wyjazdy
indywidualne
incentive



Biurowo Podróży CT Poland
al. Jana Pawła II 61 lok. 2
01-031 Warszawa
tel: 22 654 51 33
www.ctpoland.com.pl

cych na jedną rezerwację. W 2021 roku było to 2,8 osoby, dwa lata wcześniej – 2,5 osoby. Travelplanet.pl zwraca uwagę, że wakacje w 2021 roku były tańsze, jeśli porównamy jak długo przeciętny turysta musiał pracować na urlop kupiony w biurze podróży (w przeliczeniu dla jednej osoby). W ubiegłym roku, zarabiając średnio 4260 zł miesięcznie na rękę (średnia krajowa w gospodarce narodowej), musiał poświęcić na nie niecałe 14 dni pracy. W 2019 roku, gdy zarabiał 3492 zł netto, na wakacje musiał pracować ponad 17 dni. Co ciekawe, standard wypoczynku był przeciętnie znacznie wyższy niż w 2019. Polacy w pierwszym półroczu tego roku planowali wyjazdy letnie z większym wyprzedzeniem niż początkowo można było się spodziewać. Latem wycieczki last minute były co prawda popularne, ale wcale nie tańsze niż kupowane na kilka tygodni przed wylotem. W szczycie sezonu oferty rezerwowane na kilka dni przed wylotem były droższe o kilkaset złotych od osoby niż kupowane na co najmniej miesiąc wcześniej. W niektórych przypadkach różnice w cenie przekraczały nawet tysiąc złotych od osoby przy tych samych lub bardzo zbliżonych parametrach podróży. Choć w 2020 roku wycieczki samolotowe były najczęściej wybieranymi przez klientów Wakacje.pl, to większym zainteresowaniem

niż zazwyczaj cieszyły się też podróże z dojazdem własnym. Od 2021 roku widać powrót popularności wyjazdów lotniczych do wcześniejszych poziomów, stąd wzrosty w tym segmencie, a spadki udziałów ofert z dojazdem samochodowym.

5. AGENCI NADAL WAŻNI

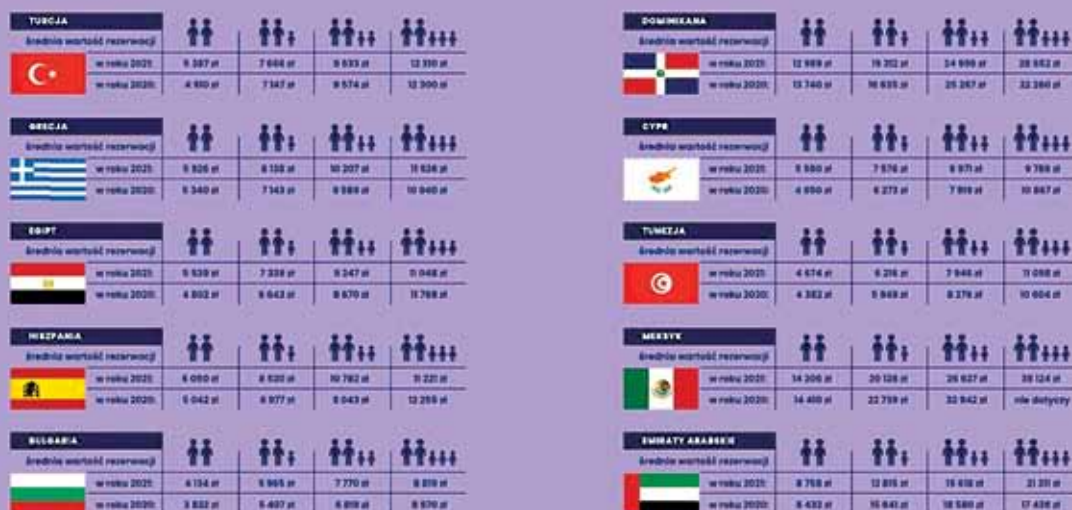
W czasie Forum Biur Podróży tradycyjnie pojawiły się pytania o współpracę między organizatorami a siecią dystrybucji. Ponieważ większość sprzedaży realizowana jest właśnie przez agentów, warto przypomnieć, jak z tej perspektywy rozwija się rynek. Maciej Szczechura, wiceprezes Rainbow uważa, że bieżąca sytuacja wymusi zwiększenie elastyczności narzędzi rezerwacyjnych – chodzi o to, by doradcy mogli więcej spraw załatwiać samodzielnie. Marcin Tułaczko, dyrektor w Coral Travel Poland poinformował o planach rozwoju sieci franczyzowej. Janusz Śmigieński, wiceprezes Grecosa, zwracał uwagę, że miniony sezon po raz kolejny pokazał rolę agenta, która w przyszłości nadal będzie rosła. Z kolei Sławomir Szulc, były już prezes Exim Tours, podkreślał, że w Polsce rośnie udział internetowych agentów w sprzedaży, widać też rosnące znaczenie bezpośredniego kanału dystrybucji, bo w okresie pandemii mniejsi agenci nie do końca poradzili sobie z komunikacją ze swoimi turystami.

6. ROK SKONCENTROWANY NA LECIE

W zeszłym roku sprzedaż koncentrowała się na miesiącach typowo wakacyjnych, co wynikało wprost z sytuacji pandemicznej. To przełożyło się też na wyniki finansowe – choć obrotowo rok był słabszy niż 2019 rok, to niektórym udało się wygenerować zyski, bo klienci jeździli w szczycie, kiedy ceny naturalnie są wyższe niż na początku i końcu lata. Poza tym sezon nieco się wydłużył, co również pomogło odbudować się choć częściowo po pandemii.

Sytuacja nadal nie jest jednak idealna. Co prawda sprzedaż idzie w górę, ale lej powstały po wirusowej bombie jest na tyle duży, że jeszcze trochę potrwa, zanim uda się go zasypać. To dlatego biura potrzebują dalszego wsparcia ze strony rządu, jeśli nie wprost, w postaci tarcz finansowych, to chociaż łagodniejszych zasad dotyczących wykupowania zabezpieczeń na wypadek ogłoszenia niewypłacalności. O zmiany w przepisach apeluje Polska Izba Turystyki, bo jak mówią touroperatorzy, dziś uzyskanie gwarancji ubezpieczeniowej jest trudne, a przynajmniej bardzo drogie. Wynika to z wymogów towarzystw, które coraz częściej oczekują zabezpieczenia równoważnego wysokości umowy gwarancyjnej. Spełnienie takiego żądania nie dla wszystkich jest możliwe do udźwignięcia.

Średnia wartość rezerwacji w 2020 i 2021 roku



Źródło: Wakacje.pl

Sytuacja na rynku turystycznym przed w czasie i po pandemii

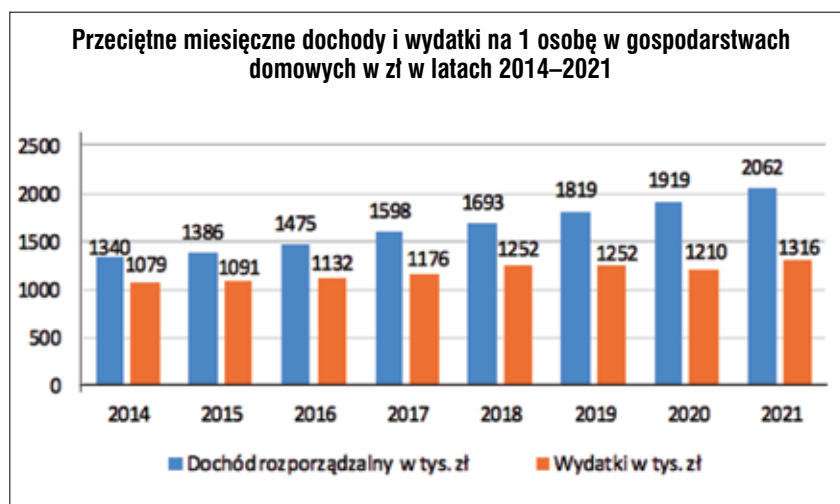
1. WZROST DOCHODÓW MIESZKAŃCÓW POLSKI SZYBSZY OD WZROSTU WYDATKÓW

Według Narodowego Spisu Powszechnego w 2021 roku populacja Polski liczyła 38,0 mln osób. W wieku co najmniej 15 lat było 32,1 mln osób. W tym samym roku liczba gospodarstw domowych wyniosła ok. 14,6 mln.

Popyt na usługi turystyczne (nie mylić z uczestnictwem w wyjazdach turystycznych) jest w dużym stopniu zależny od dochodu gospodarstwa domowego przeliczonego na jednego członka gospodarstwa. Jeszcze silniejszą korelację można zaobserwować porównując skłonność do korzystania z usług turystycznych z wartością różnicy między rozporządzalnymi dochodami, a wydatkami gospodarstwa domowego. Na początek zajmijmy się analizą tych zjawisk na przestrzeni ostatnich kilku lat (2014–2021).

Według badań gospodarstw domowych prowadzonych przez GUS poziom przeciętnego miesięcznego dochodu rozporządzalnego na osobę w 2021 r. wyniósł 2062 zł i był realnie (z uwzględnieniem inflacji) wyższy o 2,2 proc. (nominalnie o 7,4 proc.) od dochodu z 2020 r. Tym samym tendencja wzrostowa dochodu rozporządzalnego została zachowana, a jej dynamika pozostała na poziomie zbliżonym do roku poprzedniego. Przeciętne miesięczne wydatki na 1 osobę w gospodarstwach domowych osiągnęły w 2021 r. wartość 1316 zł i były realnie wyższe o 3,5 proc. (nominalnie o 8,8 proc.) od wydatków w 2020 r. Wydatki na towary i usługi konsumpcyjne wyniosły 1269 zł i były realnie wyższe o 3,6 proc. (nominalnie o 8,9 proc.) w stosunku do 2020 r.

Warto zauważyć rosnącą różnicę między przeciętnymi dochoda-



Źródło: Sytuacja gospodarstw domowych w 2021 r. GUS, maj 2022

mi, a wydatkami na 1 osobę, co można określić również jako rosnący potencjalny popyt na usługi turystyczne. O ile jednak w grupie 20 proc. gospodarstw o najniższych dochodach różnica ta jest ujemna i wynosi -335 zł (grupa ta więcej wydaje niż zarabia, a jej dochody to przeciętnie 652 zł miesięcznie), o tyle w grupie 20 proc. gospodarstw o najwyższych dochodach różnica między dochodami o wydatkami wynosi +2014 zł miesięcznie (przy dochodach na poziomie 4099 zł miesięcznie).

Należy przypuszczać, że osoby z najwyższego przedziału dochodów (ok. 20 proc. populacji, a więc ok. 7,6 mln osób) stanowią główną, potencjalną grupę klientów touroperatorów dysponującą wolnymi środkami w wysokości średnio 2,0 tys. zł miesięcznie.

Wg badań GUS kolejne 20 proc. populacji ma dochody miesięczne na poziomie 2351 zł i po odjęciu kosztów dysponuje miesięcznie kwotą ok. 940 zł. Osoby te w nieco mniejszym stopniu mogą stanowić potencjalną grupę klientów biur podróży.

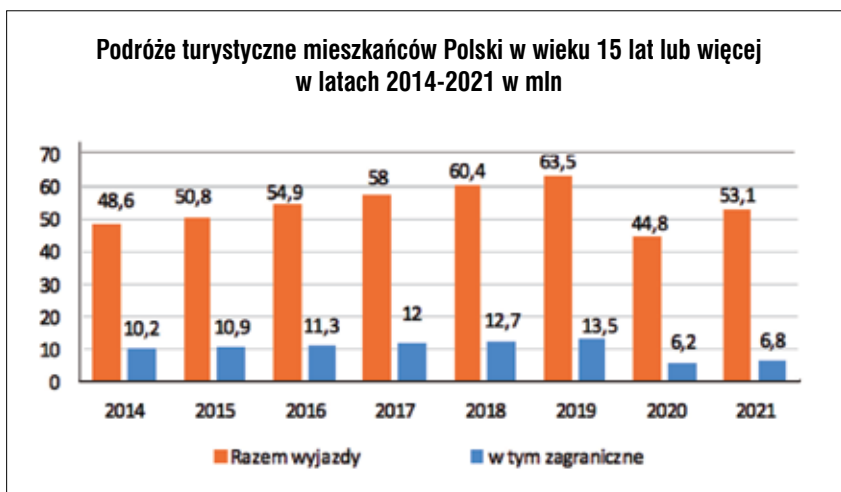
Należy przyjąć, że pozostałe 60 proc. populacji mieszkańców Polski korzysta z usług biur podróży i bazy noclegowej zbiorowego zakwaterowania w niewielkim procencie.

2. WIĘCEJ PODRÓŻY PRZY PRAWIE TAKIEJ SAMEJ LICZBIE WYJEŹDZAJĄCICH

W ciągu ostatnich lat osoby podróżujące wyjeżdżały coraz częściej, a ci którzy nie wyjeżdżali nie wyjeżdżają nadal. Liczba wyjeżdżających chociaż raz w ciągu roku przez ostatnie kilkadziesiąt lat oscyluje między 50, a 60 proc., zmieniają się jedynie przyczyny pozostawania w miejscu zamieszkania. Warto zauważyć, że po gwałtownym spadku uczestnictwa w wyjazdach, w 2020 roku w 2021 roku uczestnictwo wzrosło do poziomu sprzed kilku lat, chociaż nie osiągnęło jeszcze poziomu z 2018 roku. Dla przypomnienia; nieco wyższe uczestnictwo w wyjazdach mieszkańców Polski można było zaobserwować jedynie w latach 70. ubiegłego wieku. W wyjazdach zdecydowanie dominują po-



Źródło: Wyjazdy turystyczne Polaków w 2021 roku i plany na rok 2022, CBOS, 2022



Źródło: Turystyka w roku (2014-2021), GUS, 2021 dane wstępne



Źródło: „Wyjazdy turystyczne Polaków w 2021 roku i plany na rok 2022” CBOS, 2022

dróże krajowe, chociaż do 2019 roku można było zaobserwować stały, choć niewielki wzrost wyjazdów zagranicznych (cały czas mówimy o wyjazdach z co najmniej jednym noclegiem poza miejscem zamieszkania). Istotny spadek wyjazdów zagranicznych związany był głównie z ograniczeniami wynikającego z pandemii. Spadek liczby wyjazdów krajowych nie był tak wyraźny. To ostatnie stwierdzenie dotyczy głównie 2021 roku.

3. SYTUACJA FINANSOWA CORAZ RZADZIEJ DECYDUJE O POZOSTAWANIU W DOMU

Chociaż w 2021 roku 28 proc. osób, które ani razu nie wyjechały poza miejsce zamieszkania, deklarowało, że decydowały o tym ograniczone możliwości finansowe, to w ciągu poprzednich kilkunastu lat procent osób deklarujących motyw finansowy jako decydujący o braku wyjazdów spadł z ponad 50 do 16 proc.. Na kolejnym wykresie pokazujemy to zjawisko w połączeniu z rosnącą tendencją do chęci (czy potrzebą) wypoczynku w miejscu zamieszkania. Jeśli do tego dodamy deklarację braku potrzeby wyjazdu (około 10–12 proc. wskazań), to mamy obraz istotnej części społeczeństwa polskiego, niezainteresowanej wyjazdami turystycznymi. Co ważniejsze, w tej grupie zaczynają dominować ludzie młodzi. Starsi, przyzwyczajeni do wyjazdów w czasach szkolnych, studenckich, czy wczasów zakładowych, odczuwają w znacznie większym stopniu potrzebę wyjazdów. To oni głównie po ograniczeniach związanych z pandemią, ruszyli na wyjazdy krajowe.

2. KLIENCI BIUR PODRÓŻY W LATACH 2014-2021 ORAZ ZMIANY W ROKU 2022

Według szacunków Instytutu Turystyki SGTiH Vistula w 2020 roku liczba wyjazdów za pośrednictwem biur podróży w stosunku do 2019 roku spadła o 51,4 proc., a liczba wyjazdów zagranicznych o 58,1 proc. Podobnie w 2021 roku liczba wyjazdów za pośrednictwem biur podróży spadła w stosunku do 2019 roku o 40,5 proc., a wyjazdów zagranicznych o 51,6 proc.

Jednocześnie według tych samych szacunków w 2020 roku liczba sprzedanych, całkowicie zorganizowanych wyjazdów przez biura podróży wyniosła 1,1 mln., w tym wyjazdów zagranicznych 1,0 mln. Podobnie w 2021 roku liczba sprzedanych całkowicie zorganizowanych wyjazdów przez biura podróży wyniosła 1,5 mln, w tym zagranicznych 1,4 mln. Powyższe liczby pokazują, że mimo pandemii podróże krajowe mają niewielkie znaczenie w działalności biur podróży.

W nawiązaniu do powyższych szacunków dla porównania warto podać liczby podróży objętych umowami biur podróży z Turystycznym Funduszem Gwarancyjnym. Należy tylko uzupełnić, że są to liczby planowanych uczestników podróży, a ostateczne dane o wyjazdach organizowanych przez biura podróży są na ogół znacznie niższe.

