RAPORT BADAWCZY 2024



OBP
OGÓLNOPOLSKIE BADANIE PODRÓŻNIKÓW

SŁOWO
OD ORGANIZATORÓW

Z ogromną przyjemnością przedstawiamy raport z VI edycji Ogólnopolskiego Badania Podróżników. Rok 2023 był rokiem dynamicznych zmian i wyzwań dla branży turystycznej i podróżniczej. W naszym badaniu staraliśmy się uchwycić te kluczowe zjawiska, które kształtowały zachowania, preferencje i oczekiwania podróżujących Polaków. Raport Ogólnopolskiego Badania Podróżników pojawia się jako źródło informacji o podróżach Polaków od 2019 roku, a w badaniach, które są podstawą naszych raportów, wzięło do tej pory udział ponad 40 tys. polskich podróżników.

W 2023 roku branża turystyczna odrobiła straty związane z globalną pandemią COVID-19, notując rekordowe wyniki. Kolejnym ważnym czynnikiem był dynamiczny rozwój technologii, który wpłynął na sposób planowania i realizowania podróży. Rosnące znaczenie aplikacji mobilnych, platform rezerwacyjnych oraz cyfrowych przewodników turystycznych stało się nieodzownym elementem współczesnego podróżowania. Równocześnie, zwiększona świadomość ekologiczna i zrównoważonego rozwoju skłaniała podróżników do wybierania bardziej przyjaznych środowisku środków transportu oraz destynacji, które promują zrównoważony turystykę.

Nie bez znaczenia były również czynniki ekonomiczne. Wzrost cen paliw, inflacja oraz zmieniające się kursy walut miały wpływ na budżety podróżników, co z kolei wpłynęło na decyzje dotyczące wyboru destynacji i środków transportu. W odpowiedzi na te zmiany, wiele biur podróży i organizatorów turystyki musiało dostosować swoje oferty, aby sprostać nowym wymaganiom i oczekiwaniom klientów.
Nasze badanie miało na celu nie tylko analizę obecnych trendów i zachowań podróżniczych, ale również identyfikację przyszłych kierunków rozwoju branży turystycznej. Mamy nadzieję, że wyniki naszego badania będą cennym źródłem wiedzy i inspiracji dla wszystkich zainteresowanych rozwojem turystyki w Polsce.

Serdecznie zapraszamy do lektury raportu.

Z wyrazami szacunku
Organizatorzy VI edycji Ogólnopolskiego Badania Podróżników



Marcin Glądała
Inicjator badania
Soliści
Adventure Club



Łukasz Nowak
Inicjator badania
Soliści
Adventure Club



Przemysław Huk
Główny analityk
Ogólnopolskiego Badania
Podróżników

SPIS TREŚCI

1. PROFIL POLSKIEGO PODRÓŻNIKA 4
2. DOKĄD JEŹDZIMY? 8
3. JAK CZĘSTO I NA JAK DŁUGO PODRÓŻUJEMY? 11
4. Z KIM PODRÓŻUJEMY? 14
5. JAKIE WYJAZDY WYBIERAMY? 15
6. BILETY LOTNICZE 20
7. PO CO JEŹDZIMY? 24
8. GDZIE KUPUJEMY SPRZĘT 26
9. CO NAS INSPIRUJE? 29
10. CO NAM SIĘ MARZY? 31



1. PROFIL POLSKIEGO PODRÓŻNIKA

Profil polskiego podróżnika zmienia się na przestrzeni lat, a dynamika tych zmian wydaje się zyskiwać na sile.

Polski podróżnik to kobieta (75% - nieznaczny spadek względem 2023 roku), w dalszym ciągu najczęściej między 25 a 34 rokiem życia.

