

CHARAKTERYSTYKA TARGÓW I RYNKU

Międzynarodowe Targi Turystyczne **FITUR** to jedna z największych i najważniejszych światowych imprez turystycznych.

Organizator targów: hiszpańska firma IFEMA FERIA DE MADRID.

Miejsce targów: Kompleks Wystawienniczy Parque Ferial Juan Carlos I

Powierzchnia wystawiennicza targów (2008): netto 100.499 m², brutto 200.000 m² *

Liczba wystawców (firm) 2008: 13.530 (874 głównych stoisk) ze 170 krajów, z czego 491 stoisk to stoiska hiszpańskie a 383 to stoiska zagraniczne. *

Liczba uczestników (2008): 255.8170 z czego 71.868 to profesjonaliści. Targi odwiedziło 98.518 publiczności. *

Charakter targów: promocyjno-handlowy.

Najczęściej zadawane pytania przez odwiedzających polskie stoisko narodowe dotyczyły (rok 2008):

1. Ogólnych informacji o Polsce: języka, pogody, kuchni dróg, wymiany pieniędzy, bezpieczeństwa, dostępności tanich linii lotniczych w Polsce, połączeń komunikacyjnych wewnątrz Polski itp.
2. Szczegółowych informacji n/t turystyki przyjazdowej do Polski w zakresie: turystyki kulturowej i pobytów w polskich miastach, turystyki pielgrzymkowej, uzdrowisk i Spa, pakietów weekendowych, turystyki aktywnej (trasy turystyczne, trasy rowerowe, polowania), agroturystyki, natury i parków narodowych, bazy noclegowej (pobyty na campingach), turystyki młodzieżowej, oferty wyjazdów indywidualnych i zorganizowanych, turystyki motywacyjnej, turystyki biznesowej i konferencyjnej.

Najbardziej poszukiwane materiały promocyjne (rok 2008):

Kluczem do sukcesu promocji regionu, miasta, oferty handlowej firmy turystycznej jest nadal przygotowanie materiałów w języku hiszpańskim. Materiały te winny posiadać oprócz informacji ogólnych, sporo informacji praktycznych (dojazd do obiektu, informacje na temat transportu miejskiego, szlaki turystyczne).

Najbardziej poszukiwane materiały to mapy Polski, mapy regionów, mapy miast, broszury z hotelami oraz innego typu zakwaterowaniem (w tym agroturystyczne), rozkład jazdy pociągów oraz foldery tematyczne (np. zamki czy kuchnia polska) - z dużym zróżnicowaniem tematów.

Odwiedzający polskie stoisko narodowe (rok 2008): touroperatorzy i turyści indywidualni – zainteresowanie duże.

Potencjał rynku hiszpańskiego:

Ruch przyjazdowy z Hiszpanii do Polski od lat wykazuje niezmienną tendencję wzrostową. Po przystąpieniu Polski do Unii Europejskiej, w latach 2004-2007, liczba przyjazdów wzrosła ponad dwukrotnie: z 57,1 do 118,5 tys, natomiast liczba turystów hiszpańskich korzystających z rejestrowanej bazy noclegowej o 66%: z 78,1 do 119,2 tys. Z porównania liczby przyjazdów z liczbą korzystających z bazy wynika, że przynajmniej część turystów hiszpańskich korzysta podczas pobytu w Polsce z kilku obiektów noclegowych.

Według najnowszych danych Instytutu Turystyki w pierwszym kwartale 2008 roku liczba Hiszpanów korzystających z bazy noclegowej wzrosła o 38% w stosunku do tego samego okresu 2007 roku, a liczba udzielonych noclegów o 29%.

Odnotowuje się coraz większe zainteresowanie turystyką miejską, ofertą kulturalną odwiedzanych miast, szczególnie Krakowa, i Warszawy, ostatnio do listy modnych miast dołączyły Wrocław, Gdańsk i Toruń.

* dane organizatorów

W obszarze zainteresowań Hiszpanów znajdują się również polskie parki narodowe, turystyka aktywna /trasy turystyczne, trasy rowerowe, polowania/, turystyka młodzieżowa, turystyka uzdrowiskowa i Spa, pakiety weekendowe, turystyka biznesowa, turystyka i konferencyjna, turystyka religijna i agroturystyka.

Polska jest odbierana jako kraj bliski, bezpieczny i tym samym coraz częściej brany pod uwagę przy planowaniu wyjazdów turystycznych przez mieszkańców Hiszpanii. Taki wizerunek jest zasługą przynależności do Unii Europejskiej oraz prowadzonych dotychczas działań promocyjnych i informacyjnych.

Rosnąca liczba turystów to także efekt wzrostu połączeń lotniczych pomiędzy Hiszpanią i Polską. Do bezpośrednich połączeń lotniczych istniejących od dawna i cieszących się zaufaniem turystów dołączyły w roku 2007 ze swoją ofertą Rynair i Iberia, a w roku 2008 hiszpański przewoźnik AIR NOSTRUM oferując jako hit sezonu pierwsze i bezpośrednie połączenie na trasie Madryt- Kraków.

Polska staje się powoli jednym z najbardziej atrakcyjnych kierunków turystycznych w Hiszpanii. Fakt ten należy wykorzystać poprzez przygotowanie interesującej oferty, a targi FITUR potraktować jako jeden z ważniejszych kanałów dystrybucji tej oferty. Polska Organizacja Turystyczna i Polski Ośrodek Informacji Turystycznej dołożą wszelkich starań aby pomóc wystawcom polskiego stoiska narodowego w promocji przygotowanych ofert.

- ❖ więcej o targach FITUR na stronach internetowych organizatorów www.fituronline.com
- ❖ więcej o planach działania POT i Zagranicznych Ośrodków POT na stronach internetowych POT www.pot.gov.pl
- ❖ więcej danych o turystyce przyjazdowej do Polski na stronach internetowych Instytutu Turystyki www.intur.com.pl
- ❖ więcej informacji na temat udziału w targach FITUR udziela Polska Organizacja Turystyczna – Departament Promocji (Dorota Zadrożna, Magdalena Krucz, e-mail: promocja@pot.gov.pl)