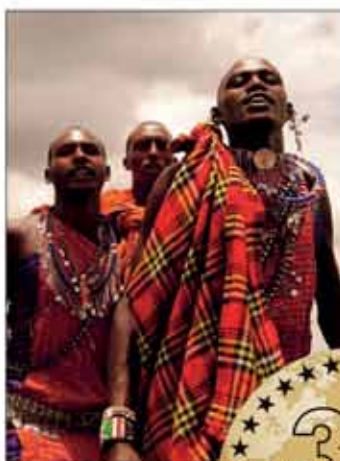
3. PRZYCHODY, KOSZTY I WYNIKI FINANSOWE

Działalność organizatorów turystyki, pośredników i agentów turystycznych oraz pozostała działalność usługowa w zakresie rezerwacji i działalności z nią związane to sektor dla którego szacowane są podstawowe wskaźniki finansowe. Szacuje się, że po bardzo dużym spadku przychodów w 2020 roku wynoszącym 70,9 proc. i stracie w wysokości prawie 300 mln zł rok 2021 okazał się już znacznie lepszy. Pierwsze szacunki dotyczące 2021 roku wskazują na zdecydowany wzrost przychodów, choć nie osiągnęły one jeszcze stanu z 2016 roku. Zanotowano również niewielki zysk brutto na poziomie ok. 140 mln zł.

Pewnym podsumowaniem danych mogą być ceny uzyskiwane w sektorze organizatorów turystyki, pośredników i agentów turystycznych oraz pozostałej działalności usługowej w zakresie rezerwacji i działalności z nią związanych w pierwszym kwartale 2022 roku. Ceny te wzrosły w stosunku do pierwszego kwartału 2020 roku o 11,8 proc.¹

Natomiast ceny pakietów wyjazdowych nad Morze Śródziemne w ofercie letniej na rok 2022 były w kwietniu 2022 roku wyższe od cen w 2021 roku średnio o 7,5 proc., ale warto zazna-

Zwiedzaj z nami Świat!




Sigma Travel
rok zał. 1989

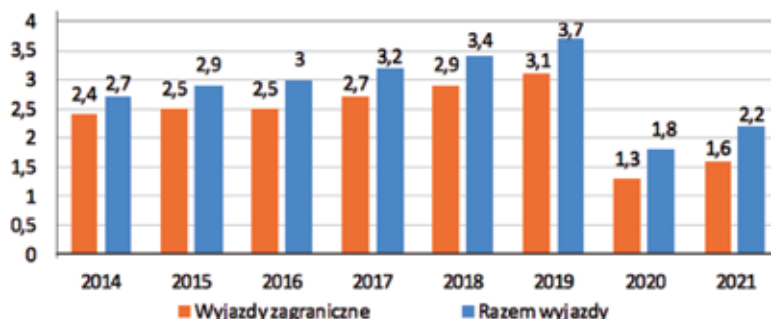
SIGMA TRAVEL Sp. z o.o.
ul. Marszałkowska 140, 00-061 Warszawa

Informacja i rezerwacja: tel. 22 625 12 12

e-mail: rezerwacja@sigma-travel.com.pl

info@sigma-travel.com.pl

Liczba klientów biur podróży ogółem i w wyjazdach zagranicznych w mln.



Źródło: szacunki Instytutu Turystyki na podstawie danych GUS

Liczba podróży objętych umowami z TFG o udział w imprezie turystycznej w mln.



Źródło: Biuletyn Informacyjny Turystycznego Funduszu Gwarancyjnego

Tabela 1. Wyniki sektora Działalność organizatorów turystyki, pośredników i agentów turystycznych oraz pozostała działalność usługowa w zakresie rezerwacji i działalności z nią związane w mln zł.

Wskaźniki	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Przychody ogółem	7,6	8,4	10,9	11,0	3,2	5,4
Koszty ogółem	7,4	8,2	10,8	10,7	3,5	5,3
Wynik finansowy brutto	0,19	0,22	0,15	0,30	-0,29	0,14
Wynik finansowy netto	0,14	0,19	0,12	0,23	-0,30	b.d.

Źródło: Raport roczny 2021. Analizy sektorowe. PKO BP i oszacowania Instytutu Turystyki SGTiH za rok 2021 m.in. na podstawie danych „Traveldata”

czyć, że złożyły się na to m.in. ceny wyjazdów do Turcji, które były niższe o 1,1 proc.²

4. WAKACYJNE PLANY POLAKÓW W 2022 ROKU

Według badań CBOS na początku roku 2022 większość (56 proc.) dorosłych Polaków zadeklarowała, iż w bieżącym roku zamierza wyjechać w celach wypoczynkowych lub turystycznych na co najmniej 2 dni. Większość badanych przez CBOS zamierza wypoczywać w kraju, a 19 proc. wyjeżdżać za granicę. Zgodnie z badaniami przeprowadzonymi w maju 2022 rok na zlecenie Związku Banków Polskich³ Polacy planują na wyjazd wakacyjny wydać średnio 1358 zł na osobę. Jest to kwota uśredniona, wynikająca z przeliczenia tego, ile zamierzamy wydać i ile osób będzie nam towarzyszyć. To o 11,1 proc. więcej niż w ubiegłym roku, gdy planowane wydatki wynosiły średnio 1222 zł na osobę. Podobnie jak w ubiegłym roku najwięcej Polaków (34 proc.) deklaruje, że za wyjazd wakacyjny zapłaci między 2,5 tys. zł a 5 tys. zł. Budżet poniżej 1,5 tys. zł planuje przeznaczyć na wakacje 16 proc. respondentów. To mniej niż w ubiegłym roku. Wówczas taką deklarację złożyło 21 proc. Wydatki pomiędzy 1,5 tys. zł a 2,5 tys. zł zaplanowało 22 proc. Polaków. Nieznacznie wzrósł odsetek osób planujących wyjazd wakacyjny za kwotę pomiędzy 5 a 10 tys. zł. Taką deklarację złożyło 16 proc. podczas, gdy w ubiegłym roku było to 13 proc. Kwotę powyżej 15 tys. zł planuje wydać tylko 1 proc. Polaków. Z tych ostatnich dwu grup, liczących około 17 proc. Polaków, a więc około 6,4 mln osób, rekrutować się będą głównie klienci biur podróży.

¹ „Wskaźniki cen producentów usług związanych z obsługą działalności gospodarczej za 1 kwartał 2022”, GUS, czerwiec 2022.

² Na podstawie danych Wakacje.pl opublikowanych m.in. w artykule „Ogromny wzrost sprzedaży wakacji. Turcja, Grecja i Egipt zgarniają większość rezerwacji”, Rzeczpospolita 24.04.2022

³ „Wakacje Polaków w trudnych czasach. Lato 2022”. Raport Związku Banków Polskich, maj 2022, *Wakacje-Polakow-w-trudnych-czasach*.

NAJWIĘKSI POLSCY TOUROPERATORZY 2021

Miejsce w 2021	Miejsce w 2020	Organizator	Obroty (w mln zł)					Zysk (strata) (w tys. zł)					Gwarancja ubezpieczeniowa (w tys. zł)		Kapitał własny (w tys. zł)	
			2021	2020	2019	2018	2017	2021	2020	2019	2018	2017	2021	2020	2021	2020
1.	1.	Itaka	2 144	720,05	3 363,2	3 131,4	2 667,3	110 000	-23 248	70 000**	24 500	23 308	66 000	96 000	359 000	297 736
2.	b.d.	TUI Poland	1 908	b.d.	2 710	2 184,5	1 376,8	26 957	b.d.	13 100	33 360	11 754	209 000	b.d.	86 759	b.d.
3.	2.	Rainbow	1 268	403,90	1 612	1 467,7	1 276,7	24 562	-36 733	37 182	9 575	43 960	90 000	60 000	149	92 809
4.	3.	Coral Travel	976	168,19	869	638	395,6	6 737	-11 532	7 488	5 484	4 711	110 000	32 000	26 867	9 833
5.	4.	Exim Tours	333	88,36	280	205	126,4	4 897	-1 771	467	-4 749	704	30 356	12 840	7 510	-3 237
6.	5.	Greco Holiday	323	88,02	464	522	494,5	16 057	-9 883	9 446	-3 695	19 296	68 000	25 000	81 078	69 096
7.	6.	Blue Style	98	26,65	131,0	b.d.	b.d.	378	-4 087	4 367	b.d.	b.d.	15 960	4 800	12 606	-11 399
8.	8.	Best Reisen	48	19,32	45	26	15,9	7 658	2 948	2 758	1 912	1 610	2 400	1 800	4 946	459
9.	7.	LTM Luxury Travel	47	21,68	44,5	b.d.	b.d.	992	143	737	b.d.	b.d.	2 800	2 405	4 569	845
10.	b.d.	Almatur	46	b.d.				7 505	b.d.				4 396	b.d.	15 286	b.d.
11.	18.	Rego-Bis	29	4,23	60	59	b.d.	4 615	-1 070	b.d.	b.d.	1 648	b.d.	2 136	-4 473	-141
12.	b.d.	Nekera	25	b.d.				201	b.d.				1 440	b.d.	1 500	b.d.
13.	11.	TOP Touristik	24	10,00	24,2	16	b.d.	b.d.	b.d.	159	b.d.	b.d.	b.d.	872	b.d.	b.d.
14.	10.	Ecco Holiday	14	15,54	69	54	48,2	395	-2 264	3 528	31 056	24 527	4 535	858 742*	231 119	153 413
15.	12.	HHD (Interhome)	13	8,58	16,1	19	21,1	76	-110	-107	31	b.d.	409	383	19 052	17 718
16.	b.d.	ETI	11	b.d.				b.d.	b.d.				850 000	b.d.	b.d.	b.d.
17.	9.	Wygoda Travel	10	16,22	16,2	25	26,4	b.d.	7	50	-131	732	b.d.	b.d.	1 512	984 334
18.	14.	Flugo	9	6,47	18,9	b.d.	b.d.	1 231	102	831	b.d.	b.d.	677	902	3 554	2 322
19.	b.d.	BUT	7	3,10				(-) 503	(-) 584				1 137	b.d.	843	
20.	b.d.	Unique Moments	6	b.d.				1 583	b.d.				b.d.	b.d.	1 198	1 546
21.	b.d.	Logos Travel	6	2,30				1 984	(-) 163				2 500	2 500	12 625	10 552
Firmy z obrotami poniżej 6 mln pln (alfabetycznie)																
	b.d.	CT Poland	1,35	1,99				758	634				375	375	6 023	5 507
	b.d.	Orka Travel	1,42	0,34				264	142				972	964	1 494	1 269
	13.	Prima Holiday	b.d.	6,98	35	46	29,5	514	40	317	-757	624	2 400	5 604	b.d.	545
	b.d.	Sigma Travel	0,56	0,36				174	3				1 936	409	1 777	1 585
	b.d.	Student Travel	b.d.	2,64				b.d.	173				677	1 560	b.d.	70
	15.	Trade&Travel	1 683	6,07	15,8	b.d.	b.d.	-1 136	-258	321	b.d.	b.d.	1 800	1 800	3 769	3 242

* w euro

Dossier. Touroperatorzy 2022

POTWIERDZONE DANE ZA ROK 2021

1. ITAKA HOLDINGS

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., Itaka Fly Sp. z o.o., Cedok a.s., Itaka Lietuva UAB, Itaka Latvija SIA
 Właściciele (wg KRS) oraz struktura udziałów: Mariusz Jańczuk 48,99%; Leszek Szagdaj 49,02%; Piotr Henicz 1%; Michał Wróbel 1%
 Zarząd: Mariusz Jańczuk, Leszek Szagdaj, 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: 3 315 000 pln

II WYNIKI ZA 2021 rok

Przyjęty rok obrotowy: 01.01.2021 r.–31.12.2021 r.
 Kapitały własne (fundusze własne) na podstawie rachunku zysku i strat z dnia 31.12.2021 r.: 359 000 000 pln

Obroty (przychody) z działalności wynikającej z organizacji imprez turystycznych w 2021 r. (na podstawie rachunku zysku i strat z dnia 31.12.2021 r.):

2 144 000 000 pln

1 630 000 000 pln* (*dot. działalności w Polsce)

Zysk (strata) netto za r. 2021 z działalności wynikającej z organizacji imprez turystycznych (na podstawie rachunku zysku i strat z dnia 31.12.2021 r.):

110 000 000 pln

107 000 000 pln* (*dot. działalności w Polsce)

Obroty (przychody) z działalności innej niż wynikająca z organizacji imprez turystycznych w 2021 r.: b.d.

Zysk (-strata) netto za rok 2021 z działalności innej niż wynikająca z organizacji imprez turystycznych w 2021 r.: b.d.

Wysokość i data wygaśnięcia bieżącej gwarancji ubezpieczeniowej: 66 000 000 pln — 15.09.2022 r.

Grupa, zgodnie z ustawą o usługach turystycznych, według której liczona jest gwarancja ubezpieczeniowa (wys. proc.): 12%
 Firma wystawiająca gwarancję ubezpieczeniową: ERGO Reiseversicherung AG Oddział w Polsce

Liczba wszystkich wystanych klientów w 2021 r. (dotyczy danych wynikających z organizacji imprez turystycznych): 616 tys.; 478 tys.* (*dot. działalności w Polsce)

III STRUKTURA SPRZEDAŻY

Liczba własnych punktów sprzedaży (sprzedających pod marką touroperatora) na dzień 31.12.2021 r.: 46

Liczba oddziałów w sieci franczyzowej na dzień 31.12.2021 r.: 128

Liczba pełnoetatowych pracowników (tylko touroperatora) na dzień 31.12.2021 r.: b.d.

Liczba agentów zewnętrznych (aktywnych) i zmiana procentowa wobec 2020 r.: 915 wzrost o 2%

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

IV STRUKTURA PRODUKTOWA

b.d.

V DANE PROGNOZOWANE

b.d.

Dane potwierdzone przez: Piotr Henicz, wiceprezes zarządu Nowa Itaka Sp. z o.o.

2. TUI POLAND

Pełna nazwa firmy: TUI Poland Sp. z o.o.

Forma prawna: Spółka z o.o.

Spółki zależne: TUI Poland Dystrybucja Sp. z o.o.;

TUI 4U Poland Sp. z o.o.

Właściciele (wg KRS) oraz struktura udziałów: Leibniz-Service GmbH -100%

Zarząd: Marcin Dymnicki — prezes zarządu, Łukasz Tysiak — członek zarządu

Adres: Warszawa, ul. Wotolska 22a

Strona www: www.tui.pl

Osoba odpowiedzialna za kontakty z siecią sprzedaży:

Michał Szymański

Rok powstania firmy: 1999 r.

Kapitał zakładowy: 9 300 000zł

II WYNIKI ZA 2021 rok

Przyjęty rok obrotowy: 01.10.2020 r.–30.09.2021 r.

Kapitały własne (fundusze własne) na podstawie rachunku zysku i strat z dnia 30.09.2021 r.: 86 759 447zł

Obroty (przychody) z działalności wynikającej z organizacji imprez turystycznych w 2021 r. (na podstawie rachunku zysku i strat z dnia 30.09.2021 r.):

1 908 631 334 pln

Zysk (strata) netto za rok 2021 z działalności wynikającej z organizacji imprez turystycznych (na podstawie rachunku zysku i strat z dnia 30.09.2021 r.):

26 957 270 pln

Obroty (przychody) z działalności innej niż wynikająca z organizacji imprez turystycznych w 2021 roku: b.d.

Zysk (-strata) netto za rok 2021 z działalności innej niż wynikająca z organizacji imprez turystycznych w 2021 roku: b.d.

Wysokość i data wygaśnięcia bieżącej gwarancji ubezpieczeniowej: 209 mln zł, 30.06.2022 r.

Grupa, zgodnie z ustawą o usługach turystycznych, według której liczona jest gwarancja ubezpieczeniowa (wys. procentowa): 20%

Firma wystawiająca gwarancję ubezpieczeniową: Allianz

Liczba wszystkich wystanych klientów w 2021 r. (dotyczy danych wynikających z organizacji imprez turystycznych): 634 000 osób

III STRUKTURA SPRZEDAŻY

b.d.

IV STRUKTURA PRODUKTOWA

b.d.

V DANE PROGNOZOWANE

b.d.

Dane potwierdzone przez: Marcin Dymnicki — prezes zarządu, TUI Poland Sp. z o.o.

3. RAINBOW TOURS

Pełna nazwa firmy: Rainbow Tours S.A.

Forma prawna: Spółka akcyjna Nr NIP: 7251868136;

Nr REGON: 473190014; Nr KRS: 0000178650

Spółki zależne: „My Way by Rainbow Tours” Sp. z o.o.;

White Olive A.E.; White Olive Premium Lindos A.E.;

Rainbow Tours Destination Services Turkey Turizm Ve Seyahat Hizmetleri A.S.

