INFORMACJA PRASOWA

Do 2025 r. w turystyce międzynarodowej uczestniczyć będzie ponad 280 mln gospodarstw domowych

* ***Trendy dotyczące wyjazdów zagranicznych na świecie: wzrost klasy średniej, zwiększony dostęp do internetu, wygodniejsze podróżowanie, rosnący udział osób starszych***
* ***W ciągu najbliższej dekady wydatki na ten cel wśród podróżujących za granicę Polaków zwiększą się o ponad 90%***

****

**Warszawa, 3 października 2016 r.** – Jak wskazują wyniki badania przeprowadzonego na zlecenie Visa, na przestrzeni najbliższych 10 lat należy spodziewać się znacznego wzrostu globalnej liczby wyjazdów zagranicznych i związanych z nimi wydatków. Do 2025 r. szacowana liczba gospodarstw domowych na całym świecie planujących co najmniej jedną podróż zagraniczną rocznie osiągnie 282 mln (wzrost o 35% w stosunku do 2015 r.). Liczba takich gospodarstw w Polsce zwiększy się w tym czasie o 45%, a ich wydatki na ten cel wzrosną o ponad 90%.

W przeprowadzonym przez agencję Oxford Economics badaniu wzięto pod uwagę aktualne dane o podróżach posiadaczy kart Visa po całym świecie, jak również szacunki i przewidywania dla całej branży turystycznej. W grupie gospodarstw domowych o największej skłonności do podróży zagranicznych, na którą przypada ok. 90% całości wydatków związanych z wyjazdami za granicę, średnioroczne wydatki na turystykę międzynarodową w 2025 r. wynieść mają 4 783 euro[i].

Badanie Visa wskazało też na główne trendy napędzające rozwój światowej turystyki zagranicznej w nadchodzących dziesięciu latach, takie jak rosnąca liczebność klasy średniej w skali globalnej, coraz szerszy dostęp do internetu i stale rozbudowywana infrastruktura transportowa w wielu krajach, a także rosnąca na całym świecie grupa osób starszych, dysponujących większą ilością czasu wolnego. Przewidywany jest również wysoki, ponad 50% wzrost wydatków na turystykę międzynarodową – do równowartości 1 bln 349,3 mld euro w 2025 r.

„Zamiłowanie do podróży – także wśród Polaków – będzie rosnąć. W nadchodzącym dziesięcioleciu będziemy świadkami wzrostu liczby podróżujących, przeznaczających na turystykę międzynarodową coraz więcej pieniędzy” – skomentował Jakub Kiwior, dyrektor ds. rozwoju biznesu i marketingu w regionie Europy Środkowo-Wschodniej, Visa Europe. „Więcej wyjazdów zagranicznych to więcej decyzji dotyczących sposobu wydawania pieniędzy w czasie urlopu. Korzystanie z karty płatniczej w kraju to już codzienność, lecz jednocześnie coraz więcej ludzi zaczyna zdawać sobie sprawę – na podstawie własnego doświadczenia – że również za granicą używanie kart i wypłata gotówki z bankomatów są nie tylko wygodne, ale i łatwo dostępne oraz bezpieczne. Bez względu na to, w jakim kraju się znajdziemy, możemy korzystać z dobrze znanej nam metody płatności” – dodał Jakub Kiwior.

Przewiduje się, że do 2025 r. liczba polskich gospodarstw domowych planujących co najmniej jeden wyjazd zagraniczny rocznie osiągnie 1,4 mln, zaś wydatki na wypoczynek poza krajem wyniosą 10,7 mld euro, wzrastając o ponad 90% w stosunku do 2015 r.

Główne wnioski w skali świata z badania:

* **Rozwój nowej klasy podróżników globalnych:** Rosnące dochody na całym świecie przyczyniają się do powstania nowej „klasy podróżników”. Jak wykazało badanie, na gospodarstwa domowe z rocznym dochodem wynoszącym co najmniej równowartość 18 tys. euro przypada ponad 90% wartości wydatków na turystykę międzynarodową. Szacuje się, że do 2025 r. w tym przedziale dochodowym znajdzie się prawie połowa z wszystkich gospodarstw domowych na świecie (945 mln), co da impuls do liczniejszych wyjazdów zagranicznych i związanych z nimi płatności – zwłaszcza w wypadku gospodarstw domowych z rynków wschodzących, takich jak Chiny, Rosja czy Brazylia.
* **Starzenie się ludności na całym świecie:** Do 2025 r. liczba podróży osób w grupie wiekowej 65+ podwoi się i osiągnie szacunkowy poziom 180 mln, co stanowić będzie jedną ósmą wszystkich podróży międzynarodowych. Zgodnie z wynikami badania, podróżujących w tej grupie wiekowej będzie na świecie przybywać w średniorocznym tempie 8,4% w porównaniu do 4,9% dla grupy wiekowej 35-64 lata. Ta różnica będzie jeszcze większa w porównaniu do grupy osób poniżej 35. roku życia. Będzie ich także stać na dłuższe podróże o wyższym poziomie komfortu i wyższej cenie. Umocni się również trend „turystyki leczniczej” osób starszych.
* **Świat staje się coraz bardziej dostępny:** W rezultacie globalizacji i postępu technologicznego świat staje się „coraz mniejszy”. Spodziewana w ciągu najbliższych dziesięciu lat budowa ponad 340 nowych lotnisk umożliwi powstanie nowych linii i dotarcie do nowych terenów, ułatwiając turystykę międzynarodową i zwiększając wygodę podróżowania. Jednocześnie wraz z gwałtownym wzrostem dostępności internetu i liczby urządzeń mobilnych na całym świecie rośnie też świadomość różnorodnych możliwości w dziedzinie turystyki. Dzięki coraz szerszemu dostępowi do informacji i usług z poziomu urządzeń cyfrowych turyści napotykać będą coraz mniej ograniczeń w swoich planach wyjazdowych i będą mogli korzystać z coraz bardziej zindywidualizowanych ofert podróży.