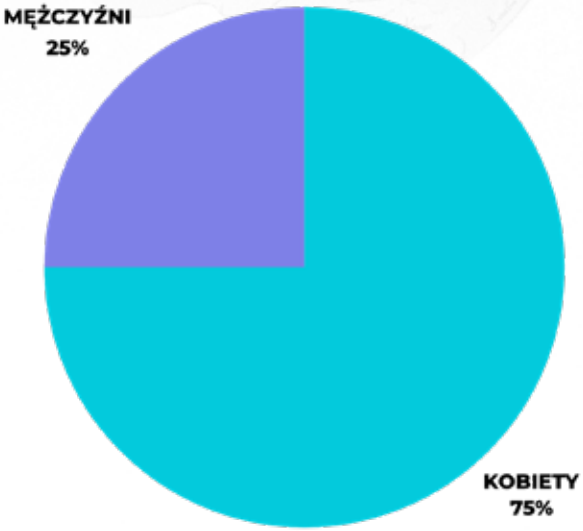
2023

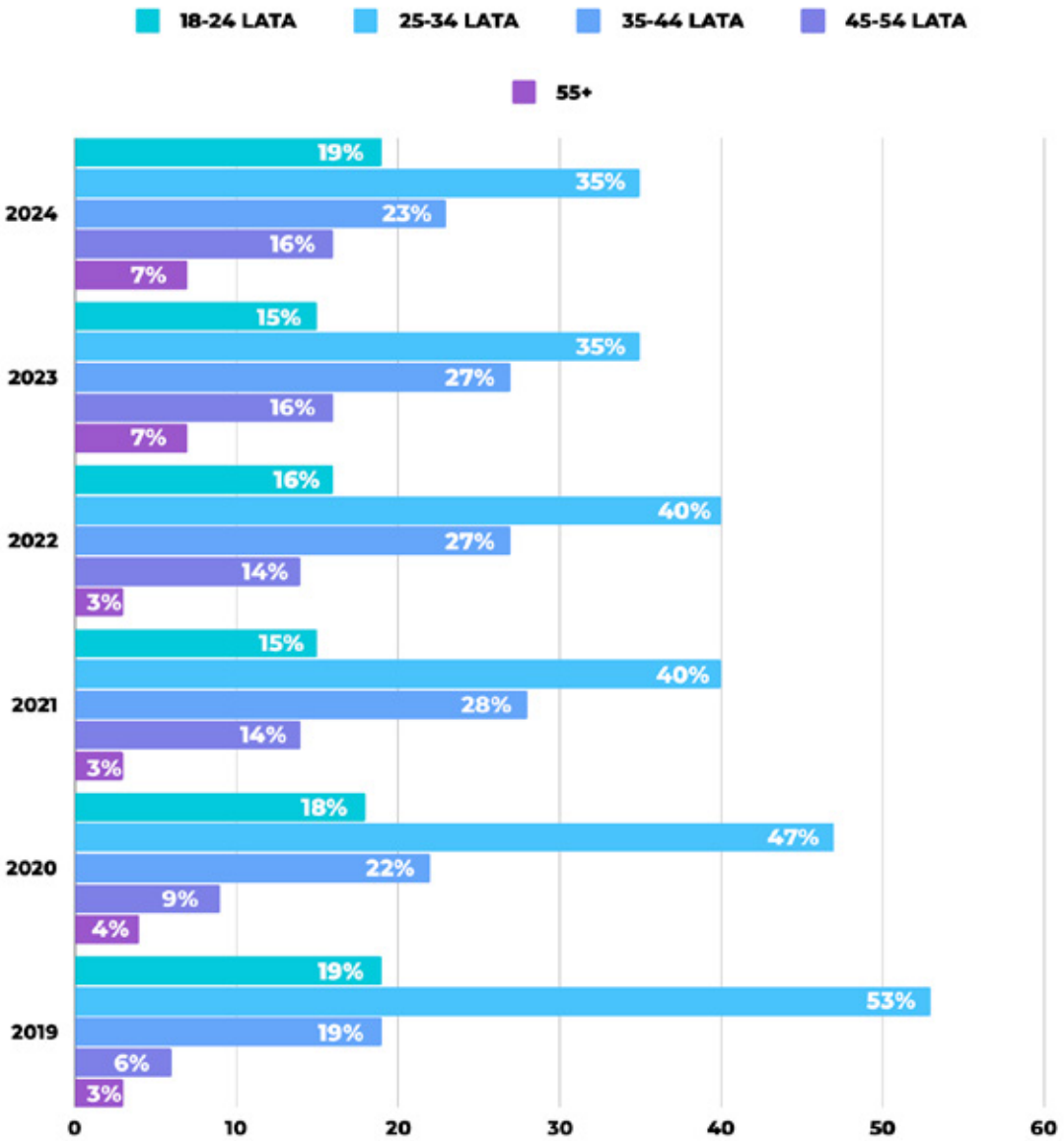
79% KOBIETY **21% MĘŻCZYŹNI**

2024

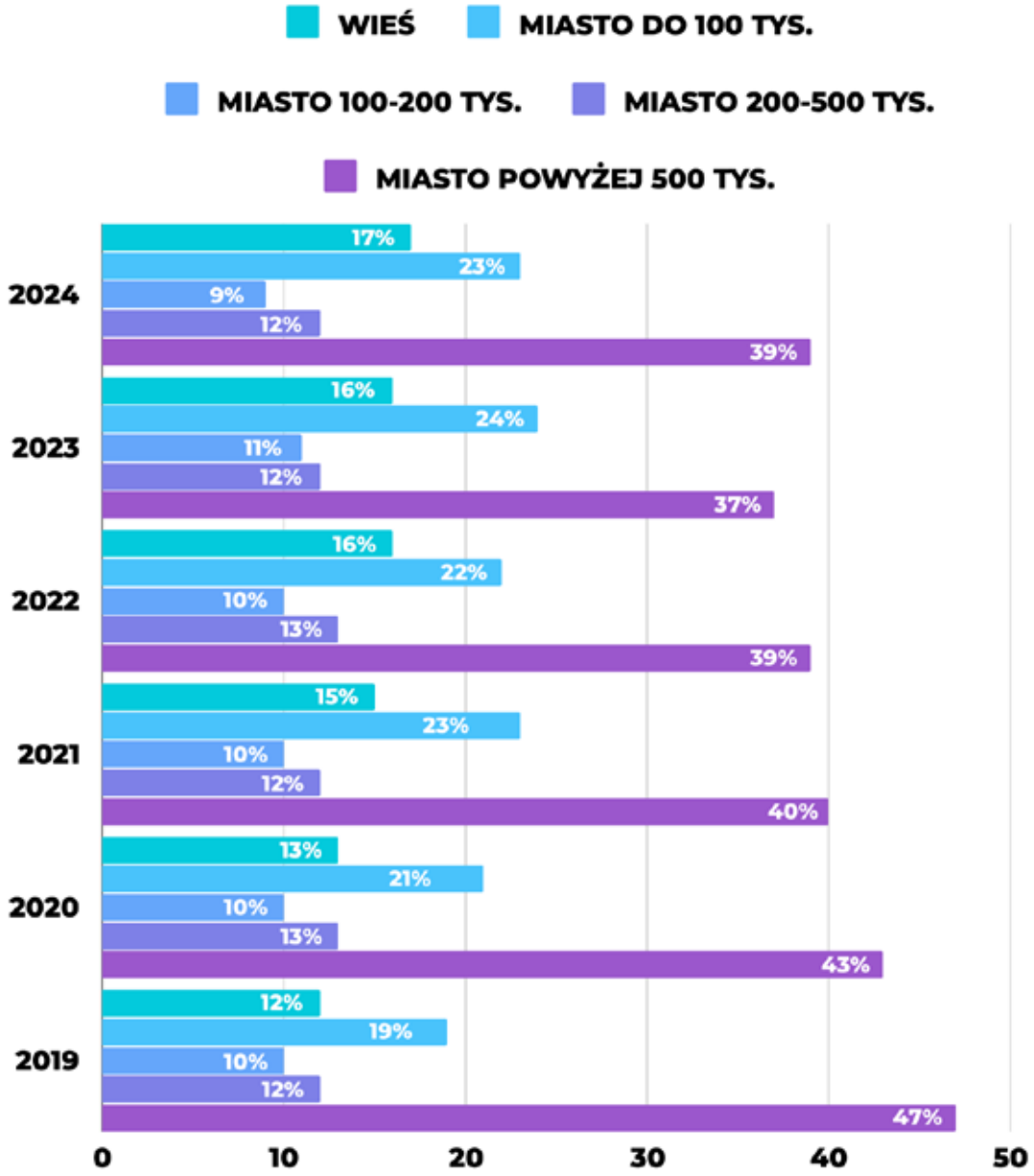
75% KOBIETY **25% MĘŻCZYŹNI**

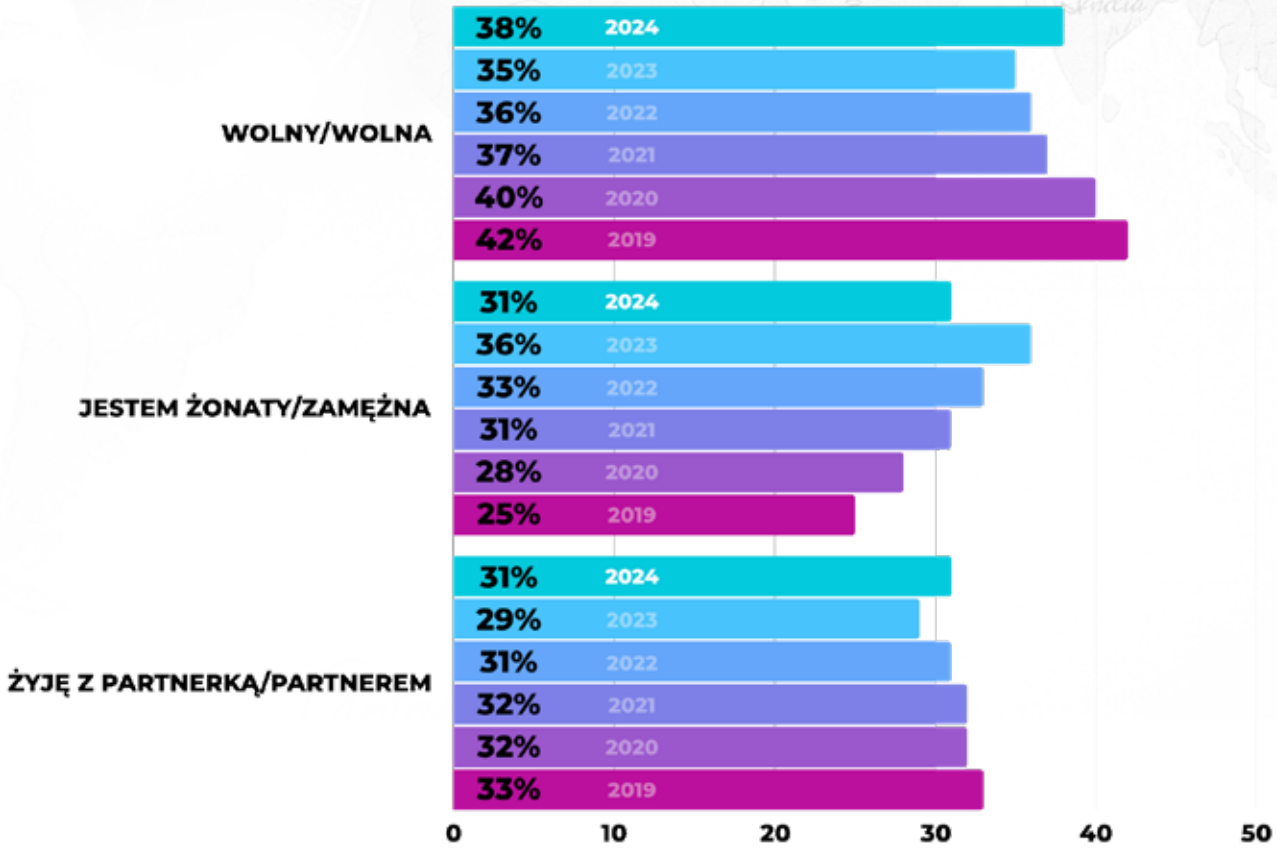


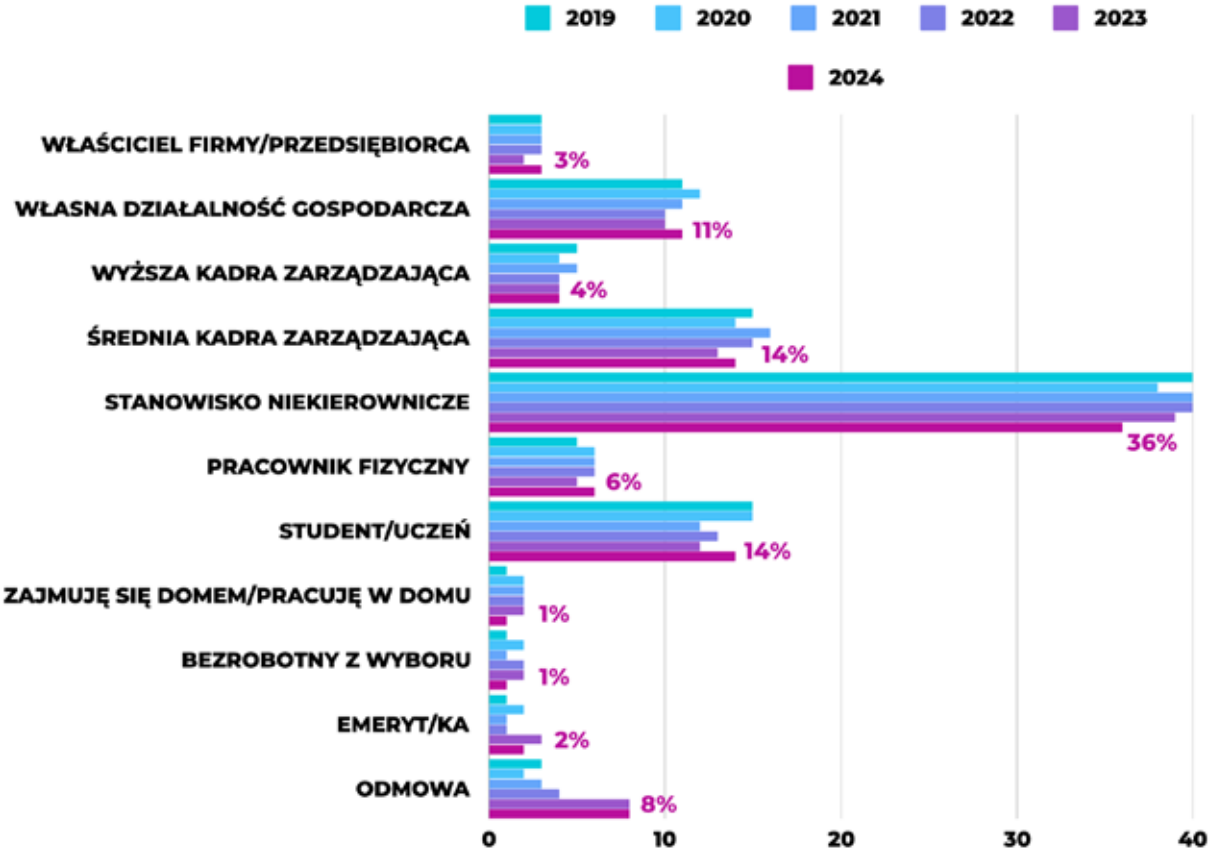

MĘŻCZYŹNI
25%
KOBIETY
75%


18-24 LATA
25-34 LATA
35-44 LATA
45-54 LATA
55+
2024
19%
35%
23%
16%
7%
2023
15%
35%
27%
16%
7%
2022
16%
40%
27%
14%
3%
2021
15%
40%
28%
14%
3%
2020
18%
47%
22%
9%
4%
2019
19%
53%
19%
6%
3%
0
10
20
30
40
50
60

Podróżniczki najczęściej zamieszkują duże miasta (aczkolwiek po raz kolejny możemy odnotować trend, w którym podróżują coraz chętniej osoby z mniejszych miejscowości i wsi). Podobnie jak w latach poprzednich (z wyjątkiem roku 2023) podróżniczki to najczęściej singielki.




WOLNY/WOLNA
38% 2024
35% 2023
36% 2022
37% 2021
40% 2020
42% 2019
JESTEM ŻONATY/ZAMĘŻNA
31% 2024
36% 2023
33% 2022
31% 2021
28% 2020
25% 2019
ŻYJĘ Z PARTNERKĄ/PARTNEREM
31% 2024
29% 2023
31% 2022
32% 2021
32% 2020
33% 2019
0
10
20
30
40
50

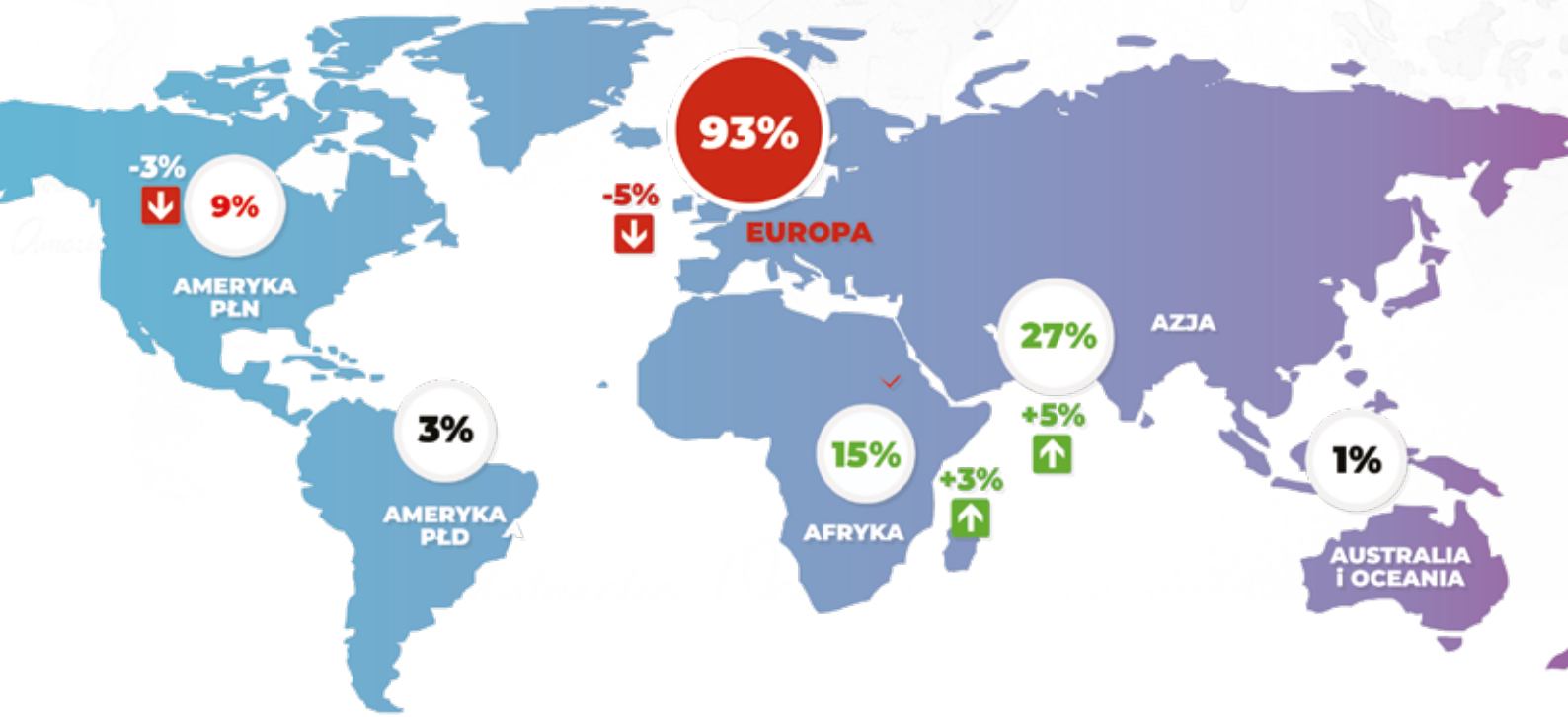

2019
2020
2021
2022
2023
2024
WŁAŚCICIEL FIRMY/PRZEDSIĘBIORCA
3%
WŁASNA DZIAŁALNOŚĆ GOSPODARCZA
11%
WYŻSZA KADRA ZARZĄDZAJĄCA
4%
ŚREDNIA KADRA ZARZĄDZAJĄCA
14%
STANOWISKO NIEKIEROWNICZE
36%
PRACOWNIK FIZYCZNY
6%
STUDENT/UCZEŃ
14%
ZAJMUJĘ SIĘ DOMEM/PRACUJĘ W DOMU
1%
BEZROBOTNY Z WYBORU
1%
EMERYT/KA
2%
ODMOWA
8%
0
10
20
30
40



2. DOKĄD JEŹDZIMY?