Właściciele (wg KRS) oraz struktura udziałów: Sławomir Wysmyk, Grzegorz Baszczyński, Remigiusz Talarek, Tomasz Czaplą, Nationale-Nederlanden PTE S.A. (przez zarządzane fundusze), Generali PTE S.A. (przez zarządzane fundusze)

Zarząd: Grzegorz Baszczyński — Prezes Zarządu; Jakub Puchałka — Członek Zarządu; Piotr Burwicz — Członek Zarządu; Maciej Szczechura — Członek Zarządu

Adres: ul. Piotrkowska 270, 90–361 Łódź

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 2021 rok (na podstawie sprawozdań skonsolidowanych – dane skonsolidowane)

Przyjęty rok obrotowy: 01.01.-12.31.2021 r.

Kapitały własne (fundusze własne) na podstawie rachunku zysku i strat z dnia 31.12.2021

Razem kapitał własny: 149 332

Rego·Bis

TOUROPERATOR

NOWOŚĆ!

BOŚNIA I HERCEGOWINA 2022
samolotem!

NOWOŚĆ!

CHORWACJA 2022
samolotem!



BIURO OBSŁUGI KLIENTA
ul. Henryka Sienkiewicza 33/2
40-031 Katowice



rezerwacja@rego-bis.pl



32 776 05 00



www.REGO-BIS.pl

Znajdź nas:



WYLOTY Z



Katowice
AIRPORT®

Kapitały przypadające akcjonariuszom jednostki dominującej: 108 221
Kapitały przypadające udziałom niedającym kontroli: 41 111

Obroty (przychody) z działalności wynikającej z organizacji imprez turystycznych w 2021 r. (na podstawie rachunku zysku i strat z dnia 31.12.2021 r.):
1 268 610 000 pln

Zysk (strata) Netto Operacyjny za rok 2021 z działalności wynikającej z organizacji imprez turystycznych (na podstawie rachunku zysku i strat z dnia 31.12.2021 r.):
24 562 000 pln

Obroty (przychody) z działalności innej niż wynikająca z organizacji imprez turystycznych w 2021 r.: 10 814 000 pln
Zysk (-strata) netto za r. 2021 z działalności innej niż wynikająca z organizacji imprez turystycznych w 2021 r.:
- 5 674 000 pln (strata)

Wysokość i data wygaśnięcia bieżącej gwarancji ubezpieczeniowej:
90 000 000 pln — 16.09.2022 r.
Grupa, zgodnie z ustawą o usługach turystycznych, według której liczona jest gwarancja ubezpieczeniowa (wys. proc.): 12%
Firma wystawiająca gwarancję ubezpieczeniową: TU Europa

Liczba wszystkich wystanych klientów w 2021 r. (dotyczy danych wynikających z organizacji imprez turystycznych): 323 900 pax

III STRUKTURA SPRZEDAŻY

Liczba własnych punktów sprzedaży (sprzedających pod marką touroperatora) na dzień 31.12.2021 r.: 95 lokalizacji
Liczba oddziałów w sieci franczyzowej na dzień 31.12.2021 r.: 40 lokalizacji
Liczba pełnoetatowych pracowników (tylko touroperatora) na dzień 31.12.2021 r.: Pracownicy: 2021 r. — 571; 2020 r. — 552
Liczba agentów zewnętrznych (aktywnych) i zmiana procentowa wobec 2020 r.: 1 200 podmiotów współpracujących
Udział poszczególnych kanałów w sprzedaży catkowitzkiej (udział proc.):
b.d.

IV STRUKTURA PRODUKTOWA

b.d.

V DANE PROGNOZOWANE

b.d.

Dane potwierdzone przez: Piotr Burwicz
– Członek Zarządu Rainbow Tours S.A.

4. CORAL TRAVEL

Pełna nazwa firmy: Coral Travel Poland sp. z o.o.
Forma prawna: Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością
Spółki zależne: Brak
Właściciele (wg KRS) oraz struktura udziałów: OTI HOLDINGS A.S. 100%
Zarząd: Ayhan Akan Bektas — prezes zarządu,
Ahmet Bektas — członek zarządu
Adres: 02-676 Warszawa, ul. Postępu 17B
Strona www: www.coraltravel.pl
Osoba odpowiedzialna za kontakty z siecią sprzedaży: Erdem Fidan
Rok powstania firmy: 1999
Kapitał zakładowy: 20 000 000 pln

II WYNIKI ZA 2021 rok

Przyjęty rok obrotowy: 01.01.2021 r.—31.12.2021 r.
Kapitały własne (fundusze własne) na podstawie rachunku zysku i strat z dnia 31.12.2021 r.: 26 867 750,44 pln

Obroty (przychody) z działalności wynikającej z organizacji imprez turystycznych w 2021 r. (na podstawie rachunku zysku i strat z dnia 31.12.2021 r.):
976 465 503,96 pln

Zysk (strata) netto za rok 2021 z działalności wynikającej z organizacji imprez turystycznych (na podstawie rachunku zysku i strat z dnia 31.12.2021 r.):
6 737 325,66 pln

TAB. 1. TOUOPERATORZY WG PRZYCHODÓW ZE SPRZEDAŻY W 2021 R

Touroperatorzy	Przychody ze sprzedaży imprez turystycznych		
	w 2021 r. w PLN	w 2020 r. w PLN	Wzrost/spadek %
Itaka	2 144 000 000,00	720 054 374	198
TUI Poland	1 908 631 334,00	b.d.	b.d.
Rainbow	1 268 610 000,00	403 900 000	214
Coral Travel	976 465 503,96	168 191 457	481
Exim Tours	333 716 687,64	88 357 382	278
Grecos Holiday	323 075 352,79	88 018 210	267
Blue Style	98 471 969,59	26 647 770	270
Best Reisen	48 090 085,73	19 324 757	149
L.T.M. Luxury Travel	47 942 256,08	21 680 520	121
Almatur	46 938 319,61	b.d.	b.d.
Rego-bis	29 695 860,11	4 227 401	602
Nekera	25 150 221,95	b.d.	b.d.
TOP Touristik	24 007 010,00	10 000 337	140
Ecco Holiday	14 086 813,61	15 536 073	-9
HHD (Interhome)	13 365 430,09	8 580 298	56
ETI	11 280 650,00	b.d.	b.d.
Wygoda Travel	10 007 036,37	16 224 914	-38
Flugo	9 379 910,27	6 474 396	45
BUT	7 605 631,40	3 108 003,66	144
Unique Moments	6 677 891,00	b.d.	b.d.
Logos Travel	6 114 181,16	2 295 237,41	166

TAB. 2. TOUOPERATORZY WG ZYSKÓW W 2021 R

Touroperatorzy	Zysk/strata netto w 2021 r.	Zysk/strata netto w 2020 r.
Itaka	110 000 000,00	(-) 23 248 221
TUI Poland	26 957 270,00	b.d.
Rainbow	24 562 000,00	(-) 36 733 000
Grecos Holiday	16 057 213,09	(-) 9 883 526
Best Reisen	7 658 578,55	2 948 817
Almatur	7 505 496,68	b.d.
Coral Travel	6 737 325,66	(-) 11.532.495
Exim Tours	4 897 946,66	(-) 1 771 755
Rego-bis	4 602 925,89	(-) 1 070 186
Logos Travel	1 984 919,55	(-) 163 015
Unique Moments	1 583 618,00	b.d.
Flugo	1 231 874,18	102 151
L.T.M. Luxury Travel	992 172,31	142.680
Ecco Holiday	395 745,00	(-) 2.264.366
Blue Style (Sun&Fun)	378 138,75	(-) 4 087 911
Nekera	201 293,14	b.d.
HHD (Interhome)	76 580,28	(-) 110 909
BUT	(-) 503 437,40	(-) 584 639
ETI	b.d.	b.d.
TOP Touristik	b.d.	b.d.
Wygoda Travel	b.d.	7 570

Obroty (przychody) z działalności innej niż wynikająca z organizacji imprez turystycznych w 2021 r.: 31 913 852,68 pln
Zysk (-strata) netto za rok 2021 z działalności innej niż wynikająca z organizacji imprez turystycznych w 2021 r.: 6 314 892,62 pln

Wysokość i data wygaśnięcia bieżącej gwarancji ubezpieczeniowej: 110 000 000 pln, 16/09/2022
Grupa, zgodnie z ustawą o usługach turystycznych, według której liczona jest gwarancja ubezpieczeniowa (wys. proc.): pobieranie przedpłaty w terminie do 30 dni przed dniem rozpoczęcia imprezy turystycznej lub powiązanej usługi turystycznej lub pobieranie przedpłaty w wysokości do 30 proc. ceny imprezy turystycznej lub powiązanej usługi turystycznej
Firma wystawiająca gwarancję ubezpieczeniową: ERGO Reiseversicherung AG

Liczba wszystkich wystanych Klientów w 2021 r. (dotyczy danych wynikających z organizacji imprez turystycznych): 368 424,00

III STRUKTURA SPRZEDAŻY

Liczba własnych punktów sprzedaży (sprzedających pod marką touroperatora) na dzień 31.12.2021 r.: 55
Liczba oddziałów w sieci franczyzowej na dzień 31.12.2021 r.: 10
Liczba pełnoetatowych pracowników (tylko touroperatora) na dzień 31.12.2021 r.: 279
Liczba agentów zewnętrznych (aktywnych) i zmiana procentowa wobec 2020 r.: 1800 (+ 1%)
Udział poszczególnych kanałów w sprzedaży całkowitej (udział proc.): b.d.

IV STRUKTURA PRODUKTOWA

Jaką część w całkowitej sprzedaży imprez turystycznych w 2021 r. stanowiły (wraz ze zmianą proc. wobec 2020 r.): imprezy czarterowe: 99,96% (wzrost o 0,1%)
oparte o regularne linie lotnicze:
z dojazdem własnym: 0,04% (spadek o 0,1%)
Średnia cena imprezy turystycznej na osobę i zmiana proc. wobec 2020 r.: 2 750,00 pln
Jaki był procentowy udział kierunków egzotycznych w ofercie w 2021 r. i jak to się proc. zmieniło wobec 2020 r.: 0,69% (2021 r.), 1,65% (2020 r.)

V DANE PROGNOZOWANE

Wyniki sprzedaży za I kwartał 2022 r. (tylko z działalności wynikającej z organizacji imprez turystycznych): 93 534 025,21 pln
Planowana liczba Klientów do końca roku obrotowego 2022 (tylko z działalności wynikającej z organizacji imprez turystycznych): 610 000
Planowana realizacja produktu w poszczególnych kwartałach w 2022 r. (procentowo):
Q1: 10%; Q2: 25%; Q3: 47%; Q4: 18%

Dane potwierdzone przez: Marcin Tułaczko, z-ca dyrektora generalnego ds. Compliance. Coral Travel Poland Sp. z o.o.

5. EXIM SA

Pełna nazwa firmy: EXIM SA
Forma prawna: Spółka Akcyjna
Spółki zależne: brak
Właściciele (wg KRS) oraz struktura udziałów:

100% Der Touristik Eastern Europe A.S.
Zarząd: Marcin Malysz — prezes zarządu; Jiri Jelinek — członek zarządu
Adres: ul. Potocka 31A, Warszawa
Strona www: www.eximtours.pl
Osoba odpowiedzialna za kontakty z siecią sprzedaży: d.jurkowska@eximtours.pl
Rok powstania firmy: 2011 r.
Kapitał zakładowy: 5 000 000 PLN

II WYNIKI ZA 2021 rok

Przyjęty rok obrotowy: Kalendarzowy
Kapitały własne (fundusze własne) na podstawie rachunku zysku i strat z dnia 31.12.2021 r.: 7 510 227,39 pln

Obroty (przychody) z działalności wynikającej z organizacji imprez turystycznych w 2021 r. (na podstawie rachunku zysku i strat z dnia 31.12.2021 r.):

333 716 687,64 pln

Zysk (strata) Netto Operacyjny za rok 2021 z działalności wynikającej z organizacji imprez turystycznych (na podstawie rachunku zysku i strat z dnia 31.12.2021 r.):
b.d.

Obroty (przychody) z działalności innej niż wynikająca z organizacji imprez turystycznych w 2021 r.: 5 517 244,02 pln
Zysk (-strata) netto za rok 2021 z działalności innej niż wynikająca z organizacji imprez turystycznych w 2021 r.: 4 897 946,66 pln (łącznie)

Wysokość i data wygaśnięcia bieżącej gwarancji ubezpieczeniowej:
30 356 604 pln data wygaśnięcia 30.08.2022 r.
Grupa, zgodnie z ustawą o usługach turystycznych, według której liczona jest gwarancja ubezpieczeniowa (wys. proc.): 12 %
Firma wystawiająca gwarancję ubezpieczeniową: ERGO Reiseversicherung AG z siedzibą w Monachium działająca przez Oddział w Polsce

Liczba wszystkich wystanych Klientów w 2021 r. (dotyczy danych wynikających z organizacji imprez turystycznych): 116 091

III STRUKTURA SPRZEDAŻY

Liczba własnych punktów sprzedaży (sprzedających pod marką touroperatora) na dzień 31.12.2021 r.: 4
Liczba oddziałów w sieci franczyzowej na dzień 31.12.2021 r.: 69
Liczba pełnoetatowych pracowników (tylko touroperatora) na dzień 31.12.2021 r.: 64
Liczba agentów zewnętrznych (aktywnych) i zmiana procentowa wobec 2020 r.: 2650

IV STRUKTURA PRODUKTOWA

Średnia cena imprezy turystycznej na osobę i zmiana proc. wobec 2020 r.: 2 875 pln

V DANE PROGNOZOWANE

Wyniki sprzedaży za I kwartał 2022 r. (tylko z działalności wynikającej z organizacji imprez turystycznych): 72 138 539 pln
Planowana liczba Klientów do końca roku obrotowego 2022 (tylko z działalności wynikającej z organizacji imprez turystycznych): 157 420
Planowana realizacja produktu w poszczególnych kwartałach

w 2022 r. (procentowo):
a) Q1: 16,6 %; b) Q2: 26,7 %; c) Q3: 41,7 %; d) Q4: 15,0 %

Dane potwierdzone przez: Marcin Malysz — prezes zarządu EXIM SA

6. GRECOS HOLIDAY

Pełna nazwa firmy: Grecos Holiday Sp. z o.o.
Forma prawna: Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością
Spółki zależne: Brak
Właściciele (wg KRS) oraz struktura udziałów: ROKAN Sp. z o.o. 100% udziałów
Zarząd: Wojciech Skocznyński Prezes Zarządu; Janusz Śmigieński 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 2021 rok

Przyjęty rok obrotowy: 01.01.2021–31.12.2021
Kapitały własne (fundusze własne) na podstawie rachunku zysku i strat z dnia 31.12.2021 r.: 81 078 015,43

Obroty (przychody) z działalności wynikającej z organizacji imprez turystycznych w 2021 r. (na podstawie rachunku zysku i strat z dnia 31.12.2021 r.):

323 075 352,79 pln

Zysk (strata) netto za rok 2021 z działalności wynikającej z organizacji imprez turystycznych (na podstawie rachunku zysku i strat z dnia 31.12.2021 r.):

16 057 213,09 pln — Całkowity zysk netto z działalności

Obroty (przychody) z działalności innej niż wynikająca z organizacji imprez turystycznych w 2021 r.: 46 439 145,43
Zysk (-strata) netto za rok 2021 z działalności innej niż wynikająca z organizacji imprez turystycznych w 2021 roku: b.d.

Wysokość i data wygaśnięcia bieżącej gwarancji ubezpieczeniowej:
25.000.000, — w procesie podwyższenia do 68.000.000, — 16.09.2022 r.

Grupa, zgodnie z ustawą o usługach turystycznych, według której liczona jest gwarancja ubezpieczeniowa (wys. proc.): 12 %
Firma wystawiająca gwarancję ubezpieczeniową: TU Europa S.A.
Liczba wszystkich wystanych Klientów w 2021 r. (dotyczy danych wynikających z organizacji imprez turystycznych): 107 138

III STRUKTURA SPRZEDAŻY

Liczba własnych punktów sprzedaży (sprzedających pod marką touroperatora) na dzień 31.12.2021 r.: 1
Liczba oddziałów w sieci franczyzowej na dzień 31.12.2021 r.: 93
Liczba pełnoetatowych pracowników (tylko touroperatora) na dzień 31.12.2021 r.: 72
Liczba agentów zewnętrznych (aktywnych) i zmiana procentowa

wobec 2020 r.: 1657 w 2021 r., 1750 w 2020 r., spadek o 5,31%
 Udział poszczególnych kanałów w sprzedaży całkowitej (udział proc.): Dane poufne.

IV STRUKTURA PRODUKTOWA

Jaką część w całkowitej sprzedaży imprez turystycznych w 2021 r. stanowiły (wraz ze zmianą procentową wobec 2020 r.):

- a) imprezy czarterowe: 99% wzrost o 264% w stosunku do 2020 r.
- b) oparte o regularne linie lotnicze: 1% wzrost o 264% w stosunku do 2020 r.
- c) z dojazdem własnym 0%

Srednia cena imprezy turystycznej na osobę i zmiana procentowa wobec 2020 r.: 2758 zł w 2020 r., 3070 zł w 2021 r., co stanowi wzrost o 11,3%.