Streszczenie raportu z badania, wraz z danymi w podziale na kraje i regiony, dostępne jest na stronie internetowej [www.visa.com/travelinsights](http://www.visa.com/travelinsights).

###

[i] Dane szacunkowe, uwzględniające wydatki dokonane w czasie podróży (takie jak posiłki czy hotele), lecz nieobejmujące wydatków wcześniejszych (takich jak np. zakup biletu lotniczego).

**Metodologia badania**

W celu oszacowania liczby gospodarstw domowych, których członkowie podróżowali za granicę, Visa zestawiła liczbę użytkowników kart Visa w danym kraju dokonujących co najmniej jednej transakcji w tradycyjnym punkcie sprzedaży za granicą z ogólną liczbą wszystkich aktywnych użytkowników kart Visa w tym kraju. Uzyskane liczby – które po dokonanej korekcie stały się reprezentatywne dla całej populacji danego kraju, bez względu na metody płatności stosowane przez gospodarstwa domowe – zostały następnie wykorzystane w procesie prognozowania przez Oxford Economics dla potrzeb niniejszego badania.

Dla obliczenia częstotliwości podróży zagranicznych i udziałów poszczególnych grup wiekowych i dochodowych agencja Oxford Economics wykorzystała dane sondażowe na temat wieku i dochodów podróżujących za granicę w wybranych 10 krajach. Dane te zostały następnie ekstrapolowane na szerszą grupę krajów, sklasyfikowanych jako rynki rozwinięte lub wschodzące, z uwzględnieniem najważniejszych zmiennych, takich jak PKB na osobę i ogólna liczba turystów zagranicznych przybywających do danego kraju. Oszacowane udziały w ruchu podróżnym zostały następnie zestawione z rozkładem dochodów ludności i strukturą wiekową w każdym kraju w celu ustalenia występujących w przeszłości związków i na ich podstawie prognozowania udziałów w turystyce zagranicznej oraz wartości bezwzględnych dla poszczególnych grup wiekowych i dochodowych w okresie od 2005 do 2025 r.

**O Visa Inc.**

Visa Inc. (NYSE: V) to globalna firma zajmująca się technologiami płatniczymi i świadcząca szybkie, bezpieczne oraz niezawodne usługi płatności elektronicznych na rzecz konsumentów, firm, instytucji finansowych oraz jednostek sektora publicznego w ponad 200 krajach i terytoriach zależnych. Firma obsługuje sieć przetwarzania danych transakcji VisaNet – jedną z najbardziej zaawansowanych na świecie – która może przetwarzać w ciągu sekundy ponad 65 tys. operacji, zapewniając konsumentom ochronę przed oszustwami, a detalistom – gwarancję płatności. Visa nie jest bankiem, nie wydaje kart płatniczych, nie udziela kredytów ani nie ustala opłat pobieranych od konsumentów. Jednak dzięki wprowadzanym przez Visa innowacjom jej klienci z grona instytucji finansowych mogą oferować konsumentom większy wybór – możliwość płacenia w danej chwili przy pomocy kart debetowych, z wyprzedzeniem przy użyciu kart przedpłaconych lub z odroczeniem przy wykorzystaniu kart kredytowych. Więcej informacji znajduje się na stronach [www.visaeurope.com](http://www.visaeurope.com) i www.visa.pl, na blogu [www.vision.visaeurope.com](http://www.vision.visaeurope.com#_blank) oraz na Twitterze @VisaEuropeNews i @Visa\_PL.

**Kontakt:**

Maciej Gajewski, Message House Agencja PR

tel. 22 119 78 45

e-mail: maciej.gajewski@messagehouse.pl, biuro@messagehouse.pl