Liczba naszych podróży do poszczególnych miejsc na Ziemi utrzymała się na bardzo podobnym poziomie co w 2023 roku. To w ramach Europy polscy podróżnicy podróżują najczęściej (93%, spadek z 98% z roku 2023). Możemy zauważyć wzrost liczby respondentów podróżujących do Azji (z 22% na 27%) oraz do Afryki (z 12% na 15%). Odsetek uczestników badania, którzy podróżują do Ameryki Północnej (9%) oraz Ameryki Południowej (3%) pozostał na tym samym poziomie.

JAKIE KONTYNENTY ODWIEDZIŁEŚ/-AŚ W CIĄGU ZESZŁEGO ROKU?



Utrzymuje się trend (od 2022 roku) mówiący o tym, że im starsi podróżnicy, tym rzadziej wybierają Europę (od 100% dla osób w wieku 18-24 lata do 91% dla respondentów powyżej 55 roku życia). Destynacje poza Europą, takie jak Afryka, Ameryka Południowa czy Australia i Oceania są najczęściej wybierane przez osoby powyżej 55 roku życia, które z założenia mogą dysponować większym portfelem.

„Chiny w dalszym ciągu nie wróciły na listy najchętniej wybieranych celów podróży. W Azji najczęściej podróżowaliśmy do Turcji, Tajlandii i Gruzji. Pomimo utrzymywania się mocnej pozycji Polski, na Starym Kontynencie przeważnie wybieramy się do Włoch, Niemiec oraz Czech. W Ameryce Północnej utrzymuje się sytuacja, którą mogliśmy zauważyć w początkowych falach badania – na pierwszym miejscu znajdujemy Stany Zjednoczone, kolejny jest Meksyk, a podium zamyka Kanada. W przypadku Ameryki Południowej wciąż widoczny jest trend zaobserwowany w poprzedniej edycji badania – polscy podróżnicy wybierają zazwyczaj Brazylię, Peru i Kolumbię. Egipt, Maroko oraz Tunezja to trzy najbardziej ochoczo odwiedzane kraje na kontynencie afrykańskim, co utrzymuje się od 2022 roku. W Australii i Oceanii prym niezmiennie od lat wiedzie Australia oraz Nowa Zelandia.