Jaki był procentowy udział kierunków egzotycznych w ofercie w 2021 r. i jak to się procentowo zmieniło wobec 2020 r.?: 0% i 0%

V DANE PROGNOZOWANE

Wyniki sprzedaży za I kwartał 2022 r. (tylko z działalności wynikającej z organizacji imprez turystycznych):

Planowana liczba klientów do końca roku obrotowego 2022 r. (tylko z działalności wynikającej z organizacji imprez turystycznych):

Planowana realizacja produktu w poszczególnych kwartałach w 2022 r. (proc.):

- a) Q1: 0%; b) Q2: 28%; c) Q3: 65%; d) Q4: 7%

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

7. BLUE STYLE

Pełna nazwa firmy: Blue Style Sp. z o.o. (właściciel marki Sun&Fun Holidays)

Forma prawna: Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością
 Spółki zależne: Brak

Właściciele (wg KRS) oraz struktura udziałów: Bright Blue Ventures S.R.O.: 80 000 udziałów o łącznej wartości 4 000 000,00 zł

Zarząd: Imed Jeddai – prezes zarządu

Adres: 02–119 Warszawa, ul. Pruszkowska 29, lok. 1U

Strona www: www.sunfun.pl

Osoba odpowiedzialna za kontakty z siecią sprzedaży: Semir Hamouda

Rok powstania firmy: 2016 r.

Kapitał zakładowy: 4 000 000,00 zł

II WYNIKI ZA 2021 rok

Przyjęty rok obrotowy: 01.11.2020–31.10.2021 r.

Kapitały własne (fundusze własne) na podstawie rachunku zysku i strat z dnia 31.12.2021 r.: Strata – 12 606 993,92

Obroty (przychody) z działalności wynikającej z organizacji imprez turystycznych w 2021 r. (na podstawie rachunku zysku i strat z dnia 31.12.2021 r.):

98 471 969,59 pln

Zysk (strata) netto za rok 2021 z działalności wynikającej z organizacji imprez turystycznych (na podstawie rachunku zysku

i strat z dnia 31.12.2021 r.):

+ 378 138,75 pln

Obroty (przychody) z działalności innej niż wynikająca z organizacji imprez turystycznych w 2021 r.: dane poufne

Zysk (-strata) netto za rok 2021 z działalności innej niż wynikająca z organizacji imprez turystycznych w 2021 r.: dane poufne

Wysokość i data wygaśnięcia bieżącej gwarancji ubezpieczeniowej: 15 960 000 pln do 22.01.2023 r.

Grupa, zgodnie z ustawą o usługach turystycznych, według której liczona jest gwarancja ubezpieczeniowa (wys. proc.): 12%
 Firma wystawiająca gwarancję ubezpieczeniową: ERGO REISEVERSICHERUNG AG

Liczba wszystkich wystanych klientów w 2021 r. (dotyczy danych wynikających z organizacji imprez turystycznych): 38 088

III STRUKTURA SPRZEDAŻY

Liczba własnych punktów sprzedaży (sprzedających pod marką touroperatora) na dzień 31.12.2021 r.: 2

Liczba oddziałów w sieci franczyzowej na dzień 31.12.2021 r.: brak

Liczba pełnoetatowych pracowników (tylko touroperatora) na dzień 31.12.2021 r.: 36

Liczba agentów zewnętrznych (aktywnych) i zmiana proc. wobec 2020 r.: 1797, spadek o 8% vs 2020

Udział poszczególnych kanałów w sprzedaży całkowitej (udział procentowy):

- a) własny stacjonarny: 5%
- b) własny internetowy: 5%
- c) zewnętrzny stacjonarny: 65%
- d) zewnętrzny internetowy: 25%

IV STRUKTURA PRODUKTOWA

Jaką część w całkowitej sprzedaży imprez turystycznych w 2021 r. stanowiły (wraz ze zmianą procentową wobec 2020 r.):

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

Srednia cena imprezy turystycznej na osobę i zmiana procentowa wobec 2020 r.: 2 600 PLN + 8%

Jaki był procentowy udział kierunków egzotycznych w ofercie w 2021 r. i jak to się procentowo zmieniło wobec 2020 r.?: Nie dotyczy

V DANE PROGNOZOWANE

Wyniki sprzedaży za I kwartał 2022 r. (tylko z działalności wynikającej z organizacji imprez turystycznych): dane poufne

Planowana liczba klientów do końca roku obrotowego 2022 r. (tylko z działalności wynikającej z organizacji imprez turystycznych): 71 000

Planowana realizacja produktu w poszczególnych kwartałach w 2022 r. (procentowo):

- a) Q1: 10%; b) Q2: 20%; c) Q3: 55%; d) Q4: 15%

Dane potwierdzone przez: Semir Hamouda Blue Style Sp. z o.o.

8. BEST REISEN

Pełna nazwa firmy: Best Reisen Group Sp. z o.o.

Forma prawna: spółka kapitałowa

Spółki zależne: nie dotyczy

Właściciele (wg KRS) oraz struktura udziałów: Leila Ben rfi – 95%

Mondher M'halla – 5%

Zarząd: Leila Ben Arfi – prezes zarządu

Adres: ul. Paryska 23A, 03–945 Warszawa

Strona www: www.bestreisen.pl

Osoba odpowiedzialna za kontakty z siecią sprzedaży: Anna Jez

Rok powstania firmy: 2009

Kapitał zakładowy: 200 000,00

II WYNIKI ZA 2021 rok

Przyjęty rok obrotowy: 01.01.2021 r.–31.12.2021 r.

Kapitały własne (fundusze własne) na podstawie rachunku zysku i strat z dnia 31.12.2021 r.: 4 946 608,68

Obroty (przychody) z działalności wynikającej z organizacji imprez turystycznych w 2021 r. (na podstawie rachunku zysku i strat z dnia 31.12.2021 r.):

48 090 085,73 pln

Zysk (strata) netto za rok 2021 z działalności wynikającej z organizacji imprez turystycznych (na podstawie rachunku zysku i strat z dnia 31.12.2021 r.):

7 658 578,55 pln

Obroty (przychody) z działalności innej niż wynikająca z organizacji imprez turystycznych w 2021 r.: 201 094,83

Zysk (-strata) netto za rok 2021 z działalności innej niż wynikająca z organizacji imprez turystycznych w 2021 r.: 17 671,18

Wysokość i data wygaśnięcia bieżącej gwarancji ubezpieczeniowej:

2 400 000,00 28.06.2022 r.

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

Firma wystawiająca gwarancję ubezpieczeniową: UNIQA

Liczba wszystkich wystanych klientów w 2021 r. (dotyczy danych wynikających z organizacji imprez turystycznych): 19316

III STRUKTURA SPRZEDAŻY

Liczba własnych punktów sprzedaży (sprzedających pod marką touroperatora) na dzień 31.12.2021 r.: 1

Liczba oddziałów w sieci franczyzowej na dzień 31.12.2021 r.: 0

Liczba pełnoetatowych pracowników (tylko touroperatora) na dzień 31.12.2021 r.: 14

Liczba agentów zewnętrznych (aktywnych) i zmiana procentowa wobec 2020 r.: 2500 –10%

Udział poszczególnych kanałów w sprzedaży całkowitej (udział procentowy):

- a) własny stacjonarny: 10%
- b) własny internetowy: 20%
- c) zewnętrzny stacjonarny: 0%
- d) zewnętrzny internetowy: 70%

IV STRUKTURA PRODUKTOWA

Jaką część w całkowitej sprzedaży imprez turystycznych w 2021 r. stanowiły (wraz ze zmianą procentową wobec 2020 r.):

- a) imprezy czarterowe: 25% (+ 40%)
- b) oparte o regularne linie lotnicze: 65% (+ 40%)
- c) z dojazdem własnym: 10%

Srednia cena imprezy turystycznej na osobę i zmiana procentowa wobec 2020 r.: 3 500,00 (+ 10%)

Jaki był procentowy udział kierunków egzotycznych w ofercie w 2021 r. i jak to się procentowo zmieniło wobec 2020 r.?: Około 70% (10%)

V DANE PROGNOZOWANE

Wyniki sprzedaży za I kwartał 2022 (tylko z działalności wynika-

 **BEST** group
REISEN

*Zima
2023*

- * Emiraty Arabskie
- * Katar
- * Arabia Saudyjska
- * Meksyk
- * Dominikana
- * Jamajka
- * Wyspy Kanaryjskie
- * Miami
- * Tajlandia

*Nas
zima się
nie ima*



jęcej z organizacji imprez turystycznych): 13 439 313,49
Planowana liczba klientów do końca roku obrotowego 2022 (tylko z działalności wynikającej z organizacji imprez turystycznych): 33 000
Planowana realizacja produktu w poszczególnych kwartalach w 2022 r. (proc.):
a) Q1: 20%; b) Q2: 25%; c) Q3: 40%; d) Q4: 15%

Dane potwierdzone przez: Leila Ben Arfi – prezes zarządu. Best Reisen Group Sp. z o.o.

9. L.T.M. LUXURY TRAVEL

Pełna nazwa firmy: L.T.M. Luxury Travel Management Sp. z o.o.
Forma prawna: Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością
Spółki zależne: brak
Właściciele (wg KRS) oraz struktura udziałów: Monika Cebula 40%; Diana Carter 30%; Marek Mazur 30%
Zarząd: Prezes zarządu: Diana Carter; Wiceprezes zarządu: Monika Cebula; Członek zarządu: Marek Mazur
Adres: ul. Hoża 50/23, 00-682 Warszawa
Strona www: www.carter.eu
Osoba odpowiedzialna za kontakty z siecią sprzedaży: Andrzej Tkaczow

Rok powstania firmy: 2003
Kapitał zakładowy: 50 000,00 pln

II WYNIKI ZA 2021 rok

Przyjęty rok obrotowy: 01.01.2021 r. – 31.12.2021 r.
Kapitały własne (fundusze własne) na podstawie rachunku zysku i strat z dnia 31.12.2021 r.: 4 569 186,27

Obroty (przychody) z działalności wynikającej z organizacji imprez turystycznych w 2021 r. (na podstawie rachunku zysku i strat z dnia 31.12.2021 r.):
7 942 256,08 pln

Zysk (strata) netto za r. 2021 z działalności wynikającej z organizacji imprez turystycznych (na podstawie rachunku zysku i strat z dnia 31.12.2021 r.):
992 172,31 pln

Obroty (przychody) z działalności innej niż wynikająca z organizacji imprez turystycznych w 2021 r.: 969 895,46
Zysk (-strata) netto za r. 2021 z działalności innej niż wynikająca z organizacji imprez turystycznych w 2021 r.: 20 072,13

Wysokość i data wygaśnięcia bieżącej gwarancji ubezpieczeniowej:
2 800 000,00 ważna do 24.10.2022 r.
Grupa, zgodnie z ustawą o usługach turystycznych, według której liczona jest gwarancja ubezpieczeniowa (wys. proc.): b.d.

Firma wystawiająca gwarancję ubezpieczeniową: Signal Iduna

Liczba wszystkich wystanych klientów w 2021 r. (dotyczy danych wynikających z organizacji imprez turystycznych): 3 166

III STRUKTURA SPRZEDAŻY

Liczba własnych punktów sprzedaży (sprzedających pod marką touroperatora) na dzień 31.12.2021 r.: 2
Liczba oddziałów w sieci franczyzowej na dzień 31.12.2021 roku: 0
Liczba pełnoetatowych pracowników (tylko touroperatora) na dzień 31.12.2021 r.: 18
Liczba agentów zewnętrznych (aktywnych) i zmiana procentowa wobec 2020 r.: 5 (taka sama jak w 2020 r.)
Udział poszczególnych kanałów w sprzedaży całkowitej (udział proc.):
a) własny stacjonarny: 98%
b) własny internetowy: 0%
c) zewnętrzny stacjonarny: 2%
d) zewnętrzny internetowy: 0%

IV STRUKTURA PRODUKTOWA

Jaką część w całkowitej sprzedaży imprez turystycznych w 2021 r. stanowiły (wraz ze zmianą procentową wobec 2020 r.):
a) imprezy czarterowe: 0%
b) oparte o regularne linie lotnicze: 70%
c) z dojazdem własnym 30%
Średnia cena imprezy turystycznej na osobę i zmiana procentowa wobec 2020 r.:

TAB. 3. TOUROPERATORZY WG WYSOKOŚCI GWARANCJI

Touroperatorzy	Gwarancja 2022 rok	Data wygaśnięcia bieżącej gwarancji
TUI Poland	351 000 000	30.06.2023
Coral Travel	110 000 000	16.09.2022
Rainbow	90 000 000	16.09.2022
Grecos Holiday	68 000 000	16.09.2022
Itaka	66 000 000	15.09.2022
Exim Tours	30 356 604	30.08.2022
Blue Style (Sun&Fun)	15 960 000	22.01.2023
Ecco Holiday	4 535 412	19.06.2022
Almatur	4 396 323	3.09.2022
L.T.M. Luxury Travel	2 800 000	24.10.2022
Logos Travel	2 500 000	25.01.2023
Best Reisen	2 400 000	28.06.2022
Nekera	1 440 000	31.12.2022
BUT	1 137 025	17.09.2022
ETI	850 000	31.12.2022
Flugo	677 726	17.09.2022
HHD (Interhome)	409 365	31.10.2022
Rego-bis	b.d.	27.12.2022
TOP Touristik	b.d.	b.d.
Unique Moments	b.d.	18.01.2023
Wygoda Travel	b.d.	17.09.2022

TAB. 4. TOUROPERATORZY WG RENTOWNOŚCI W 2021 R.

Touroperatorzy	Rentowność (ROS) w 2021 r. w %	Przychody ze sprzedaży w 2021 r. w PLN	Zysk/strata netto w 2021 r. w PLN
Logos Travel	32,5	6 114 181,16	1 984 919,55
Unique Moments	23,7	6 677 891	1 583 618
Almatur	16,1	46 938 319,61	7 505 496,68
Best Reisen	16,0	48 090 085,73	7 658 578,55
Rego-bis	15,5	29 695 860,11	4 602 925,89
Flugo	13,0	9 379 910,27	1 231 874,18
BUT	6,6	7 605 631,40	503 437,40
Itaka	5,1	2 144 000 000,00	110 000 000
Grecos Holiday	5,0	323 075 352,79	16 057 213,09
Ecco Holiday	2,8	14 086 813,61	395 745
L.T.M. Luxury Travel	2,1	47 942 256,08	992 172,31
Rainbow	1,9	1 268 610 000,00	24 562 000
Exim Tours	1,5	333 716 687,64	4 897 946,66
TUI Poland	1,4	1 908 631 334,00	26 957 270
Nekera	0,8	25 150 221,95	201 293,14
Coral Travel	0,7	976 465 503,96	6 737 325,66
HHD (Interhome)	0,6	13 365 430,09	76 580,28
Blue Style	0,4	98 471 969,59	378 138,75
TOP Touristik	b.d.	24 007 010,00	b.d.
ETI	b.d.	11 280 650	b.d.
Wygoda Travel	b.d.	10 007 036,37	b.d.

Średnia w granicach 23 tys zł; wzrost ok 15%
 Jaki był procentowy udział kierunków egzotycznych w ofercie w 2021 r. i jak to się procentowo zmieniło wobec 2020 r.: Egzotyka w 2021 r. była na poziomie 65% podobny rezultat jak w 2020 r.

