

Plany wakacyjne Polaków raport z badania Holiday Barometr

ID artykułu: 57745 / 10946

URL: <http://www.publikuj.org/57745>

Wakacje za pasem morze, góry, a może mniej standardowe pomysły? Aż 61% Polaków ma już sprecyzowane plany na wakacje 2019, zamierzają na nie wydać średnio 4 341 zł i odpoczywać blisko 2 tyg. wynika z najnowszego badania Holiday Barometer zrealizowanego przez IPSOS w 12 krajach świata na zlecenie Europ Assistance.

Budżet Polaków przeznaczony na wakacje 2019 nie skurczył się w stosunku do zeszłorocznej edycji badania i w porównaniu do innych krajów europejskich ujętych w badaniu Szwajcarii, Austrii, Niemiec, Belgii, Francji, Wielkiej Brytanii, Hiszpanii, Włoch, Portugalii jest najskromniejszy.

Na 10 badanych krajów europejskich mieszkańcy pięciu z nich wydadzą poniżej 2 tys. EUR (Wielka Brytania, Hiszpania, Włochy, Portugalia i Polska). Kwotę między 2 a 4 tys. EUR przeznaczą mieszkańcy czterech krajów (Austrii, Niemczech, Belgii i Francji). Najbogatsze wakacje będą mieli Szwajcarzy, którzy zamierzają na nie przeznaczyć ponad 3 tys. EUR.

Prawie dwa tygodnie, najchętniej tam gdzie jest dużo słońca i morze

Średni czas odpoczynku Polaków wyniesie około dwóch tygodni dokładnie 1, 8 dnia i jest to tyle samo co średnia dla wszystkich badanych krajów europejskich. Dla porównania Europejczycy będą odpoczywali dłużej niż Amerykanie, których średnia wynosi 1, 4 tyg., ale krócej niż Brazylijczycy 2, 2 tyg.

Połowa Polaków 52%, którzy mają już plany wakacyjne zamierza spędzić je w kraju. Jest to zarazem jeden z najwyższych wskaźników na tle innych badanych krajów europejskich. Także Francuzi deklarują chęć spędzenia nadchodzących wakacji w swoim kraju 56% oraz Hiszpanie 51%. Jeśli już urlop granicą, to Polacy najchętniej w poszukiwaniu relaksu i słońca wybierają się na południe Europy a tegoroczne top 3 wybieranych destynacji to Włochy/Grecja, Hiszpania i Chorwacja. Warto również dodać, że Chorwację oprócz Polaków wskazali w badaniu tylko jeszcze Czesi. Europejczycy w badaniu jednoznacznie też rozstrzygnęli dylemat: wakacje nad morzem czy w górach? Większość z badanych 62% wybrało morze (taki sam wynik w Polsce).

Co decyduje o wyborze miejsca wypoczynku

Jako kluczowy element decydujący o miejscu wakacji, badani we wszystkich krajach objętych ankietą wskazali budżet czyli kwota jaką dysponują i są w stanie przeznaczyć na urlop. Na kolejnych miejscach Europejczycy wymienili klimat/warunki pogodowe oraz oferta atrakcje jakie ich czekają w danym miejscu. Ważne choć niekluczowe były także zagadnienia związane z bezpieczeństwem - możliwość wystąpienia ataków terrorystycznych oraz z ryzyko narażenia na szwank zdrowia. Okazuje się także, że coraz większe znaczenie odgrywają kwestie ekologiczne środowiskowe. Z badania wynika, że w przypadku 26% Polaków tzw. ślad ekologiczny ma kluczowe znaczenie na wybór miejsca w którym będą odpoczywali.

Europejczycy wakacje 2019 spędzą w gronie najbliższych: partnerem - 71% (mąż, żona, partner/partnerka życiowa) i z dziećmi 34%. Same plany wakacyjne nie są skomplikowane chodzi po prostu o wypoczynek i relax 54%, radość wynikającą z czasu spędzonego w gronie najbliższych/rodziny 45%, a także poznawanie

nowych kultur
i możliwość zupełnej zmiany otoczenia 42%.

Pracować czy nie pracować na urlopie oto jest pytanie (?)

Polacy chętnie odcinają się od pracy w czasie wakacji a przynajmniej tak deklaruje 67% z nich. Tym samym nie odbiegają znacząco od średniej europejskiej, która wynosi 69%. Wśród Europejczyków, którzy zadeklarowali, że będą aktywni zawodowo w trakcie wakacji, najwięcej, bo 46% potwierdziło, że będzie to nie mniej niż 30 min, ale też nie więcej niż 2 godziny w ciągu tygodnia.

Okazje i atrakcyjne oferty mają znaczenie

Okazuje się, że dominującym typem podróżnika-turysty jest internauta. Europejczycy najchętniej kupują urlop w sieci. Co ważne, podchodzą do zakupu urlopu selektywnie tzn. nim zrealizują transakcję, surfują po internecie szukając najlepszych dla siebie ofert działa tak 34% Europejczyków, a w przypadku osób do 35 r.ż. ten wskaźnik jest wyższy i wynosi 39%. Jeśli chodzi o moment zakupu wyjazdu, to zdecydowana większość Europejczyków 74% finalizuje transakcję miesiąc przed wyjazdem lub jeszcze wcześniej. W przypadku Polski ten wskaźnik jest najniższy i wynosi 59%. Polacy najczęściej finalizują zakup w terminie poniżej miesiąca przed rozpoczęciem urlopu działa w ten sposób 41% badanych i jest to zarazem najwyższy odsetek w Europie.

Absolutne must-see

Respondenci we wszystkich krajach zostali również zapytani o obiekty, które najbardziej chcieliby zobaczyć lub miejsca które chcieliby odwiedzić. W przypadku Polaków, top 3 najczęstszych odpowiedzi to: Wieża Eiffla 12%, Piramidy 9%, Wielki Mur Chiński 9%. Wśród innych miejsc wskazanych przez Polaków, które nie znalazły się w pierwszej 10 podawanej przez Europejczyków są także: Watykan, Luwr i Wawel.

Link do pełnej wersji raportu (wersja angielska)

<https://www.europ-assistance.com/medias/pdfs/1559636772267.pdf>

Badanie online zostało zrealizowane przez IPSOS na zlecenie Europ Assistance w okresie 18.03-10.04.2019 r. we Francji, Belgii, Niemczech, Austrii, Szwajcarii, Polsce, Hiszpanii, Włoszech, Portugalii, Wielkiej Brytanii, Stanach Zjednoczonych, Brazylii, Chinach i Indiach. W każdym z krajów badanie przeprowadzono na reprezentatywnej próbie. Łącznie wzięło w nim udział 12 000 osób. W każdym z krajów badanie przeprowadzono na reprezentatywnej próbie.

O GRUPIE EUROP ASSISTANCE Europ Assistance, twórca idei assistance i założyciel tej branży na świecie, powstała w 1963 roku. Wspiera klientów dzięki sieci 750 000 dostawców usług i 39 centrów pomocy. Naszą misją jest niesienie pomocy i poczucia bezpieczeństwa ludziom i firmom zawsze i wszędzie. Zapewniamy pomoc drogową, pomoc w podróży i ubezpieczenia, a także usługi pomocy osobistej, takie jak ochrona osób starszych, ochrona tożsamości cyfrowej, telemedycyna i Conciergerie. Wizją naszych 7 765 pracowników jest być najbardziej niezawodną firmą na świecie. Europ Assistance jest częścią Grupy Generali, jednego z wiodących ubezpieczycieli na świecie

Aktywacja: 14/06/19 15:37, odsłony: 112