SOLIŚCI
ADVENTURE CLUB
DREAMS
INTO
MEMORIES
PRZEDŁUŻAMY
LATOOO!
78 TERMINÓW
31 KRAJÓW
5 KONTYNENTÓW
GRUDZIEŃ
LISTOPAD
PAŹDZIERNIK
WRZESIEŃ
ZŁAP SWÓJ BILET
BOARDING PASS
LEĆ Z NAMI

3. JAK CZĘSTO I NA JAK DŁUGO PODRÓŻUJEMY?

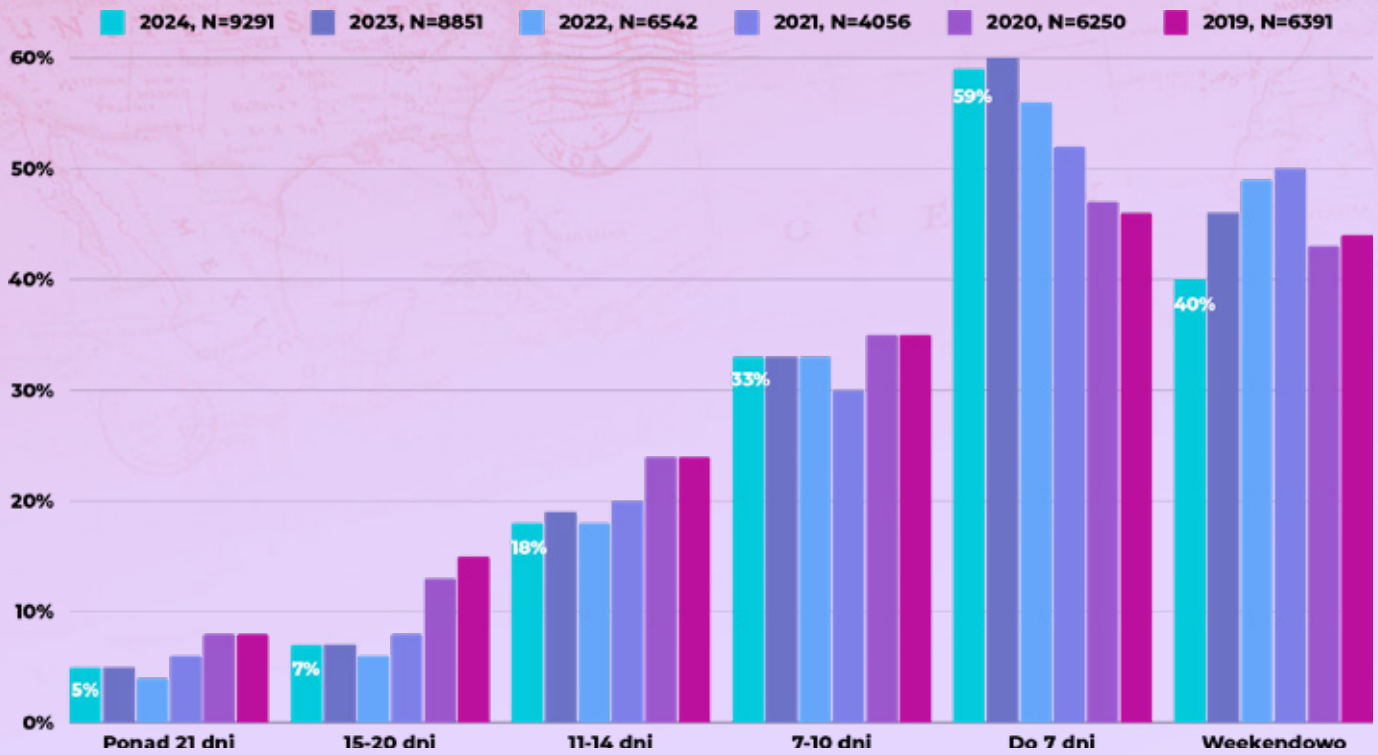
Od początku Ogólnopolskiego Badania Podróżników niezmienna jest średnia liczba podróży, którą odbywają polscy podróżnicy w ciągu roku – jest to 5 wypraw.

Od 2021 roku najczęściej są to wyjazdy do 7 dni (59% w 2023 roku) lub wypady weekendowe (40%).
Najrzadziej podróżnicy decydują się na długie, ponad 21-dniowe wyprawy (jedynie 5%).
Wyjazdów krótkich – weekendowych – w roku odbywamy średnio 7, zdecydowanie rzadziej podróżując na długie wyprawy.
Wyjazdy od 11 do 14 dni lub takie powyżej 15 dni odbywamy średnio 1-2 razy na rok.



Najchętniej (podobnie jak w 2022 roku) podróżujemy we wrześniu i maju.
Dodatkowo możemy zauważyć intensyfikację podróży w okresie pomiędzy wspomnianymi miesiącami.

NA JAK DŁUGI OKRES NAJCZĘŚCIEJ WYJEŻDŻASZ?



JAK CZĘSTO I JAK DŁUGO PODRÓŻUJESZ?

Hej, jestem Paulina i moja pasja to odkrywanie świata. Prowadzę bloga podróżniczego od 2015 roku, w którym dzielę się wiedzą zdobytą podczas swoich przygód, a na Instagramie znajdziecie mnie na profilu @paulinye.

Staram się w miarę możliwości podróżować jak najczęściej. Zdarzają się dwa wyjazdy w ciągu miesiąca, a gdy mam dużo pracy na miejscu - jest ich mniej. Czas wyjazdu dopasowany jest w zależności od kierunku, który wybieram. Gdy decyduję się na city break, są to często weekendy, a te dwa/trzy dni w zupełności mi wystarczają na eksplorację Amsterdamu czy Paryża.
Zaś planując Filipiny, chciałam zobaczyć jak najwięcej, więc dwa razy spędziłam tam trzy tygodnie.

Moje podróże są niezdefiniowane. Jednego razu nastawiam się na typowe plażowanie, eksplorowanie wodnego świata na Malediwach, a drugiego spędzam intensywny czas zaplanowany od wschodu do zachodu słońca, np. na Sri Lance, aby poznać kulturę, przebywać z lokalną społecznością i poczuć prawdziwe lankijskie życie.

Podróżowanie stało się nieodłączną częścią mojego życia, sposobem na nie, więc mam nadzieję, że uda mi się objechać cały świat. Nie ma dla mnie nic cenniejszego niż kolekcjonowanie wspomnień oraz doświadczanie nowych rzeczy.

PAULINYE



4. Z KIM PODRÓŻUJEMY?

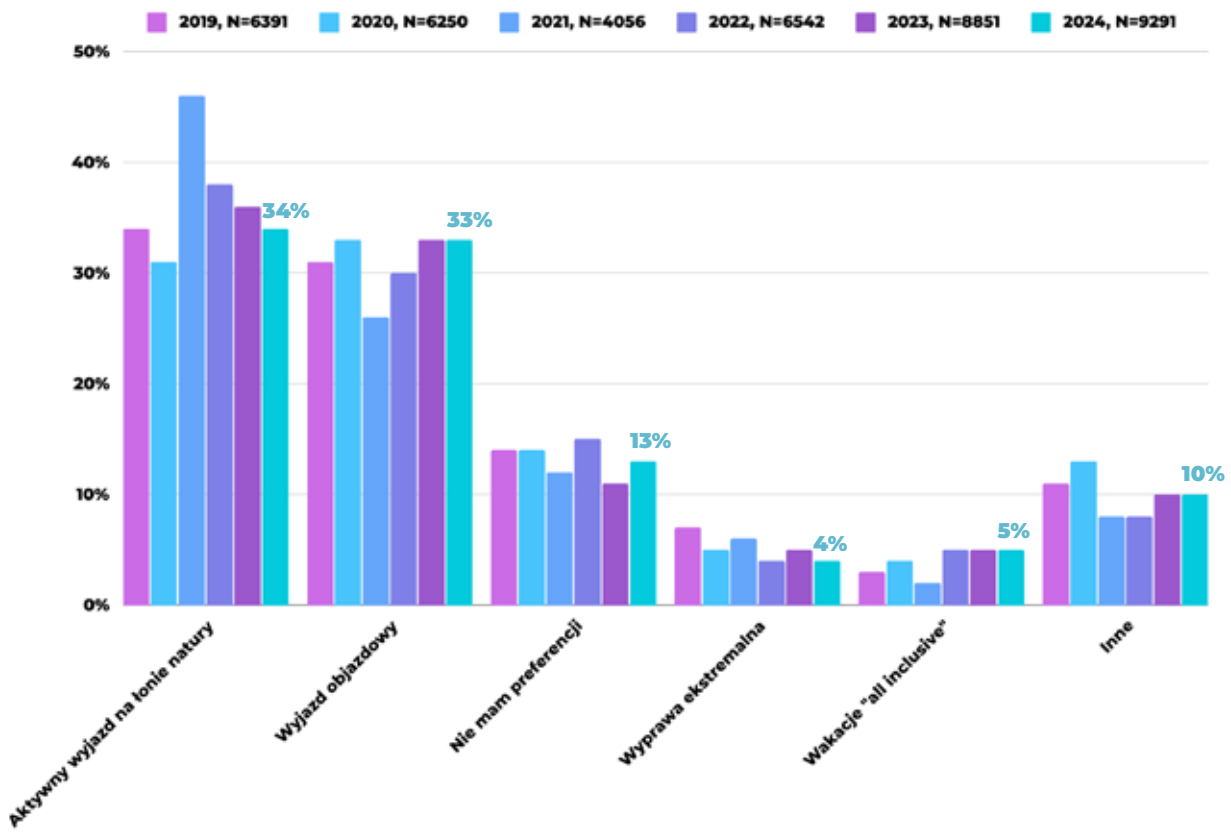
Niezmiennie od początku prowadzenia Ogólnopolskiego Badania Podróżników najchętniej podróżujemy z partnerem/ partnerką. Tego rodzaju podróżowanie jest szczególnie atrakcyjne dla osób między 25 a 34 rokiem życia. Młode osoby bardziej niż inne grupy wiekowe cenią sobie podróże ze znajomymi, a osoby między 34 a 54 rokiem życia chętnie wybierają się na wyprawy z rodziną.