V DANE PROGNOZOWANE

Wyniki sprzedaży za I kwartał 2022 r. (tylko z działalności wynikającej z organizacji imprez turystycznych): Przychody: 15 801 146,68;
 Zysk netto: 499 478,00
 Planowana liczba klientów do końca roku obrotowego 2022 (tylko z działalności wynikającej z organizacji imprez turystycznych): 3500
 31. Planowana realizacja produktu w poszczególnych kwartałach w 2022 roku (proc.):
 a) Q1: 25%; b) Q2: 25%; c) Q3: 25%; d) Q4: 25%

Dane potwierdzone przez: **Diana Carter, prezes zarządu, Luxury Travel Management Sp. z o.o.**

10. ALMATUR

Pełna nazwa firmy: Grupa Almatour
 Forma prawna: SA

Spółki zależne: brak
 Właściciele (wg KRS) oraz struktura udziałów: os. fizyczne / pod. prawne
 Zarząd: 1 osobowy
 Adres: Oboźna 7/32, Warszawa
 Strona www: Almatour.pl
 Osoba odpowiedzialna za kontakty z siecią sprzedaży: b.d.
 Rok powstania firmy: 1956
 Kapitał zakładowy: 2 000 000zł

II WYNIKI ZA 2021 rok:

8 036 708,68 zł
 Przyjęty rok obrotowy: 2021
 Kapitały własne (fundusze własne) na podstawie rachunku zysku i strat z dnia 31.12.2021 r.: 15 286 056,71zł
 Obroty (przychody) z działalności wynikającej z organizacji imprez turystycznych w 2021 r. (na podstawie rachunku zysku i strat z dnia 31.12.2021 r.):
46 938 319,61 pln

Zysk (strata) netto za rok 2021 z działalności wynikającej z organizacji imprez turystycznych (na podstawie rachunku zysku i strat z dnia 31.12.2021 r.):
7 505 496,68 pln

Obroty (przychody) z działalności innej niż wynikająca z organizacji imprez turystycznych w 2021 r.: 11 695 082,57
 Zysk (-strata) netto za rok 2021 z działalności innej niż wynikająca z organizacji imprez turystycznych w 2021 r.: 531 212 zł

Wysokość i data wygaśnięcia bieżącej gwarancji ubezpieczeniowej:
 4 396 323 do 3.09.2022 r.
 Grupa, zgodnie z ustawą o usługach turystycznych, według której liczona jest gwarancja ubezpieczeniowa (wys. proc.): b.d.
 Firma wystawiająca gwarancję ubezpieczeniową: Signal Iduna
 Liczba wszystkich wystawianych klientów w 2021 r. (dotyczy danych wynikających z organizacji imprez turystycznych): 24712 osób

III STRUKTURA SPRZEDAŻY

Liczba własnych punktów sprzedaży (sprzedających pod marką touroperatora) na dzień 31.12.2021 roku: 11
 Liczba oddziałów w sieci franczyzowej na dzień 31.12.2021 roku: 0
 Liczba pełnoetatowych pracowników (tylko touroperatora) na dzień 31.12.2021 roku: 77
 Liczba agentów zewnętrznych (aktywnych) i zmiana proc. wobec 2020 r.: 930
 Udział poszczególnych kanałów w sprzedaży całkowitej (udział proc.): a) własny stacjonarny: 54 (telefoniczna sprzedaż)
 b) własny internetowy: 34
 c) zewnętrzny stacjonarny: 12
 d) zewnętrzny internetowy:

IV STRUKTURA PRODUKTOWA

Jaką część w całkowitej sprzedaży imprez turystycznych w 2021 roku stanowiły (wraz ze zmianą procentową wobec 2020 roku):
 a) imprezy czarterowe: 1% 2020 — 2%
 b) oparte o regularne linie lotnicze: 1% w 2020 0%

TAB. 5. TOUROPERATORZY WG LICZBY KLIENTÓW W 2021 R.

Touroperatorzy	Liczba klientów		
	2021	2020	2021/2020%
TUI Poland	634 000	b.d.	b.d.
Itaka	616 000	183 000	236,6
Coral Travel	368 424	72 100	411,1
Rainbow	323 900	98 731	228,1
Exim Tours	116 091	36 646	216,8
Grecos Holiday	107 138	33 962	215,5
Blue Style (Sun&Fun)	38 088	11 236	239,0
Almatour	24 712	b.d.	b.d.
Best Reisen	19 316	5 500	251,2
Rego-bis	13 219	2 655	397,9
HHD (Interhome)	13 184	9 425	39,9
TOP Touristik	12 170	5 500	121,3
ETI	5 951	3 462	71,9
Ecco Holiday	4 780	4 703	1,6
BUT	4 500	1 200	275,0
L.T.M. Luxury Travel	3 166	1 612	96,4
Wygoda Travel	2 873	5 318	-46,0
Flugo	640	450	42,2
Unique Moments	500	b.d.	b.d.
Logos Travel	449	199	125,6
Nekera	b.d.	b.d.	b.d.

c) z dojazdem własnym 15% tak samo w 2020
Srednia cena imprezy turystycznej na osobę i zmiana procentowa wobec 2020 roku: 3 500zł nie było zmiany
Jaki był procentowy udział kierunków egzotycznych w ofercie w 2021 r. i jak to się procentowo zmieniło wobec 2020 r.: 3% do 2% w 2020 r.

V DANE PROGNOZOWANE

Wyniki sprzedaży za I kwartał 2022 r. (tylko z działalności wynikającej z organizacji imprez turystycznych): 1 956 211zł
Planowana liczba klientów do końca roku obrotowego 2022 (tylko z działalności wynikającej z organizacji imprez turystycznych): 26 000

31. Planowana realizacja produktu w poszczególnych kwartałach w 2022 r. (procentowo):

a) Q1: 4%; b) Q2: 1%; c) Q3: 93%; d) Q4: 2%

Dane potwierdzone przez: Grzegorz Maciejewski – dyrektor finansowy. Grupa Almatour SA

11. REGO-BIS

Pełna nazwa firmy: Rego-bis
Forma prawna: Spółka z o.o Spółka Komandytowa
Spółki zależne: Spółka z o.o
Właściciele (wg KRS) oraz struktura udziałów:
Komplementariusz tj. Spółka z o.o — 10%,
współnik Gabriela Mańka-Sokullu — 90%
Zarząd: Rego-bis spółka z o.o
Adres: Katowice ul. Kochanowskiego 18/11-12
Strona www: www.rego-bis.pl
Osoba odpowiedzialna za kontakty z siecią sprzedaży:
Justyna Rynkiewicz; e-mail: justyna@rego-bis.pl
Rok powstania firmy: 1993 r.
Kapitał zakładowy: 4 473 461,34 pln

II WYNIKI ZA 2021 rok

Kapitały własne (fundusze własne) na podstawie rachunku zysku i strat z dnia 31.12.2021: - 4 473 461,34 pln

Obroty (przychody) z działalności wynikającej z organizacji imprez turystycznych w 2021 r. (na podstawie rachunku zysku i strat z dnia 31.12.2021 r.):

29 695 860,11 pln

Zysk (strata) netto za rok 2021 z działalności wynikającej z organizacji imprez turystycznych (na podstawie rachunku zysku i strat z dnia 31.12.2021):

4 602 925,89 pln

Obroty (przychody) z działalności innej niż wynikająca z organizacji imprez turystycznych w 2021 r.: b.d.

Zysk (-strata) netto za rok 2021 z działalności innej niż wynikająca z organizacji imprez turystycznych w 2021 r.: b.d.

Wysokość i data wygaśnięcia bieżącej gwarancji ubezpieczeniowej: b.d. 27.12.2022 r.

Grupa, zgodnie z ustawą o usługach turystycznych, według której liczona jest gwarancja ubezpieczeniowa (wys. proc.): 30%
Firma wystawiająca gwarancję ubezpieczeniową: Uniqe S.A

Liczba wszystkich wystanych Klientów w 2021 r. (dotyczy danych wynikających z organizacji imprez turystycznych): 13 219

III STRUKTURA SPRZEDAŻY

Liczba własnych punktów sprzedaży (sprzedających pod marką touroperatora) na dzień 31.12.2021 r.: 4

Liczba oddziałów w sieci franczyzowej na dzień 31.12.2021 r.: 3
Liczba pełnoetatowych pracowników (tylko touroperatora) na dzień 31.12.2021 r.: 22

Liczba agentów zewnętrznych (aktywnych) i zmiana proc. wobec 2020 r.: 1290 — wzrost 18%

Udział poszczególnych kanałów w sprzedaży całkowitej (udział proc.):

- a) własny stacjonarny: 33%
- b) własny internetowy: 14%
- c) zewnętrzny stacjonarny: 40%
- d) zewnętrzny internetowy: 7%

IV STRUKTURA PRODUKTOWA

Jaką część w całkowitej sprzedaży imprez turystycznych w 2021 r. stanowiły (wraz ze zmianą proc. wobec 2020 r.):

- a) imprezy czarterowe: 85%
- b) oparte o regularne linie lotnicze: 5%
- c) z dojazdem własnym — autokarem: 10%

Srednia cena imprezy turystycznej na osobę i zmiana proc. wobec 2020 r.: 2 193 pln

Jaki był procentowy udział kierunków egzotycznych w ofercie w 2021 r. i jak to się proc. zmieniło wobec 2020 r.?:

Egzotykę zaczęliśmy robić w 2022 r., zatem nie ma skali porównawczej

V DANE PROGNOZOWANE

Wyniki sprzedaży za I kwartał 2022 r. (tylko z działalności wynikającej z organizacji imprez turystycznych): 28 112 789,12 pln
Planowana liczba klientów do końca roku obrotowego 2022 r. (tylko z działalności wynikającej z organizacji imprez turystycznych): 34 000

Planowana realizacja produktu w poszczególnych kwartałach w 2022 r. (proc.):

a) Q1: 30%; b) Q2: 50%; c) Q3: 90%; d) Q4: 100%

Dane potwierdzone przez: Gabriela Mańka-Sokullu – współnik Rego-bis Spółka z o.o Spółka Komandytowa

12. NEKERA SP. Z O.O.

Pełna nazwa firmy: NEKERA Sp. z o.o.

Forma prawna: Sp. z o.o.

Spółki zależne: brak

Właściciele (wg KRS) oraz struktura udziałów: Triverna

Sp. z o.o. 75%

Maciej Nykiel 25 %

Zarząd: Maciej Nykiel, prezes zarządu

Adres: Nowogrodzka 49, 00-695 Warszawa

Strona www: nekera.pl

Osoba odpowiedzialna za kontakty z siecią sprzedaży: Artur Bzner, dyrektor handlowy

Rok powstania firmy: 2019 r.

Kapitał zakładowy: 1 500 000,00 pln opłacony w całości

II WYNIKI ZA 2021 rok

Przyjęty rok obrotowy: 2021 r.

Kapitały własne (fundusze własne) na podstawie rachunku zysku i strat z dnia 31.12.2021: 1 500 000,00

Obroty (przychody) z działalności wynikającej z organizacji im-

prez turystycznych w 2021 r. (na podstawie rachunku zysku i strat z dnia 31.12.2021 r.):

25 150 221,95 pln

Zysk (strata) netto za r. 2021 z działalności wynikającej z organizacji imprez turystycznych (na podstawie rachunku zysku i strat z dnia 31.12.2021 r.):

201 293,14 pln

Obroty (przychody) z działalności innej niż wynikająca z organizacji imprez turystycznych w 2021 r.: 166 340,05

Zysk (-strata) netto za r. 2021 z działalności innej niż wynikająca z organizacji imprez turystycznych w 2021 r.: 172.280,26

Wysokość i data wygaśnięcia bieżącej gwarancji ubezpieczeniowej:

1.440.000,00, wyg. 31.12.2022 r.

Grupa, zgodnie z ustawą o usługach turystycznych, według której liczona jest gwarancja ubezpieczeniowa (wys. proc.): pkt. od 1 do 13.

w terminie do 30 dni przed dniem rozpoczęcia imprezy turystycznej lub świadczenia powiązanej usługi turystycznej lub w wysokości do 30% ceny imprezy turystycznej lub powiązanej usługi turystycznej;

Firma wystawiająca gwarancję ubezpieczeniową: TU Europa S.A.

Liczba wszystkich wystanych klientów w 2021 r. (dotyczy danych wynikających z organizacji imprez turystycznych): b.d.

III STRUKTURA SPRZEDAŻY

Liczba własnych punktów sprzedaży (sprzedających pod marką touroperatora) na dzień 31.12.2021 r.: 2

Liczba oddziałów w sieci franczyzowej na dzień 31.12.2021 r.: 58

Liczba pełnoetatowych pracowników (tylko touroperatora) na dzień 31.12.2021 r.: b.d.

Liczba agentów zewnętrznych (aktywnych) i zmiana proc. wobec 2020 r.: 1841

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

IV STRUKTURA PRODUKTOWA

b.d.

V DANE PROGNOZOWANE

b.d.

Dane potwierdzone przez: Maciej Nykiel, prezes zarządu, NEKERA Sp. z o.o.

13. TOP TOURISTIK

Pełna nazwa firmy: TOP Touristik sp. z o.o.

Forma prawna: Sp. z o.o.

Spółki zależne: nie dotyczy

Właściciele (wg KRS) oraz struktura udziałów: Dr Daniel Esavandi, Navid Esavandi

Zarząd: Dr Daniel Esavandi (prezes), Navid Esavandi

Adres: Piekary 6/13, 61-823 Poznań

Strona www: <https://toptouristik.pl/>

Osoba odpowiedzialna za kontakty z siecią sprzedaży:

Maciej Grzelakowski

Rok powstania firmy: 2015 r.

Kapitał zakładowy: 560 000, 00 zł

II WYNIKI ZA 2021 rok

Przyjęty rok obrotowy: 01-01-2021 r. do 31-12-2021 r.
Kapitały własne (fundusze własne) na podstawie rachunku zysku i strat z dnia 31.12.2021 r.: b.d.

Obroty (przychody) z działalności wynikającej z organizacji imprez turystycznych w 2021 r. (na podstawie rachunku zysku i strat z dnia 31.12.2021 r.):
24 007 010,00 pln

Zysk (strata) netto za r. 2021 z działalności wynikającej z organizacji imprez turystycznych (na podstawie rachunku zysku i strat z dnia 31.12.2021 r.):
b.d.

Obroty (przychody) z działalności innej niż wynikająca z organizacji imprez turystycznych w 2021 r.: b.d.
Zysk (-strata) netto za r. 2021 z działalności innej niż wynikająca z organizacji imprez turystycznych w 2021 r.: b.d.

Wysokość i data wygaśnięcia bieżącej gwarancji ubezpieczeniowej: brak
Grupa, zgodnie z ustawą o usługach turystycznych, według której liczona jest gwarancja ubezpieczeniowa (wys. proc.): b.d.
Firma wystawiająca gwarancję ubezpieczeniową: TU Europa

Liczba wszystkich wystanych Klientów w 2021 r. (dotyczy danych wynikających z organizacji imprez turystycznych): 12 170

III STRUKTURA SPRZEDAŻY

Liczba własnych punktów sprzedaży (sprzedających pod marką touroperatora) na dzień 31.12.2021 r.: b.d.
Liczba oddziałów w sieci franczyzowej na dzień 31.12.2021 r.: brak
Liczba pełnoetatowych pracowników (tylko touroperatora) na dzień 31.12.2021 roku: b.d.
Liczba agentów zewnętrznych (aktywnych) i zmiana procentowa wobec 2020 r.: 1762 (zmiana procentowa + 4%)
Udział poszczególnych kanałów w sprzedaży całkowitej (udział proc.):
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 2021 r. stanowiły (wraz ze zmianą procentową wobec 2020 r.):
a) imprezy czarterowe: 10%
b) oparte o regularne linie lotnicze: 90%
c) z dojazdem własnym
Średnia cena imprezy turystycznej na osobę i zmiana procentowa wobec 2020 r.: 2035 zł (wzrost o 20%)
Jaki był procentowy udział kierunków egzotycznych w ofercie w 2021 r. i jak to się procentowo zmieniło wobec 2020 r.: b.d.

V DANE PROGNOZOWANE

Wyniki sprzedaży za I kwartał 2022 r. (tylko z działalności wynikającej z organizacji imprez turystycznych): Ok. 1 000 rezerwacji
Planowana liczba Klientów do końca roku obrotowego 2022 (tylko z działalności wynikającej z organizacji imprez turystycznych): ok. 10 000
Planowana realizacja produktu w poszczególnych kwartałach w 2022 r. (proc.): b.d.