5. JAKIE WYJAZDY WYBIERAMY?

Aktywny wyjazd na łono natury, tak chętnie wybierany przez polskich podróżników w czasach pandemicznych, traci na zainteresowaniu – od 2021 roku możemy zauważyć systematyczny spadek tego rodzaju wyjazdów (z 38% na 34% w obecnej fali badania). Na drugim miejscu odnajdziemy wyjazdy objazdowe, które od 2021 roku odnotowują ciągły wzrost zainteresowania, a w tegorocznej edycji badania praktycznie zrównały się z aktywnymi wyjazdami na łono natury.

JAKI TYP WYJAZDU PREFERUJESZ?



Od początku prowadzenia projektu OBP, bez zmian pozostają czynniki, na które zwracamy uwagę przy doborze noclegów – lokalizacja, cena oraz stosunek ceny do jakości to trzy najczęściej wskazywane aspekty, wybierane przez kolejno 76%, 64% oraz 62% badanych osób.

KARAWANING NIE JEST DLA WSZYSTKICH.

JAKIE SĄ JEGO JASNE I CIEMNE STRONY?

Kiedy cztery lata temu większość obiektów turystycznych została tymczasowo zamknięta, najlepszym sposobem na spędzenie wolnego czasu okazał się karawaning. Wypoczynek na łonie natury, niezależność od rezerwacji i własny dom na kołach oferujący wszystkie niezbędne wygody, wyjątkowo zyskał na wartości dla niezainteresowanych wcześniej tym sposobem podróży. Jednak długo nie trzeba było czekać, aby część nowych użytkowników kamperów i przyczep przyznała się, że zdecydowali się na ten rodzaj turystyki z konieczności i nie jest to forma wypoczynku dla nich.

Jasne strony karawaningu

Kamper czy przyczepa kempingowa stały się synonimem wolności w podróży, głównie za sprawą niezależności. Podstawowym wyposażeniem mobilnych domów na kołach jest wszystko, co znamy z domów stacjonarnych. Kuchnia z jadalnią, sypialnia, prysznic i toaleta, szafa na ubrania i półki na wyposażenie oraz garaż, a wszystko na 4-8 m^2. Pozostaje nam wybór czy chcemy nocować na dziko, czyli kompletnie bez udogodnień oprócz tych, które przywozimy wraz ze swoim mobilnym domem. Najczęściej w przepięknym miejscu na łonie natury, w którym jakby nie kamper to moglibyśmy nocować co najwyżej w namiocie. Drugą opcją jest wybór kempingu, gdzie na wyznaczonym terenie możemy skorzystać z łazienki i prysznica, podłączenia do prądu oraz szeregu atrakcji, które dodatkowo umilą nam pobyt tj. basenu, sauny czy placu zabaw i animatorów dla najmłodszych. Również samodzielnie decydujemy, na jak długo chcemy się zatrzymać w danym miejscu i tylko od nas zależy, w którym kierunku pojedziemy później. Tym samym, jeśli pogoda podczas naszego urlopu w wybranej lokalizacji mocno się popsuje, nie jesteśmy „uwiązani" do końca pobytu tak jak przy rezerwacji hotelu. Wsiadamy i jedziemy tam, gdzie świeci słońce. Podobnie decydujemy czy wolimy wyjazd objazdowy, podczas którego w jednym miejscu zatrzymujemy się na kilka dni, najczęściej po to, aby zobaczyć wszystkie atrakcje w okolicy i ruszyć w poszukiwaniu następnych, czy decydujemy się na spędzenie czasu w jednym wybranym miejscu. Do tego momentu karawaning wydaje się jak z bajki, więc dlaczego by z niego rezygnować?

Ciemne strony karawaningu

Karawaning jest drogi i trzeba być aktywnym przez całe wakacje.

Mimo wielu zalet, jakie daje nam turystyka karawaningowa, są także minusy, które wielu z nowych użytkowników mobilnych domów na kołach dostrzega dopiero po pierwszym wyjeździe. Jeśli do tej pory wydawało ci się, że kupowanie mikroapartamentów za setki tysięcy złotych to patologia deweloperki, to jak nazwiesz kupowanie pojazdu, który jest jeszcze mniejszy, często za podobną kwotę? Konieczność zminimalizowania wszystkich urządzeń i zastosowanie specjalnych materiałów do budowy kampera, aby był on w pełni funkcjonalnym domem na kołach, jest bardzo drogie. Do tego kupujemy dom z ograniczonymi zasobami, takimi jak woda (zbiorniki 80-150 l), miejsce w toalecie (10-20 l) oraz zbiornikiem na ścieki (50-100 l). Szczególnie doskwiera to podczas spania na dziko, ponieważ w momencie, kiedy potrzebujemy dolać lub wylać jakiś zbiornik, kończy się niezależność i karawaningowe wakacje all inclusive. Przeliczając kwotę, jaką wydaliśmy na pojazd, moglibyśmy na kilka lat rozłożyć ją na wakacje w różnych egzotycznych częściach świata, gdzie jedynym zmartwieniem byłaby temperatura pitego drinka. A tak, zbieramy się w poszukiwaniu miejsca, gdzie samodzielnie opróżnimy kasetę od toalety czy nalejemy sobie wody - i tak co kilka dni urlopu. Oprócz zadań, które normalnie wykonuje za nas obsługa obiektu, stajemy się także touroperatorami i cały plan wycieczki spoczywa na nas. Sami musimy znaleźć atrakcje, kiedy są otwarte, miejsce na noc, miejsce na wykonanie serwisu, miejsce, gdzie zjeść i gdzie zrobić zakupy na kilka dni pobytu w dziczy. Jeśli lubimy spędzać czas na łonie natury, to także musimy coś sami sobie ugotować. Nagle okazuje się, że przez cały czas urlopu coś robimy i odpoczniemy dopiero po powrocie. Szczególnie doskwiera to osobom, które przyzwyczajone są do zorganizowanych wyjazdów. Mając kampera lub przyczepę wszystko, co wydarzy się podczas urlopu, zależy tylko i wyłącznie od nas samych. Osobiście, jako wieloletni podróżnicy po świecie, postrzegamy to jako dużą zaletę kampera, ale spotykamy ludzi, którym taki rodzaj wypoczynku nie odpowiada. Chwilowa moda na karawaning dla wielu była bardzo kosztownym doświadczeniem i z aktywnego wypoczynku na łonie natury szybko powrócili do zorganizowanego wypoczynku na hotelowym leżaku.

ALDONA I MACIEK
KamperManiak

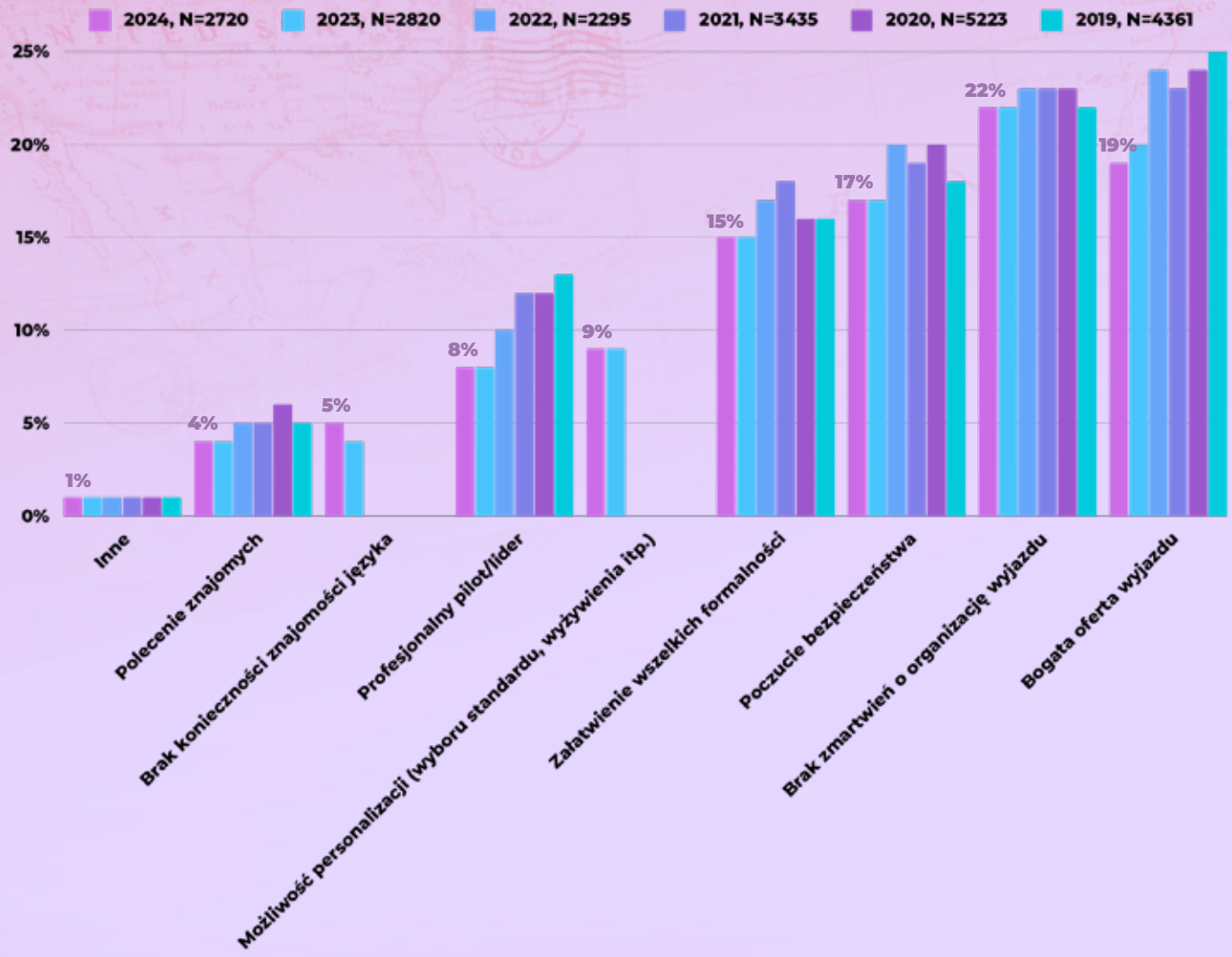
JAK ORGANIZUJEMY I REZERWUJEMY SWOJE WYJAZDY?

Podobnie jak w poprzednich latach polscy podróżnicy organizują swoje wyjazdy głównie sami. W obecnej fali badania ten sposób wskazało 91% badanych (w szczególności osoby między 25 a 34 rokiem życia – 97%). Podróżnicy rezerwują swoje wyjazdy najczęściej przy użyciu komputera lub smartfona (w obu przypadkach 46%). Tygodniowe i dłuższe wyjazdy za granicę bukujemy chętniej z wykorzystaniem komputera, a krótsze – telefonów. Najchętniej w tym celu swoje telefony wykorzystują w dalszym ciągu podróżnicy między 25 a 34 rokiem życia.

WYJAZD ZORGANIZOWANY – NA CO ZWRACA UWAGĘ POLSKI PODRÓŻNIK?

Bogata oferta wyjazdu oraz to, że nie trzeba się martwić o jego organizację to dwa czynniki, które od początku prowadzenia badania są najważniejsze dla osób korzystających z wyjazdów zorganizowanych. Podobną sytuację możemy zauważyć w bieżącej fali projektu (odpowiednio 22% i 19%). Korzystanie z tego rodzaju wyjazdów jest bardzo rzadko spowodowane tym, że nie musimy znać wówczas obcego dla nas języka lub potrzebą, aby wycieczkę prowadził profesjonalny pilot/lider.

WYJAZD ZORGANIZOWANY – NA CO ZWRACA UWAGĘ POLSKI PODRÓŻNIK?





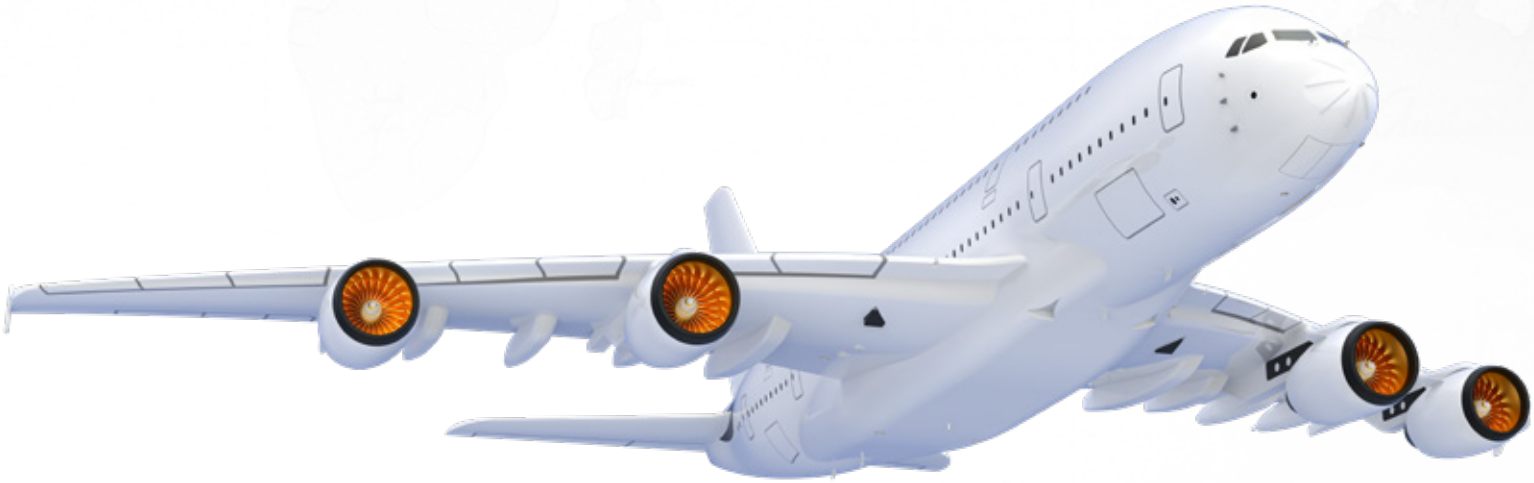
6. BILETY LOTNICZE

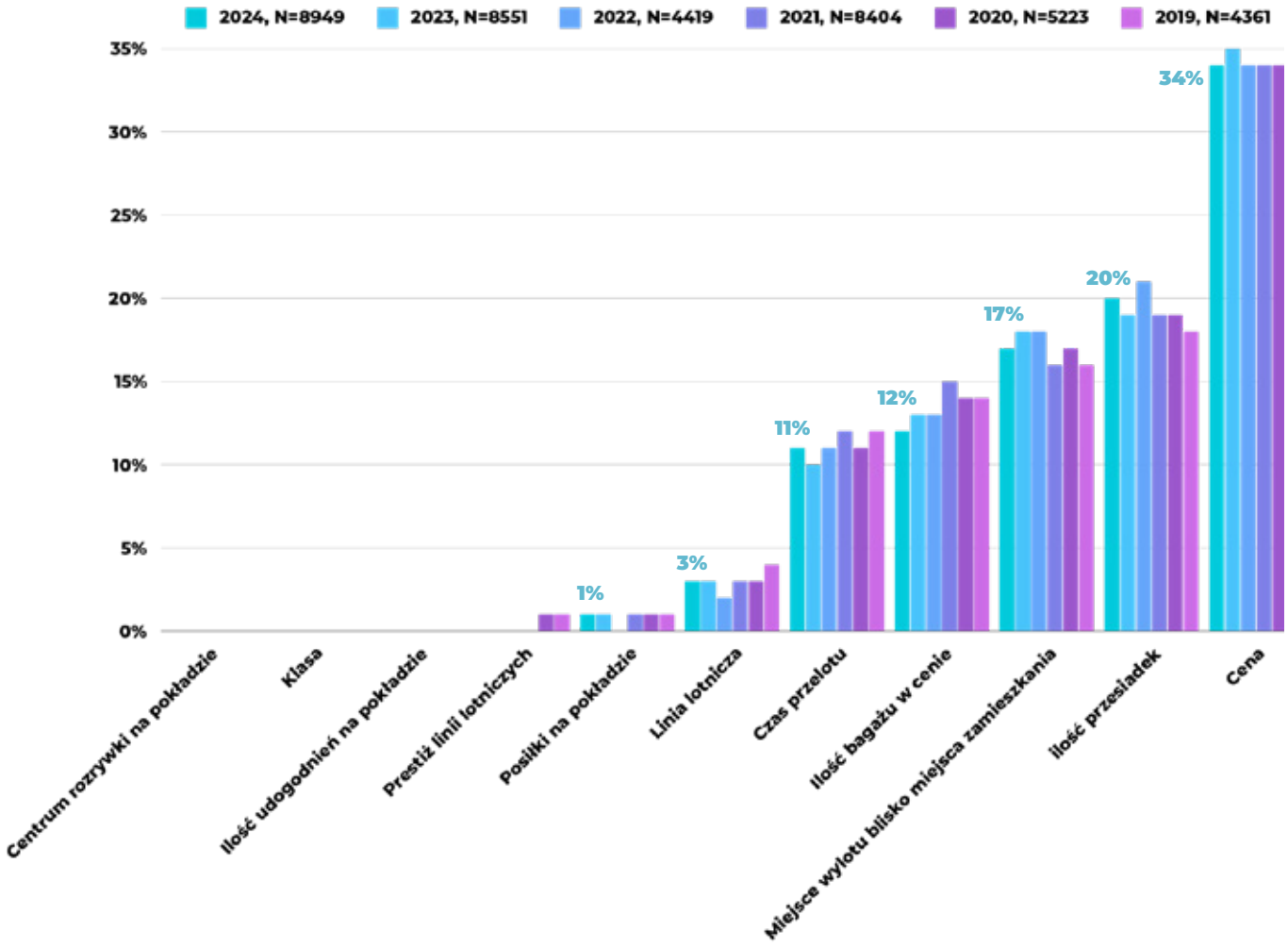
Cena – niezależnie od edycji Ogólnopolskiego Badania Podróżników jest to główny aspekt, na który zwracają uwagę respondenci przy wyborze biletu lotniczego. Dla podróżników ważne jest również to, ile przesiadek będą mieć podczas trasy oraz lotnisko znajdujące się blisko ich miejsca zamieszkania.