Dane potwierdzone przez: **Dr Daniel Esavandi CEO, TOP Touristik sp. z o.o.**

14. ECCO HOLIDAY

Pełna nazwa firmy: Ecco Holiday
Forma prawna: Sp z o.o.
Spółki zależne: a. Agencja Ratingu Spolecznego; 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 r.
Kapitał zakładowy: 35 100 000,00 zł

II WYNIKI ZA 2021 rok

Przyjęty rok obrotowy: 2021
Kapitały własne (fundusze własne) na podstawie rachunku zysku i strat z dnia 31.12.2021 r.: 231 119 135,63 zł
Obroty (przychody) z działalności wynikającej z organizacji imprez turystycznych w 2021 r. (na podstawie rachunku zysku i strat z dnia 31.12.2021 r.):
14 086 813,61 pln

Zysk (strata) netto za rok 2021 z działalności wynikającej z organizacji imprez turystycznych (na podstawie rachunku zysku i strat z dnia 31.12.2021 r.):
395 745 zł pln

Obroty (przychody) z działalności innej niż wynikająca z organizacji imprez turystycznych w 2021 r.: 109 797 547 zł
Zysk (-strata) netto za rok 2021 z działalności innej niż wynikająca z organizacji imprez turystycznych w 2021 r.: 74.074.759 zł
Wysokość i data wygaśnięcia bieżącej gwarancji ubezpieczeniowej: Ecco Holiday jest zabezpieczone umową ubezpieczenia (nie gwarancją) na kwotę 968 981 euro, obowiązującą do 19 czerwca 2022 r.
Grupa, zgodnie z ustawą o usługach turystycznych, według której liczona jest gwarancja ubezpieczeniowa (wys. proc.): 18% par. 7 p. 2 a) rozporządzenia MF z dn. 27.12.2017 r
Firma wystawiająca gwarancję ubezpieczeniową: Saltus TUW

Liczba wszystkich wystanych Klientów w 2021 roku (dotyczy danych wynikających z organizacji imprez turystycznych): 4 780

III STRUKTURA SPRZEDAŻY

Liczba własnych punktów sprzedaży (sprzedających pod marką touroperatora) na dzień 31.12.2021 r.: Brak punktów własnych
Liczba oddziałów w sieci franczyzowej na dzień 31.12.2021 r.: b.d.
Liczba pełnoetatowych pracowników (tylko touroperatora) na dzień 31.12.2021 r.: 32
Liczba agentów zewnętrznych (aktywnych) i zmiana procentowa wobec 2020 r.: 1556
Udział poszczególnych kanałów w sprzedaży całkowitej (udział procentowy):
a) własny stacjonarny: 24%
b) własny internetowy: 4%

c) zewnętrzny stacjonarny: 38%
d) zewnętrzny internetowy: 34%

IV STRUKTURA PRODUKTOWA

Jaką część w całkowitej sprzedaży imprez turystycznych w 2021 r. stanowiły (wraz ze zmianą procentową wobec 2020 r.):
a) imprezy czarterowe: 0% (zmiana -3% względem 2020 r.)
b) oparte o regularne linie lotnicze: 86% (zmiana -11% względem 2020 r.)
c) z dojazdem własnym: 14% (zmiana +14% względem 2020 r.)
Średnia cena imprezy turystycznej na osobę i zmiana proc. wobec 2020 r.:
2 988 zł w 2021 r.
3 426 zł w 2020 r.
Spadek o 12,8% względem 2020 roku
Jaki był procentowy udział kierunków egzotycznych w ofercie w 2021 r. i jak to się proc. zmieniło wobec 2020 r.: 44%
Zmiana o -37%

V DANE PROGNOZOWANE

Wyniki sprzedaży za I kwartał 2022 (tylko z działalności wynikającej z organizacji imprez turystycznych): - 542 090,13 zł
Planowana liczba Klientów do końca roku obrotowego 2022 (tylko z działalności wynikającej z organizacji imprez turystycznych): 13 948
Planowana realizacja produktu w poszczególnych kwartałach w 2022 r. (proc.):
a) Q1: 10,1%; b) Q2: 22,7%; c) Q3: 42,9%; d) Q4: 24,3%

Dane potwierdzone przez: **Karolina Warzybok, prezes zarządu Ecco Holiday Sp. z o.o.**

15. HHD SP. Z O.O.

Pełna nazwa firmy: HHD Sp. z o.o. (Interhome)
Forma prawna: Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością
Spółki zależne: HHD 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: Olga Paraniak
Rok powstania firmy: 1992 r.
Kapitał zakładowy: 200 500 pln

II WYNIKI ZA 2021 rok

Przyjęty rok obrotowy: 01.11.2020 r.—31.10.2021 r.
Kapitały własne (fundusze własne) na podstawie rachunku zysku i strat z dnia 31.10.2021 r.: 19 052 117,33 pln

Obroty (przychody) z działalności wynikającej z organizacji imprez turystycznych w 2021 r. (na podstawie rachunku zysku i strat z dnia 31.10.2021 r.):
13 365 430,09 pln

Zysk (strata) netto za r. 2021 z działalności wynikającej z organizacji imprez turystycznych (na podstawie rachunku zysku i strat z dnia 31.10.2021 r.):
76 580,28 pln

Obroty (przychody) z działalności innej niż wynikająca z organizacji jednej usługi turystycznej w 2021 r.: 47,69 pln
Zysk (-strata) netto za rok 2021 z działalności innej niż wynikająca z organizacji jednej usługi turystycznej w 2021 r.: 1 333 704,10 pln

Wysokość i data wygaśnięcia bieżącej gwarancji ubezpieczeniowej:

409 365,00 pln / 31.10.2022 r.

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

Firma wystawiająca gwarancję ubezpieczeniową: Signal Iduna

Liczba wszystkich wystawianych Klientów w 2021 r. (dotyczy danych wynikających z organizacji jednej usługi turystycznej): 13 184

III STRUKTURA SPRZEDAŻY

Liczba własnych punktów sprzedaży (sprzedających pod marką touroperatora) na dzień 31.10.2021 r.: 1

Liczba oddziałów w sieci franczyzowej na dzień 31.10.2021 r.: nd

Liczba pełnoetatowych pracowników (tylko touroperatora) na dzień 31.10.2021 r.: 11

Liczba agentów zewnętrznych (aktywnych) i zmiana procentowa wobec 2020 r.: 1 871 / 1,3%

Udział poszczególnych kanałów w sprzedaży całkowitej (udział proc.):

b.d.

IV STRUKTURA PRODUKTOWA

Jaką część w całkowitej sprzedaży imprez turystycznych w 2021 r. stanowiły (wraz ze zmianą procentową wobec 2020 r.):

c) z dojazdem własnym — 100%

Srednia cena jednej usługi turystycznej na osobę i zmiana procentowa wobec 2020 r.: 1 014,00 pln za osobę

Jaki był procentowy udział kierunków egzotycznych w ofercie w 2021 r. i jak to się procentowo zmieniło wobec 2020 r.?: n.d.

V DANE PROGNOZOWANE

Wyniki sprzedaży za I kwartał 2022 r. (tylko z działalności wynikającej z organizacji jednej usługi turystycznej):

3 904 108,45 pln

Planowana liczba klientów do końca roku obrotowego 2022 r. (tylko z działalności wynikającej z organizacji jednej usługi turystycznej): 16000

Planowana realizacja produktu w poszczególnych kwartałach w 2022 r. (procentowo):

a) Q1: 20 %; b) Q2: 25%; c) Q3: 45%; d) Q4: 10%

Dane potwierdzone przez: **Michał Szewczyk**, główny księgowy, HHD Sp. z o.o.

16. ETI SP. Z O.O.

Pełna nazwa firmy: ETI Sp. z o.o.

Forma prawna: Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością

Spółki zależne: Nie

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 r.

Kapitał zakładowy: 88 000 zł

II WYNIKI ZA 2021 ROK

Przyjęty rok obrotowy: 2021

Poniżej prosimy o podanie danych dotyczących 12 miesięcy roku obrotowego zakończonego w dniu 31.12.2021 r.

Kapitały własne (fundusze własne) na podstawie rachunku zysku i strat z dnia 31.12.2021 r.: b.d.

Obroty (przychody) z działalności wynikającej z organizacji imprez turystycznych w 2021 r. (na podstawie rachunku zysku i strat z dnia 31.12.2021 r.):

11 280 650 pln

Zysk (strata) netto za r. 2021 z działalności wynikającej z organizacji imprez turystycznych (na podstawie rachunku zysku i strat z dnia 31.12.2021 r.):

b.d.

Obroty (przychody) z działalności innej niż wynikająca z organizacji imprez turystycznych w 2021 r.: b.d.

Zysk (-strata) netto za rok 2021 z działalności innej niż wynikająca z organizacji imprez turystycznych w 2021 r.: b.d.

Wysokość i data wygaśnięcia bieżącej gwarancji ubezpieczeniowej: 850 000,00 PLN ważna do 31.12.2022 r.

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

Firma wystawiająca gwarancję ubezpieczeniową: HanseMerkur Reiseversicherung AG

Liczba wszystkich wystawianych Klientów w 2021 r. (dotyczy danych wynikających z organizacji imprez turystycznych): 5 951

III STRUKTURA SPRZEDAŻY

Liczba własnych punktów sprzedaży (sprzedających pod marką touroperatora) na dzień 31.12.2021 r.: b.d.

Liczba oddziałów w sieci franczyzowej na dzień 31.12.2021 r.: b.d.

Liczba pełnoetatowych pracowników (tylko touroperatora) na dzień 31.12.2021 r.: 7

Liczba agentów zewnętrznych (aktywnych) i zmiana procentowa wobec 2020 r.: 1465 — 2021: 1455 — 2020

Udział poszczególnych kanałów w sprzedaży całkowitej (udział proc.):

a) własny stacjonarny: b.d.

b) własny internetowy: 10%

c) zewnętrzny stacjonarny: 60%

d) zewnętrzny internetowy: 30%

IV STRUKTURA PRODUKTOWA

Jaką część w całkowitej sprzedaży imprez turystycznych w 2021 r. stanowiły (wraz ze zmianą proc. wobec 2020 r.):

a) imprezy czarterowe: 100%

b) oparte o regularne linie lotnicze: b.d.

c) z dojazdem własnym: b.d.

Srednia cena imprezy turystycznej na osobę i zmiana procentowa wobec 2020 r.: 2600, +15%

Jaki był proc. udział kierunków egzotycznych w ofercie w 2021 r. i jak to się proc. zmieniło wobec 2020 roku?: n/a

V DANE PROGNOZOWANE

b.d.

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

17. 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 zarządu, Krzysztof Wroński — wiceprezes

Adres: Plac Bohaterów Getta 17/14, 30-547 Kraków

Strona www: www.wygodatravel.pl

Osoba odpowiedzialna za kontakty z siecią sprzedaży: Tomasz Pudełko

Rok powstania firmy: 2001 r.

Kapitał zakładowy: 500 000 zł

II WYNIKI ZA 2021 ROK

Przyjęty rok obrotowy: 01.05.2021 r. - 30.04.2022 r. (ze względu na specjalizację zimową przesunięty rok obrotowy).

Kapitały własne (fundusze własne) na podstawie rachunku zysku i strat z dnia 30.04.2022 r.: 1 512 807,87 pln

Obroty (przychody) z działalności wynikającej z organizacji imprez turystycznych w 2021 r. (na podstawie rachunku zysku i strat z dnia 30.04.2022 r.):

10 007 036,37 pln

Zysk (strata) netto za rok 2021 z działalności wynikającej z organizacji imprez turystycznych (na podstawie rachunku zysku i strat z dnia 30.04.2022 r.):

b.d.

Obroty (przychody) z działalności innej niż wynikająca z organizacji imprez turystycznych w 2021 r.: b.d.

Zysk (-strata) netto za rok 2021 z działalności innej niż wynikająca z organizacji imprez turystycznych w 2021 r.: b.d.

Wysokość i data wygaśnięcia bieżącej gwarancji ubezpieczeniowej: 17.09.2022 r.

Grupa, zgodnie z ustawą o usługach turystycznych, według której liczona jest gwarancja ubezpieczeniowa (wys. proc.): 10%

Firma wystawiająca gwarancję ubezpieczeniową: Signal Iduna

Liczba wszystkich wystawianych Klientów w 2021 r. (dotyczy danych wynikających z organizacji imprez turystycznych): 2873

III STRUKTURA SPRZEDAŻY

Liczba własnych punktów sprzedaży (sprzedających pod marką touroperatora) na dzień 31.12.2021 r.: 1

Liczba oddziałów w sieci franczyzowej na dzień 31.12.2021 r.: brak

Liczba pełnoetatowych pracowników (tylko touroperatora) na dzień 31.12.2021 r.: 5

Liczba agentów zewnętrznych (aktywnych) i zmiana proc. wobec 2020 r.: 595

Udział poszczególnych kanałów w sprzedaży całkowitej (udział proc.):

a) własny stacjonarny: 1%

b) własny internetowy: 92%



21 kierunków

GRECJA

— ponad milion zadowolonych klientów!

Jesteśmy specjalistą od

WIELKICH GRECKICH WAKACJI

— *na Grecji znamy się
jak nikt inny*

- ✓ niemal **1,5 mln** zadowolonych Klientów
- ✓ **19** sezonów na rynku
- ✓ **20** greckich kierunków
- ✓ ponad **250** różnorodnych hoteli do wyboru
- ✓ animacje dla całej rodziny w **39** hotelach
- ✓ Nowość w sezonie 2022: **Thassos i Kavala!**
- ✓ nasz zespół to profesjonaliści i pasjonaci Grecji

GRECOS.PL

- c) zewnętrzny stacjonarny: 0%
d) zewnętrzny internetowy: 7%

IV STRUKTURA PRODUKTOWA

Jaką część w całkowitej sprzedaży imprez turystycznych w 2021 r. stanowiły (wraz ze zmianą procentową wobec 2020 r.):

- a) imprezy czarterowe: nie dotyczy
b) oparte o regularne linie lotnicze: 29% (+11%)
c) z dojazdem własnym: 38% (-6%)
d) imprezy autokarowe: 33% (-5%)
Średnia cena imprezy turystycznej na osobę i zmiana procentowa wobec 2020 r.: 3 163 zł (+3,7%)

Jaki był procentowy udział kierunków egzotycznych w ofercie w 2021 r. i jak to się procentowo zmieniło wobec 2020 r.: Nie dotyczy

V DANE PROGNOZOWANE

Wyniki sprzedaży za I kwartał 2022 r. (tylko z działalności wynikającej z organizacji imprez turystycznych): 3 416 866,5 pln
Planowana liczba klientów do końca roku obrotowego 2022 (tylko z działalności wynikającej z organizacji imprez turystycznych): 6450 osób
Planowana realizacja produktu w poszczególnych kwartałach w 2022 r. (proc.):
a) Q1: 55%; b) Q2: 20%; c) Q3: 5%; d) Q4: 20%

Dane potwierdzone przez: **Malwina Grochowska, dyrektor biura Wygoda Travel Sp. z o.o.**

18. BIURO PODRÓŻNIKÓW FLUGO

Pełna nazwa firmy: Biuro Podróżników Flugo Sp. z o.o.
Forma prawna: Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością
Spółki zależne: brak
Właściciele (wg KRS) oraz struktura udziałów: 60% Andreo Grzębowski
40% Michał Brzozowski
Zarząd: Andreo Grzębowski — prezes zarządu
Adres: M. Skłodowskiej-Curie 10, 85-094 Bydgoszcz
Strona www: www.flugo.pl
Osoba odpowiedzialna za kontakty z siecią sprzedaży: Michał Brzozowski, e-mail: m.brzozowski@flugo.pl
Rok powstania firmy: 1992
Kapitał zakładowy: 100 000,00 zł

II WYNIKI ZA 2021 ROK

Przyjęty rok obrotowy: 2021
Kapitały własne (fundusze własne) na podstawie rachunku zysku i strat z dnia 31.12.2021 r.: 3 554 062,38

Obroty (przychody) z działalności wynikającej z organizacji imprez turystycznych w 2021 r. (na podstawie rachunku zysku i strat z dnia 31.12.2021 r.):
9 379 910,27 pln

Zysk (strata) netto za rok 2021 z działalności wynikającej z organizacji imprez turystycznych (na podstawie rachunku zysku i strat z dnia 31.12.2021 r.):
1 231 874,18 pln

Obroty (przychody) z działalności innej niż wynikająca z organizacji imprez turystycznych w 2021 r.: b.d.
Zysk (-strata) netto za rok 2021 z działalności innej niż wynikająca z organizacji imprez turystycznych w 2021 r.: b.d.

Wysokość i data wygaśnięcia bieżącej gwarancji ubezpieczeniowej: 677 726,50 zł, data wygaśnięcia 17.09.2022 r.
Grupa, zgodnie z ustawą o usługach turystycznych, według której liczona jest gwarancja ubezpieczeniowa (wys. proc.): b.d.
Firma wystawiająca gwarancję ubezpieczeniową: Signal Iduna Polska TU S.A.

Liczba wszystkich wystawianych Klientów w 2021 r. (dotyczy danych wynikających z organizacji imprez turystycznych): 640

III STRUKTURA SPRZEDAŻY

Liczba własnych punktów sprzedaży (sprzedających pod marką touroperatora) na dzień 31.12.2021 r.: 1
Liczba oddziałów w sieci franczyzowej na dzień 31.12.2021 r.: b.d.
Liczba pełnoetatowych pracowników (tylko touroperatora) na dzień 31.12.2021 r.: 10
Liczba agentów zewnętrznych (aktywnych) i zmiana procentowa wobec 2020 r.: b.d.
Udział poszczególnych kanałów w sprzedaży całkowitej (udział procentowy):
a) własny stacjonarny: 90%
b) własny internetowy: 10%
c) zewnętrzny stacjonarny: b.d.
d) zewnętrzny internetowy: b.d.

IV STRUKTURA PRODUKTOWA

Jaką część w całkowitej sprzedaży imprez turystycznych w 2021 r. stanowiły (wraz ze zmianą procentową wobec 2020 r.):
a) imprezy czarterowe: 20%
b) oparte o regularne linie lotnicze: 80%
c) z dojazdem własnym:
Średnia cena imprezy turystycznej na osobę i zmiana procentowa wobec 2020 r.: 5 000 zł
Jaki był procentowy udział kierunków egzotycznych w ofercie w 2021 r. i jak to się procentowo zmieniło wobec 2020 roku?: 70%

V DANE PROGNOZOWANE

Wyniki sprzedaży za I kwartał 2022 r. (tylko z działalności wynikającej z organizacji imprez turystycznych): 3 345 243,02
Planowana liczba klientów do końca roku obrotowego 2022 (tylko z działalności wynikającej z organizacji imprez turystycznych): 800
Planowana realizacja produktu w poszczególnych kwartałach w 2022 r. (procentowo):
a) Q1: 20%; b) Q2: 30%; c) Q3: 10%; d) Q4: 40%

Dane potwierdzone przez: **Andreo Grzębowski – prezes zarządu Flugo Biuro Podróżników Sp. z o.o.**

19. BUT

Pełna nazwa firmy: Biuro Usług Turystycznych BUT Sp. z o.o.
Spółka komandytowa

Forma prawna: Spółka komandytowa
Spółki zależne: b.d.
Właściciele (wg KRS) oraz struktura udziałów: b.d.
Zarząd: Krzysztof Maziński
Adres: 02-025 Warszawa, ul. Tarczyńska 5/9
Strona www: kochamwakacje.pl
Osoba odpowiedzialna za kontakty z siecią sprzedaży: Nina Gąsiewska
Rok powstania firmy: 1996
Kapitał zakładowy: b.d.