Planując podróż samolotem, niezmiennie kierujemy się w stronę linii oferujących przeloty budżetowe. Polscy podróżnicy są najczęściej zainteresowani usługami trzech linii lotniczych – Ryanair, Wizz Air oraz LOT.

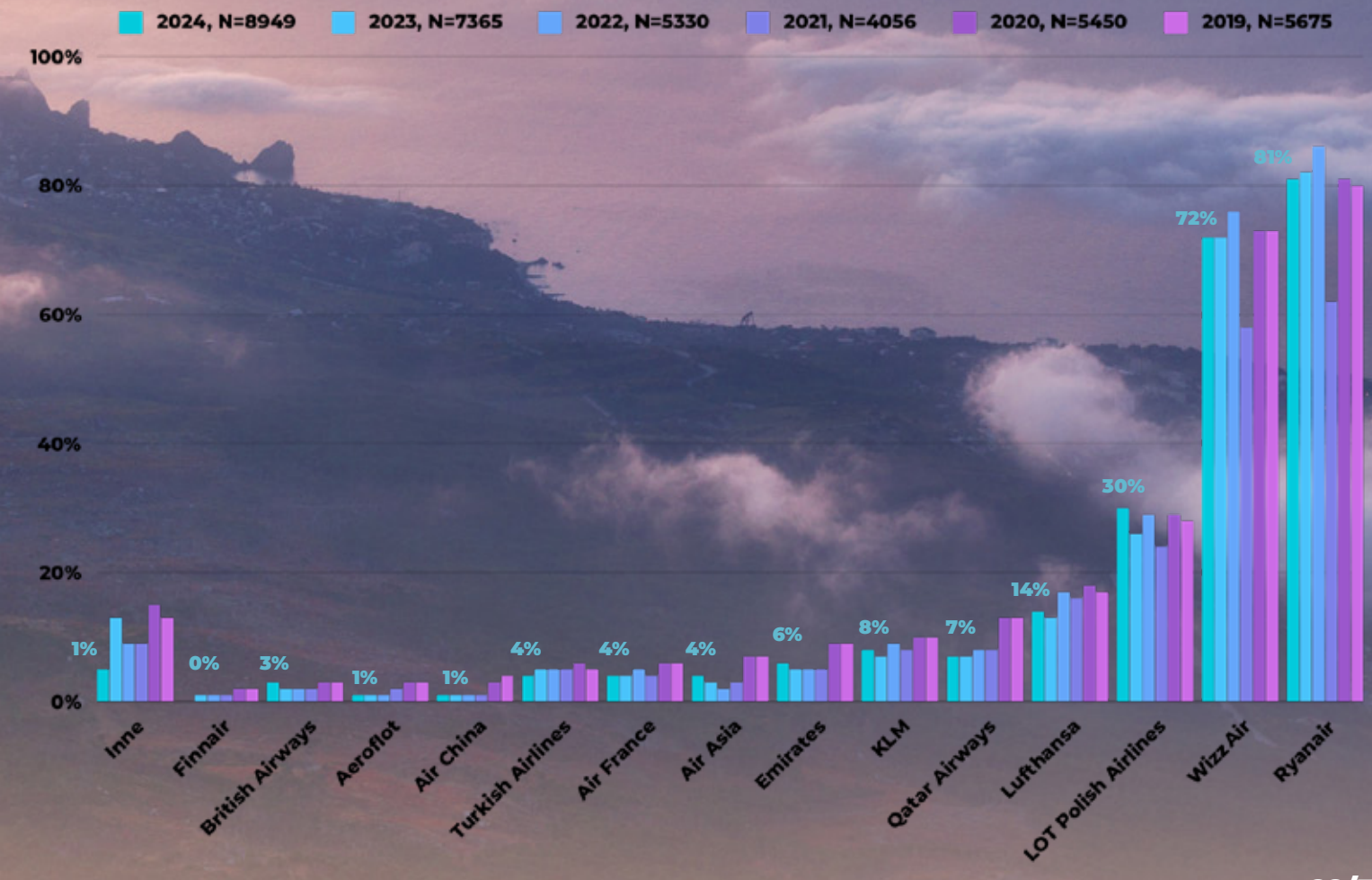


CO JEST DLA CIEBIE WAŻNE W WYBORZE BILETU LOTNICZEGO?





JAKIMI LINIAMI LOTNICZYMI PODRÓŻUJESZ NAJCZĘŚCIEJ?



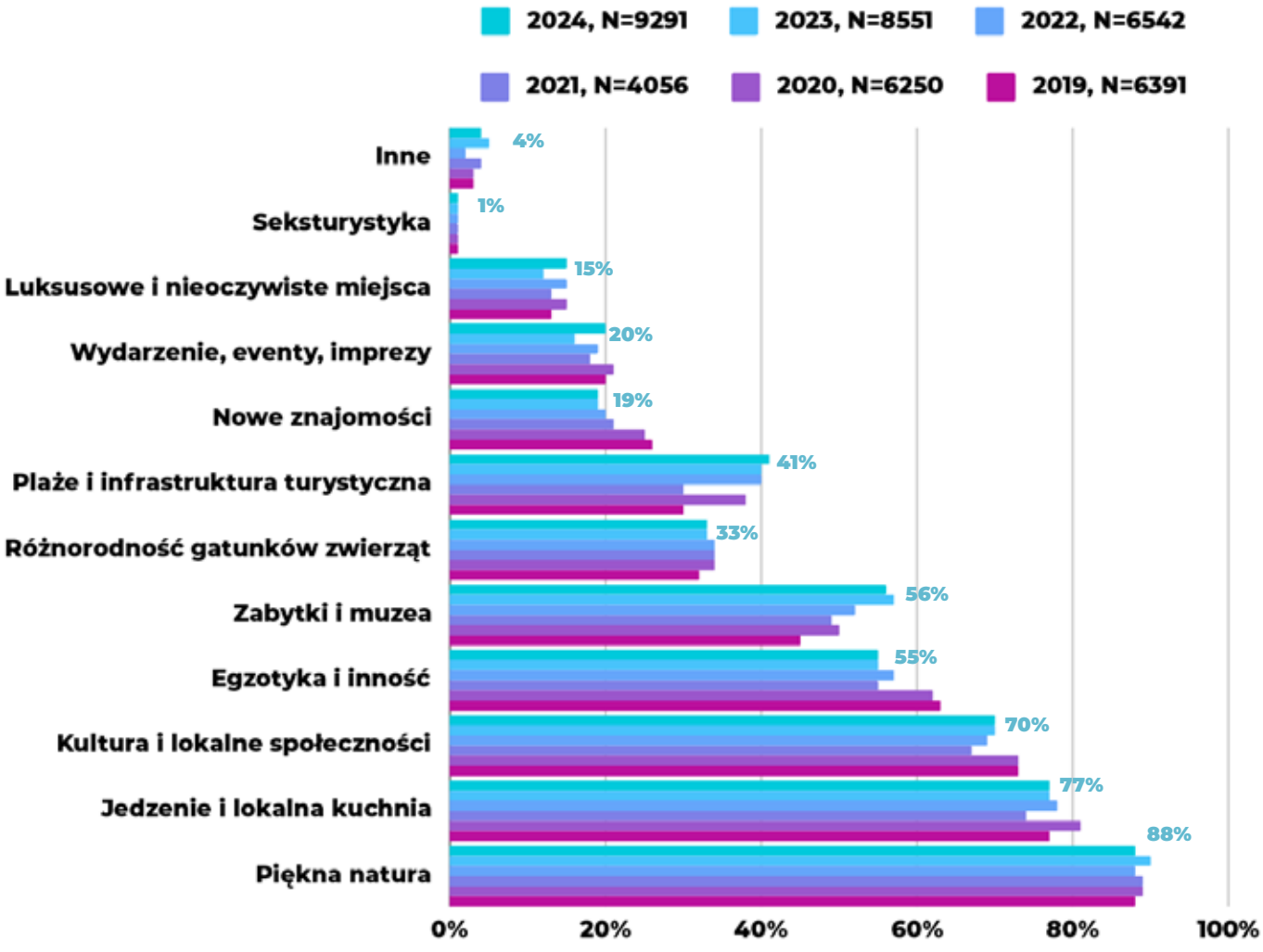

Gwarancja 10 lat
udanych
podróży!
INNOWACYJNY
PLECAK
TRAVEL 500
ORGANIZER
FORCLAZ
DECATHLON
Ready to play?