II WYNIKI ZA 2021 ROK

Przyjęty rok obrotowy 2021 r.
Kapitały własne (fundusze własne) na podstawie rachunku zysku i strat z dnia 31.12.2021 r.: 843 267,24 zł

Obroty (przychody) z działalności wynikającej z organizacji imprez turystycznych w 2021 r. (na podstawie rachunku zysku i strat z dnia 31.12.2021 r.):
7 605 631,40 pln

Zysk (strata) netto za rok 2021 z działalności wynikającej z organizacji imprez turystycznych (na podstawie rachunku zysku i strat z dnia 31.12.2021 r.):
(-) 503 437,40 pln

Obroty (przychody) z działalności innej niż wynikająca z organizacji imprez turystycznych w 2021 r.: 0,00
Zysk (-strata) netto za rok 2021 z działalności innej niż wynikająca z organizacji imprez turystycznych w 2020 r.: 0,00

Wysokość i data wygaśnięcia bieżącej gwarancji ubezpieczeniowej: 1 137 025, 17.09.2022
Grupa, zgodnie z ustawą o usługach turystycznych, według której liczona jest gwarancja ubezpieczeniowa (wys. proc.): powyżej 30%
Firma wystawiająca gwarancję ubezpieczeniową: UNIQA

Liczba wszystkich wystawianych klientów w 2021 r. (dotyczy danych wynikających z organizacji imprez turystycznych): 4500 osób

III STRUKTURA SPRZEDAŻY

Liczba własnych punktów sprzedaży (sprzedających pod marką touroperatora) na dzień 31.12.2021 r.: 1
Liczba oddziałów w sieci franczyzowej na dzień 31.12.2021 r.: brak
Liczba pełnoetatowych pracowników (tylko touroperatora) na dzień 31.12.2021 r.: 10
Liczba agentów zewnętrznych (aktywnych) i zmiana procentowa wobec 2020 r.: 200
Udział poszczególnych kanałów w sprzedaży całkowitej (udział procentowy):
a) własny stacjonarny: 1%
b) własny internetowy: 60%
c) zewnętrzny stacjonarny: 39%
d) zewnętrzny internetowy: 39%

IV STRUKTURA PRODUKTOWA

Jaką część w całkowitej sprzedaży imprez turystycznych w 2021 r. stanowiły (wraz ze zmianą proc. wobec 2020 r.):
a) imprezy czarterowe: 0 — 0%
b) oparte o regularne linie lotnicze: 3%
c) z dojazdem własnym: 0

V DANE PROGNOZOWANE

Wyniki sprzedaży za I kwartał 2022 (tylko z działalności wynikającej z organizacji imprez turystycznych): 1 000 000
Planowana liczba klientów do końca roku obrotowego 2022 (tylko z działalności wynikającej z organizacji imprez turystycznych): 5500
Planowana realizacja produktu w poszczególnych kwartałach w 2021 r. (proc.):
a) Q1: 8%; b) Q2: 0%; c) Q3: 92%; d) Q4: 0%

Dane potwierdzone przez: **Krzysztof Maziński, prezes. Biuro Usług Turystycznych BUT Sp. z o.o. Sp.k.**

20. UNIQUE MOMENTS

Pełna nazwa firmy: Unique Moments Sp. z o.o.
Forma prawna: Sp. z o.o.
Spółki zależne: Unique Moments Sp. z o.o. Sp. komandytowa
Właściciele (wg KRS) oraz struktura udziałów: Tomasz Jamroziński
Zarząd: Tomasz Jamroziński
Adres: ul. Sarnia 4/2, 52-129 Wrocław
Strona www: www.um24.pl
Osoba odpowiedzialna za kontakty z siecią sprzedaży: Tomasz Jamroziński
Rok powstania firmy: 2007 r.
Kapitał zakładowy: 120 000 zł

II WYNIKI ZA 2021 rok

Przyjęty rok obrotowy: 1 styczeń — 31 grudzień 2021 r.
Kapitały własne (fundusze własne) na podstawie rachunku zysku i strat z dnia 31.12.2021 r.: 1 198 270 zł

Obroty (przychody) z działalności wynikającej z organizacji imprez turystycznych w 2021 r. (na podstawie rachunku zysku i strat z dnia 31.12.2021 r.):

6 677 891 pln

Zysk (strata) netto za rok 2021 z działalności wynikającej z organizacji imprez turystycznych (na podstawie rachunku zysku i strat z dnia 31.12.2021 r.):

1 583 618 pln (bez uwzględnienia dotacji 465 835 zł)

Obroty (przychody) z działalności innej niż wynikająca z organizacji imprez turystycznych w 2021 r.: 627 585 zł
Zysk (-strata) netto za rok 2021 z działalności innej niż wynikająca z organizacji imprez turystycznych w 2021 r.: b.d.

Wysokość i data wygaśnięcia bieżącej gwarancji ubezpieczeniowej:
18.01.2023 r.
Grupa, zgodnie z ustawą o usługach turystycznych, według której liczona jest gwarancja ubezpieczeniowa (wys. procentowa): b.d.
Firma wystawiająca gwarancję ubezpieczeniową: TU Signal Iduna SA

Liczba wszystkich wystanych klientów w 2021 r. (dotyczy danych wynikających z organizacji imprez turystycznych): ok. 500 osób

III STRUKTURA SPRZEDAŻY

Liczba własnych punktów sprzedaży (sprzedających pod marką touroperatora) na dzień 31.12.2021 r.: 1

Liczba oddziałów w sieci franczyzowej na dzień 31.12.2021 r.: brak
Liczba pełnoetatowych pracowników (tylko touroperatora) na dzień 31.12.2021 r.: 6
Liczba agentów zewnętrznych (aktywnych) i zmiana procentowa wobec 2020 r.: 120
Udział poszczególnych kanałów w sprzedaży całkowitej (udział procentowy):
a) własny stacjonarny: 10%
b) własny internetowy: 70%
c) zewnętrzny stacjonarny: 10%
d) zewnętrzny internetowy: 10%

IV STRUKTURA PRODUKTOWA

Jaką część w całkowitej sprzedaży imprez turystycznych w 2021 r. stanowiły (wraz ze zmianą procentową wobec 2020 r.):
a) imprezy czarterowe: nie dotyczy
b) oparte o regularne linie lotnicze: 95%
c) z dojazdem własnym 5%
Średnia cena imprezy turystycznej na osobę i zmiana procentowa wobec 2020 r.: Ok. 13 000 zł/os.
Jaki był procentowy udział kierunków egzotycznych w ofercie w 2021 r. i jak to się procentowo zmieniło wobec 2020 r.?: ok. 80%

V DANE PROGNOZOWANE

Wyniki sprzedaży za I kwartał 2022 r. (tylko z działalności wynikającej z organizacji imprez turystycznych): 3 200 000 zł
Planowana liczba klientów do końca roku obrotowego 2022 (tylko z działalności wynikającej z organizacji imprez turystycznych): ok. 630 osób
Planowana realizacja produktu w poszczególnych kwartałach w 2022 r. (proc.):
a) Q1: 35%; b) Q2: 15%; c) Q3: 25%; d) Q4: 25%

Dane potwierdzone przez: **Tomasz Jamroziński, właściciel Unique Moments Sp. z o.o.**

21. 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 Miskiewicz-Śliwka
Rok powstania firmy: 1995
Kapitał zakładowy: b.d.

II WYNIKI ZA 2021 rok

Przyjęty rok obrotowy: 2021
Kapitały własne (fundusze własne) na podstawie rachunku zysku i strat z dnia 31.12.2021 r.: 12 625 481,29 zł

Obroty (przychody) z działalności wynikającej z organizacji im-

prez turystycznych w 2021 r. (na podstawie rachunku zysku i strat z dnia 31.12.2021 r.):

6 114 181,16 pln

Zysk (strata) netto za r. 2021 z działalności wynikającej z organizacji imprez turystycznych (na podstawie rachunku zysku i strat z dnia 31.12.2021 r.): **1 984 919,55 pln**

Obroty (przychody) z działalności innej niż wynikająca z organizacji imprez turystycznych w 2021 r.: 112 457,91 zł
Zysk (-strata) netto za r. 2021 z działalności innej niż wynikająca z organizacji imprez turystycznych w 2021 r.: 87 957,91 zł

Wysokość i data wygaśnięcia bieżącej gwarancji ubezpieczeniowej: 2 500 000 pln do 25.01.2023 r.
Grupa, zgodnie z ustawą o usługach turystycznych, według której liczona jest gwarancja ubezpieczeniowa (wys. proc.): 17%
Firma wystawiająca gwarancję ubezpieczeniową: TU EUROPA S.A.

Liczba wszystkich wystanych klientów w 2021 r. (dotyczy danych wynikających z organizacji imprez turystycznych): 449 os.

III STRUKTURA SPRZEDAŻY

Liczba własnych punktów sprzedaży (sprzedających pod marką touroperatora) na dzień 31.12.2021 r.: Siedziba firmy
Liczba oddziałów w sieci franczyzowej na dzień 31.12.2021 r.: n.d.
Liczba pełnoetatowych pracowników (tylko touroperatora) na dzień 31.12.2021 r.: 16 os.
Liczba agentów zewnętrznych (aktywnych) i zmiana procentowa wobec 2020 r.: 1650
Udział poszczególnych kanałów w sprzedaży całkowitej (udział proc.):
a) własny stacjonarny: 45%
b) własny internetowy: 41%
c) zewnętrzny stacjonarny: 14%
d) zewnętrzny internetowy: nie dotyczy

IV STRUKTURA PRODUKTOWA

Jaką część w całkowitej sprzedaży imprez turystycznych w 2021 r. stanowiły (wraz ze zmianą procentową wobec 2020 r.):
a) imprezy czarterowe: n.d.
b) oparte o regularne linie lotnicze: 100%
c) z dojazdem własnym: n.d.
Średnia cena imprezy turystycznej na osobę i zmiana procentowa wobec 2020 r.: 15 tys. zł wzrost 10%
Jaki był procentowy udział kierunków egzotycznych w ofercie w 2021 r. i jak to się procentowo zmieniło wobec 2020 r.?: 100 %

V DANE PROGNOZOWANE

Wyniki sprzedaży za I kwartał 2022 r. (tylko z działalności wynikającej z organizacji imprez turystycznych): 1 876,22 zł
Planowana liczba klientów do końca roku obrotowego 2022 r. (tylko z działalności wynikającej z organizacji imprez turystycznych): 2 000 os.
Planowana realizacja produktu w poszczególnych kwartałach w 2022 r. (procentowo):
a) Q1: 60%; b) Q2: 70%; c) Q3: 80%; d) Q4: 90%

Dane potwierdzone przez: **Marek Śliwka, Magdalena Śliwka Podworska, Logos Travel Marek Śliwka sp.j**

FIRMY W PORZĄDKU ALFABETYCZNYM – OBROTY PONIZEJ 6 MLN ZŁ.

CT POLAND

Pełna nazwa firmy: CT Poland Sp. z o.o.
 Forma prawna: spółka z ograniczoną odpowiedzialnością
 Spółki zależne: brak
 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 r.
 Kapitał zakładowy: 50 000 zł

II WYNIKI ZA 2021 rok

Przyjęty rok obrotowy: 01.01.2021—31.12.2021 r.
 Poniżej prosimy o podanie danych dotyczących 12 miesięcy roku obrotowego zakończonego w dniu 31.12.2021 r.
 Kapitały własne (fundusze własne) na podstawie rachunku zysku i strat z dnia 31.12.2021 r.: 6 023 627 zł
 Obroty (przychody) z działalności wynikającej z imprez turystycznych w 2021 r. (na podstawie rachunku zysku i strat z dnia 31.12.2021 r.):
1 345 879 pln

Zysk (strata) netto za rok 2021 (na podstawie rachunku zysku i strat z dnia 31.12.2021 r.):
758 988 pln

Obroty (przychody) z działalności innej niż wynikająca z organizacji imprez turystycznych w 2021 r.: 183 024 zł
 Zysk (-strata) netto za rok 2021 z działalności innej niż wynikająca z organizacji imprez turystycznych w 2021 r.: b.d.

Wysokość i data wygaśnięcia bieżącej gwarancji ubezpieczeniowej: 375 000 zł, 28.02.2023 r.
 Grupa, zgodnie z ustawą o usługach turystycznych, według której liczona jest gwarancja ubezpieczeniowa (wys. proc.): 15%
 Firma wystawiająca gwarancję ubezpieczeniową: Signal-Iduna Polska Towarzystwo Ubezpieczeń S.A.

Liczba wszystkich wystanych klientów w 2021 r. (dotyczy danych wynikających z organizacji imprez turystycznych): 85

III STRUKTURA SPRZEDAŻY

Liczba własnych punktów sprzedaży (sprzedających pod marką touroperatora) na dzień 31.12.2021 r.: 1
 Liczba oddziałów w sieci franczyzowej na dzień 31.12.2021 r.: 0
 Liczba pełnoetatowych pracowników (tylko touroperatora) na dzień 31.12.2021 r.: 9
 Liczba agentów zewnętrznych (aktywnych) i zmiana procentowa wobec 2020 r.: 500
 Udział poszczególnych kanałów w sprzedaży całkowitej (udział proc.): b.d.

IV STRUKTURA PRODUKTOWA

Jaką część w całkowitej sprzedaży imprez turystycznych w 2021 r. stanowiły (wraz ze zmianą procentową wobec 2020 r.):
 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 2020 r.: b.d.
 Jaki był proc. udział kierunków egzotycznych w ofercie w 2021 r. i jak to się procentowo zmieniło wobec 2020 r.?: 100%

V DANE PROGNOZOWANE

Wyniki sprzedaży za I kwartał 2022 r. (tylko z działalności wynikającej z organizacji imprez turystycznych): b.d.
 Planowana liczba klientów do końca roku obrotowego 2022 r. (tylko z działalności wynikającej z organizacji imprez turystycznych): b.d.
 Planowana realizacja produktu w poszczególnych kwartałach w 2022 r. (proc.): b.d.

Dane potwierdzone przez: Tomasz Jeleń, wiceprezes. CT Poland Sp. z o.o.

ORKA TRAVEL

Pełna nazwa firmy: Orka Travel Spółka z o. o.
 Forma prawna: Spółka z o. o.
 Spółki zależne: Nie dotyczy
 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 r.
 Kapitał zakładowy: 50 000,00

II WYNIKI ZA 2021 rok

Przyjęty rok obrotowy: 2021 r.
 Kapitały własne (fundusze własne) na podstawie rachunku zysku i strat z dnia 31.12.2021 r.: 1 494 628,31

Obroty (przychody) z działalności wynikającej z organizacji imprez turystycznych w 2021 r. (na podstawie rachunku zysku i strat z dnia 31.12.2021 r.):
1 422 213,38 pln

Zysk (strata) netto za r. 2021 z działalności wynikającej z organizacji imprez turystycznych (na podstawie rachunku zysku i strat z dnia 31.12.2021 r.):
264 253,48 pln

Obroty (przychody) z działalności innej niż wynikająca z organizacji imprez turystycznych w 2021 r.: 289 811,28
 Zysk (-strata) netto za r. 2021 z działalności innej niż wynikająca z organizacji imprez turystycznych w 2021 r.: 54 124,21

Wysokość i data wygaśnięcia bieżącej gwarancji ubezpieczeniowej: 972 846,80 do 31.03.2023 r.
 Grupa, zgodnie z ustawą o usługach turystycznych, według której liczona jest gwarancja ubezpieczeniowa (wys. proc.): Grupa I — 17%
 Firma wystawiająca gwarancję ubezpieczeniową: Signal Iduna TU.S.A.

Liczba wszystkich wystanych klientów w 2021 r. (dotyczy danych wynikających z organizacji imprez turystycznych): 251

III STRUKTURA SPRZEDAŻY

Liczba własnych punktów sprzedaży (sprzedających pod marką touroperatora) na dzień 31.12.2021 r.: 1
 Liczba oddziałów w sieci franczyzowej na dzień 31.12.2021 r.: n.d.
 Liczba pełnoetatowych pracowników (tylko touroperatora) na dzień 31.12.2021 r.: 4 osoby
 Liczba agentów zewnętrznych (aktywnych) i zmiana procentowa wobec 2020 r.: 1200 — zmiana 0 % wobec 2020 r.
 Udział poszczególnych kanałów w sprzedaży całkowitej (udział proc.):
 a) własny stacjonarny: 5%
 b) własny internetowy: 55 %
 c) zewnętrzny stacjonarny: 20 %
 d) zewnętrzny internetowy: 20 %

IV STRUKTURA PRODUKTOWA

Jaką część w całkowitej sprzedaży imprez turystycznych w 2021 r. stanowiły (wraz ze zmianą procentową wobec 2020 r.):
 a) imprezy czarterowe: 0% — zmiana 0 % wobec 2020 r.
 b) oparte o regularne linie lotnicze: 100 % — zmiana 0% wobec 2020 r.
 c) z dojazdem własnym: 0% — zmiana 0% wobec 2020 r.
 Średnia cena imprezy turystycznej na osobę i zmiana procentowa wobec 2020 roku: 5 666,19 — zmiana + 62% wobec 2020 r.
 Jaki był proc. udział kierunków egzotycznych w ofercie w 2021 r. i jak to się proc. zmieniło wobec 2020 r.?: 30% — zmiana + 10% wobec 2020 r.

V DANE PROGNOZOWANE

Wyniki sprzedaży za I kwartał 2022 r. (tylko z działalności wynikającej z organizacji imprez turystycznych): 45 803,32
 Planowana liczba klientów do końca roku obrotowego 2022 (tylko z działalności wynikającej z organizacji imprez turystycznych): 200
 Planowana realizacja produktu w poszczególnych kwartałach w 2022 r. (proc.):
 a) Q1: 10%; b) Q2: 15%; c) Q3: 50%; d) Q4: 25%

Dane potwierdzone przez: Ewa Kleszczowska, główna księgowa Orka Travel Spółka z o. o.

PRIMA HOLIDAY SP. Z O.O.

Pełna nazwa firmy: Prima Holiday sp. z o.o.
 Forma prawna: Sp z o.o.
 Spółki zależne: brak
 Właściciele (wg KRS) oraz struktura udziałów: Sadok Lili 51%, Maher Lili 39%, Agnieszka Białczyk-Stachowicz 10%
 Zarząd: Maher Lili (prezes zarządu), Agnieszka Białczyk-Stachowicz (prokurent)
 Adres: Pl Joachima Lelewela 18, 01-624 Warszawa
 Strona www: www.primaholiday.pl
 Osoba odpowiedzialna za kontakty z siecią sprzedaży: Rafał Wasiak
 Rok powstania firmy: 2012 r.
 Kapitał zakładowy: 500 000 pln

II WYNIKI ZA 2021 rok

Przyjęty rok obrotowy: 2021 r.
Kapitały własne (fundusze własne) na podstawie rachunku zysku i strat z dnia 31.12.2021 r.: b.d.
Obroty (przychody) z działalności wynikającej z organizacji imprez turystycznych w 2021 r. (na podstawie rachunku zysku i strat z dnia 31.12.2021 r.):
b.d.

Zysk (strata) netto za rok 2021 z działalności wynikającej z organizacji imprez turystycznych (na podstawie rachunku zysku i strat z dnia 31.12.2021 r.):
+ 514 699,59 pln

Obroty (przychody) z działalności innej niż wynikająca z organizacji imprez turystycznych w 2021 r.: 15 556 712,48
Zysk (-strata) netto za r. 2021 z działalności innej niż wynikająca z organizacji imprez turystycznych w 2021 r.: b.d.

Wysokość i data wygaśnięcia bieżącej gwarancji ubezpieczeniowej:
do 16.12.2022 r. na kwotę 2 400 000 pln
Grupa, zgodnie z ustawą o usługach turystycznych, według której liczona jest gwarancja ubezpieczeniowa (wys. proc.): 12%
Firma wystawiająca gwarancję ubezpieczeniową: Ergo Ubezpieczenie Podróży

Liczba wszystkich wystawianych Klientów w 2021 r. (dotyczy danych wynikających z organizacji imprez turystycznych): 4788

III STRUKTURA SPRZEDAŻY

Liczba własnych punktów sprzedaży (sprzedających pod marką touroperatora) na dzień 31.12.2021 r.: 1
Liczba oddziałów w sieci franczyzowej na dzień 31.12.2021 r.: 0
Liczba pełnoetatowych pracowników (tylko touroperatora) na dzień 31.12.2021 r.: 6
Liczba agentów zewnętrznych (aktywnych) i zmiana procentowa wobec 2020 r.: 1250
Udział poszczególnych kanałów w sprzedaży całkowitej (udział proc.):
a) własny stacjonarny: 1%
b) własny internetowy: 5%
c) zewnętrzny stacjonarny: 60 %
d) zewnętrzny internetowy: 34%

IV STRUKTURA PRODUKTOWA

Jaką część w całkowitej sprzedaży imprez turystycznych w 2021 r. stanowiły (wraz ze zmianą procentową wobec 2020 r.):
a) imprezy czarterowe: 67 %
b) oparte o regularne linie lotnicze: 28%
c) z dojazdem własnym 5%
Średnia cena imprezy turystycznej na osobę i zmiana procentowa wobec 2020 r.: 3249 pln
Jaki był proc. udział kierunków egzotycznych w ofercie w 2021 r. i jak to się procentowo zmieniło wobec 2020 r.?: 15% (+ 8%)

V DANE PROGNOZOWANE

Wyniki sprzedaży za I kwartał 2022 r. (tylko z działalności wynikającej z organizacji imprez turystycznych): + 180 000
Planowana liczba klientów do końca roku obrotowego 2022 (tylko z działalności wynikającej z organizacji imprez turystycznych): 7 500
Planowana realizacja produktu w poszczególnych kwartałach w 2022 r. (proc.):
a) Q1: 15%; b) Q2: 20%; c) Q3: 50 %; d) Q4: 15%

Dane potwierdzone przez: Maher Lili,
prezes zarządu Prima Holiday Sp. z o.o.

SIGMA TRAVEL

Pełna nazwa firmy: Sigma Travel Sp. o.o.
Forma prawna: Sp. z o.o.
Spółki zależne: brak
Właściciele (wg KRS) oraz struktura udziałów: Wiesław Chmielewski, Rafał Chmielewski, Filip Chmielewski
Zarząd: Rafał Chmielewski, Ewa Potapowicz
Adres: ul. Marszałkowska 140, Warszawa
Strona www: www.sigma-travel.com.pl
Osoba odpowiedzialna za kontakty z siecią sprzedaży: Rafał Chmielewski
Rok powstania firmy: 1989 r.
Kapitał zakładowy: 1 500 000

II WYNIKI ZA 2021 rok

Przyjęty rok obrotowy: 2021
Kapitały własne (fundusze własne) na podstawie rachunku zysku i strat z dnia 31.12.2021 r.: 1 777 672,37

Obroty (przychody) z działalności wynikającej z organizacji imprez turystycznych w 2021 r. (na podstawie rachunku zysku i strat z dnia 31.12.2021 r.):
556 090,50 pln

Zysk (strata) netto za rok 2021 z działalności wynikającej z organizacji imprez turystycznych (na podstawie rachunku zysku i strat z dnia 31.12.2021 r.):
174 136,95 pln

Obroty (przychody) z działalności innej niż wynikająca z organizacji imprez turystycznych w 2021 r.: 1 427 291,24
Zysk (-strata) netto za rok 2021 z działalności innej niż wynikająca z organizacji imprez turystycznych w 2021 r.: 53 081,22

Wysokość i data wygaśnięcia bieżącej gwarancji ubezpieczeniowej:
413 001 EUR / 18.04.2023 r.
Grupa, zgodnie z ustawą o usługach turystycznych, według której liczona jest gwarancja ubezpieczeniowa (wys. proc.): 18%
Firma wystawiająca gwarancję ubezpieczeniową: TU Europa

Liczba wszystkich wystawianych klientów w 2021 r. (dotyczy danych wynikających z organizacji imprez turystycznych): 200

III STRUKTURA SPRZEDAŻY

Liczba własnych punktów sprzedaży (sprzedających pod marką touroperatora) na dzień 31.12.2021 r.: 1
Liczba oddziałów w sieci franczyzowej na dzień 31.12.2021 r.: 0
Liczba pełnoetatowych pracowników (tylko touroperatora) na dzień 31.12.2021 r.: 5
Liczba agentów zewnętrznych (aktywnych) i zmiana procentowa wobec 2020 r.: 50
Udział poszczególnych kanałów w sprzedaży całkowitej (udział proc.):
a) własny stacjonarny: 25%
b) własny internetowy: 65%
c) zewnętrzny stacjonarny: 5%
d) zewnętrzny internetowy: 5%

IV STRUKTURA PRODUKTOWA

Jaką część w całkowitej sprzedaży imprez turystycznych w 2021 r.

stanowiły (wraz ze zmianą procentową wobec 2020 r.):
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 2020 r.: 5000 pln (bez znaczącej zmiany)
Jaki był procentowy udział kierunków egzotycznych w ofercie w 2021 r. i jak to się procentowo zmieniło wobec 2020 r.?: 50% (bez znaczącej zmiany)

V DANE PROGNOZOWANE

Wyniki sprzedaży za I kwartał 2022 (tylko z działalności wynikającej z organizacji imprez turystycznych): b.d.
Planowana liczba klientów do końca roku obrotowego 2022 (tylko z działalności wynikającej z organizacji imprez turystycznych): 1000
Planowana realizacja produktu w poszczególnych kwartałach w 2022 r. (proc.):
a) Q1: 0%; b) Q2: 35%; c) Q3: 30%; d) Q4: 35%

Dane potwierdzone przez: Rafał Chmielewski,
prezes zarządu Sigma Travel Sp. o.o.

STUDENT TRAVEL

Pełna nazwa firmy: ST Sp. z o.o. Spółka Komandytowa
Forma prawna: Spółka komandytowa
Spółki zależne: b.d.
Właściciele (wg KRS) oraz struktura udziałów: Rafał Barański (50%), Katarzyna Barańska (50%)
Zarząd: Rafał Barański — prezes zarządu
Adres: ul. Zuchów 2/34, 20-047 Lublin
Strona www: www.st.pl
Osoba odpowiedzialna za kontakty z siecią sprzedaży:
Rafał Barański
Rok powstania firmy: 2019 r.
Kapitał zakładowy: b.d.

II WYNIKI ZA 2021 rok

Przyjęty rok obrotowy: 2021 r.
Kapitały własne (fundusze własne) na podstawie rachunku zysku i strat z dnia 31.12.2021 r.: b.d.

Obroty (przychody) z działalności wynikającej z organizacji imprez turystycznych w 2021 r. (na podstawie rachunku zysku i strat z dnia 31.12.2021 r.):
b.d.

Zysk (strata) netto za rok 2021 z działalności wynikającej z organizacji imprez turystycznych (na podstawie rachunku zysku i strat z dnia 31.12.2021 r.):
b.d.

Obroty (przychody) z działalności innej niż wynikająca z organizacji imprez turystycznych w 2021 r.: b.d.
Zysk (-strata) netto za rok 2021 z działalności innej niż wynikająca z organizacji imprez turystycznych w 2021 r.: b.d.

Wysokość i data wygaśnięcia bieżącej gwarancji ubezpieczeniowej:
677 726,50 pln do 27.10.2022 r.
Grupa, zgodnie z ustawą o usługach turystycznych, według której liczona jest gwarancja ubezpieczeniowa (wys. procento-

wa): b.d.

Firma wystawiająca gwarancję ubezpieczeniową: Wiener TU Vienna Insurance Group

Liczba wszystkich wystanych klientów w 2021 r. (dotyczy danych wynikających z organizacji imprez turystycznych): 3528

III STRUKTURA SPRZEDAŻY

Liczba własnych punktów sprzedaży (sprzedających pod marką touroperatora) na dzień 31.12.2021 roku: 0

Liczba oddziałów w sieci franczyzowej na dzień 31.12.2021 r.: 0

Liczba pełnoetatowych pracowników (tylko touroperatora) na dzień 31.12.2021 r.: 3

Liczba agentów zewnętrznych (aktywnych) i zmiana procentowa wobec 2020 r.: 0

Udział poszczególnych kanałów w sprzedaży całkowitej (udział proc.):

- 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 2021 r. stanowiły (wraz ze zmianą procentową wobec 2020 r.):

- a) imprezy czarterowe: 0% (-100%)
- b) oparte o regularne linie lotnicze: 9% (+300%)
- c) z dojazdem własnym 1% (+/- 0%)

Srednia cena imprezy turystycznej na osobę i zmiana procentowa wobec 2020 r.:

1504,00 PLN (+ 0,00%)

Jaki był procentowy udział kierunków egzotycznych w ofercie w 2021 r. i jak to się procentowo zmieniło wobec 2020 r.?: 0% (-100%)

V DANE PROGNOZOWANE

Wyniki sprzedaży za I kwartał 2022 r. (tylko z działalności wynikającej z organizacji imprez turystycznych): Obrót 1 102 057 zł
Planowana liczba klientów do końca roku obrotowego 2022 (tylko z działalności wynikającej z organizacji imprez turystycznych): 8 000 osób

Planowana realizacja produktu w poszczególnych kwartałach w 2022r. (proc.):

- a) Q1: 10%; b) Q2: 15%; c) Q3: 65%; d) Q4: 10%

Dane potwierdzone przez: Karol Sylwestrzak, ST Sp. z o.o. Spółka Komandytowa

TRADE & TRAVEL COMPANY

Pełna nazwa firmy: Trade & Travel Company — Konsorcjum.PL

Forma prawna: Sp. z o.o.

Spółki zależne: Brak

Właściciele (wg KRS) oraz struktura udziałów: Artur Matiaszczyk, prezes zarządu (52); Barbara Lądzińska, dyrektor generalny (59)

Zarząd: jak wyżej

Adres: Siedziba: Piotrkowska 92, 90-103 Łódź

Oddział: Koszykowa 53, 00-659 Warszawa

Strona www: konsorcjum.pl; wizowanie.com;

pielgrzymki.konsorcjum.com.pl

Osoba odpowiedzialna za kontakty z siecią sprzedaży:

Barbara Lądzińska

Rok powstania firmy: 1988

Kapitał zakładowy: 60 000 zł

II WYNIKI ZA 2021 rok

Przyjęty rok obrotowy: 2021

Kapitały własne (fundusze własne) na podstawie rachunku zysku i strat z dnia 31.12.2021 r.: 3 769 002,31 zł

Obroty (przychody) z działalności wynikającej z organizacji imprez turystycznych w 2021 r. (na podstawie rachunku zysku i strat z dnia 31.12.2021):

1 683 757,86 pln

Zysk (strata) netto za rok 2021 z działalności wynikającej z organizacji imprez turystycznych (na podstawie rachunku zysku i strat z dnia 31.12.2021):

- 1 136 827,50 pln

Obroty (przychody) z działalności innej niż wynikająca z organizacji imprez turystycznych w 2021 r.: 2 149 845,86 zł

Zysk (-strata) netto za rok 2021 z działalności innej niż wynikająca z organizacji imprez turystycznych w 2021 r.: 1 662 952,55 zł

Wysokość i data wygaśnięcia bieżącej gwarancji ubezpieczeniowej:

1 800 000,01 zł do 17.09.2022 r.

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

Firma wystawiająca gwarancję ubezpieczeniową: Uniqa Towarzystwo Ubezpieczeniowe S.A.

Liczba wszystkich wystanych klientów w 2021 r. (dotyczy danych wynikających z organizacji imprez turystycznych): 1150

III STRUKTURA SPRZEDAŻY

Liczba własnych punktów sprzedaży (sprzedających pod marką touroperatora) na dzień 31.12.2021 r.: 2

Liczba oddziałów w sieci franczyzowej na dzień 31.12.2021 r.: 0

Liczba pełnoetatowych pracowników (tylko touroperatora) na dzień 31.12.2021 r.: 9

Liczba agentów zewnętrznych (aktywnych) i zmiana procentowa wobec 2020 r.: 670

Udział poszczególnych kanałów w sprzedaży całkowitej (udział proc.):

- 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 2021 r. stanowiły (wraz ze zmianą proc. wobec 2020 r.):

- a) imprezy czarterowe: 0
- b) oparte o regularne linie lotnicze: 78%
- c) z dojazdem własnym 22%

Srednia cena imprezy turystycznej na osobę i zmiana proc. wobec 2020 r.: 4 700 zł

Jaki był procentowy udział kierunków egzotycznych w ofercie w 2021 r. i jak to się proc. zmieniło wobec 2020 r.?: 80%

V DANE PROGNOZOWANE

Wyniki sprzedaży za I kwartał 2022 r. (tylko z działalności wynikającej z organizacji imprez turystycznych): -55 346

Planowana liczba klientów do końca roku obrotowego 2022 (tylko z działalności wynikającej z organizacji imprez turystycznych): 16 – 17 tys.

Planowana realizacja produktu w poszczególnych kwartałach w 2022 r. (proc.):

- a) Q1: 4%; b) Q2: 12%; c) Q3: 34%; d) Q4: 50%

Dane potwierdzone przez: Joanna Szydłowska-Bartniak, dyrektor operacyjny, prokurent, Trade & Travel Company Sp. 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

LUDZIE, BIZNES
WIEDZA, PRAKTYKA
KOMPETENCJE



BEZPOŚREDNIO DREAMLINEREM

poczuj różnicę,

ZANZIBAR
MALEDIWY
DOMINIKANA
MADAGASKAR
TAJLANDIA
KUBA