7.
PO CO JEŹDZIMY?

Kiedy odwiedzamy nowe miejsce, najbardziej cenimy sobie piękną naturę (niezmiennie od 2019 roku). Dla podróżników istotne są również elementy związane z regionem, który odwiedzają – jedzenie, lokalna kuchnia czy kultura lokalnych społeczności.

Na przestrzeni lat trwania projektu OBP wzrosło znaczenie zabytków i muzeów, a także wartość, jaką niosą plaże i infrastruktura turystyczna (doceniane szczególnie w czasach postpandemicznych).

CO JEST DLA CIEBIE NAJWAŻNIEJSZE WYBIERAJĄC CEL PODRÓŻY?



SOLIŚCI ADVENTURE CLUB

DREAMS INTO MEMORIES

PRZEŻYJ PRZYGODĘ NA ISLANDII

KOD: SPACER390

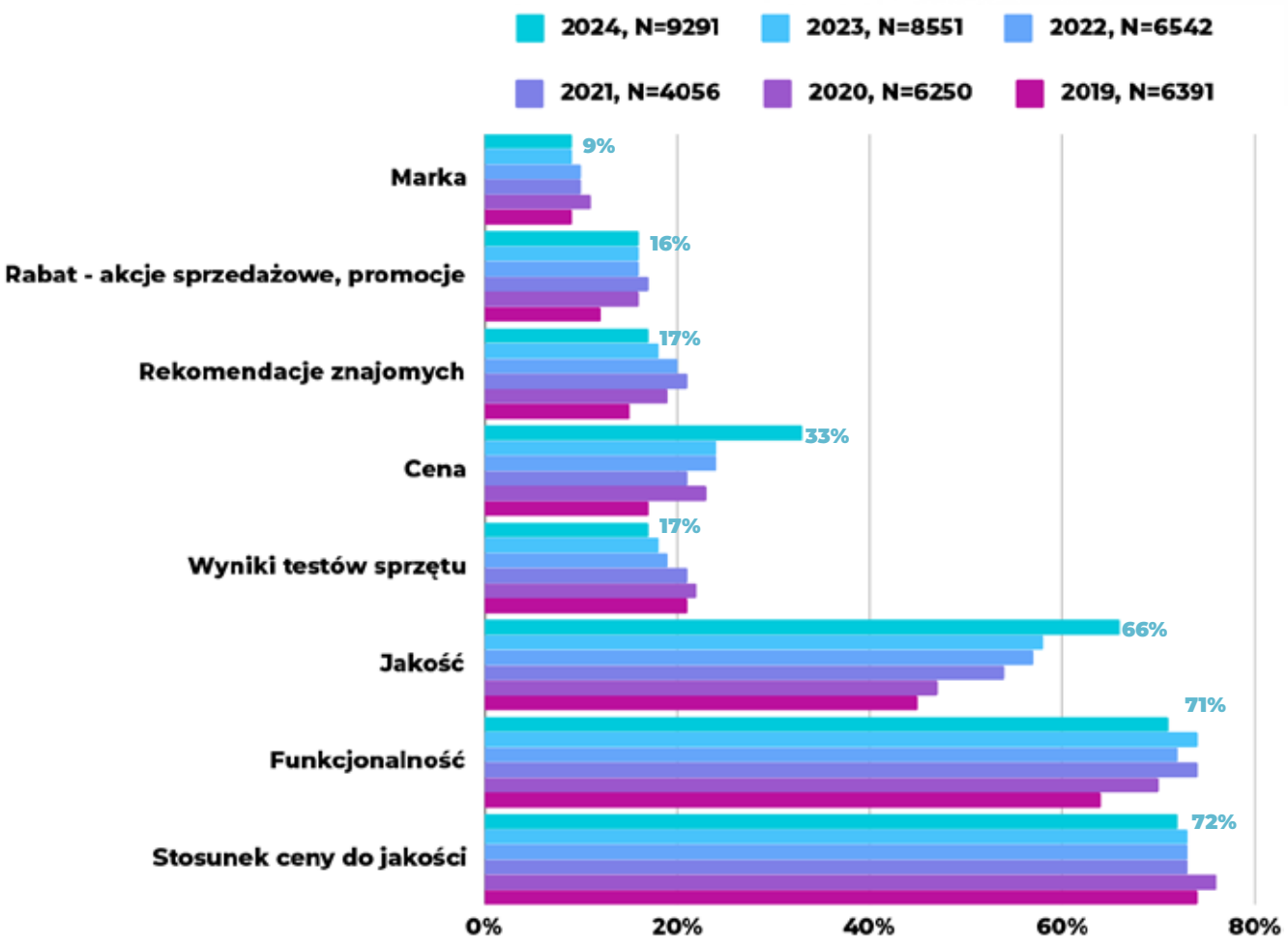
DARMOWY TREKKING PO LODOWCU O WARTOŚCI 390 ZŁ

PROMOCJA TRWA DO KOŃCA LIPCA
REGULAMIN DOSTĘPNY NA STRONIE

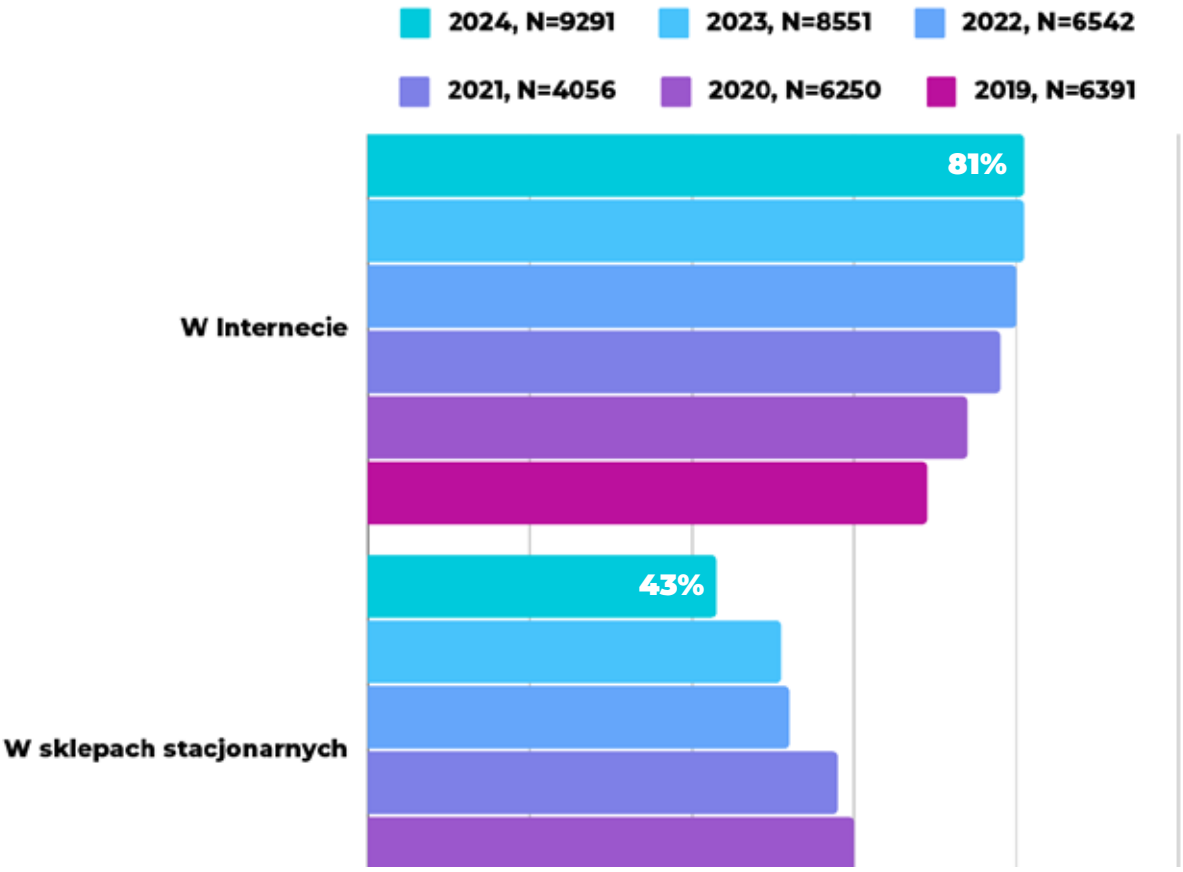


8. GDZIE I JAK KUPUJEMY SPRZĘT?

Przy zakupie nowego sprzętu niezmiennie najważniejszy jest stosunek ceny do jakości oraz jego funkcjonalność. Wyniki najnowszego badania podtrzymują trend zwiększającego się znaczenia jakości i ceny oraz minimalnie zmniejszającą się istotność wyników testów sprzętowych. Z każdą kolejną falą projektu rośnie liczba podróżników, którzy kupują swój sprzęt w Internecie – w obecnej fali jest to już 81% w porównaniu do 43% kupujących stacjonarnie.



GDZIE KUPUJESZ SPRZĘT TURYSTYCZNY NA WYJAZD?





OBP OGÓLNOPOLSKIE BADANIE PODRÓŻNIKÓW

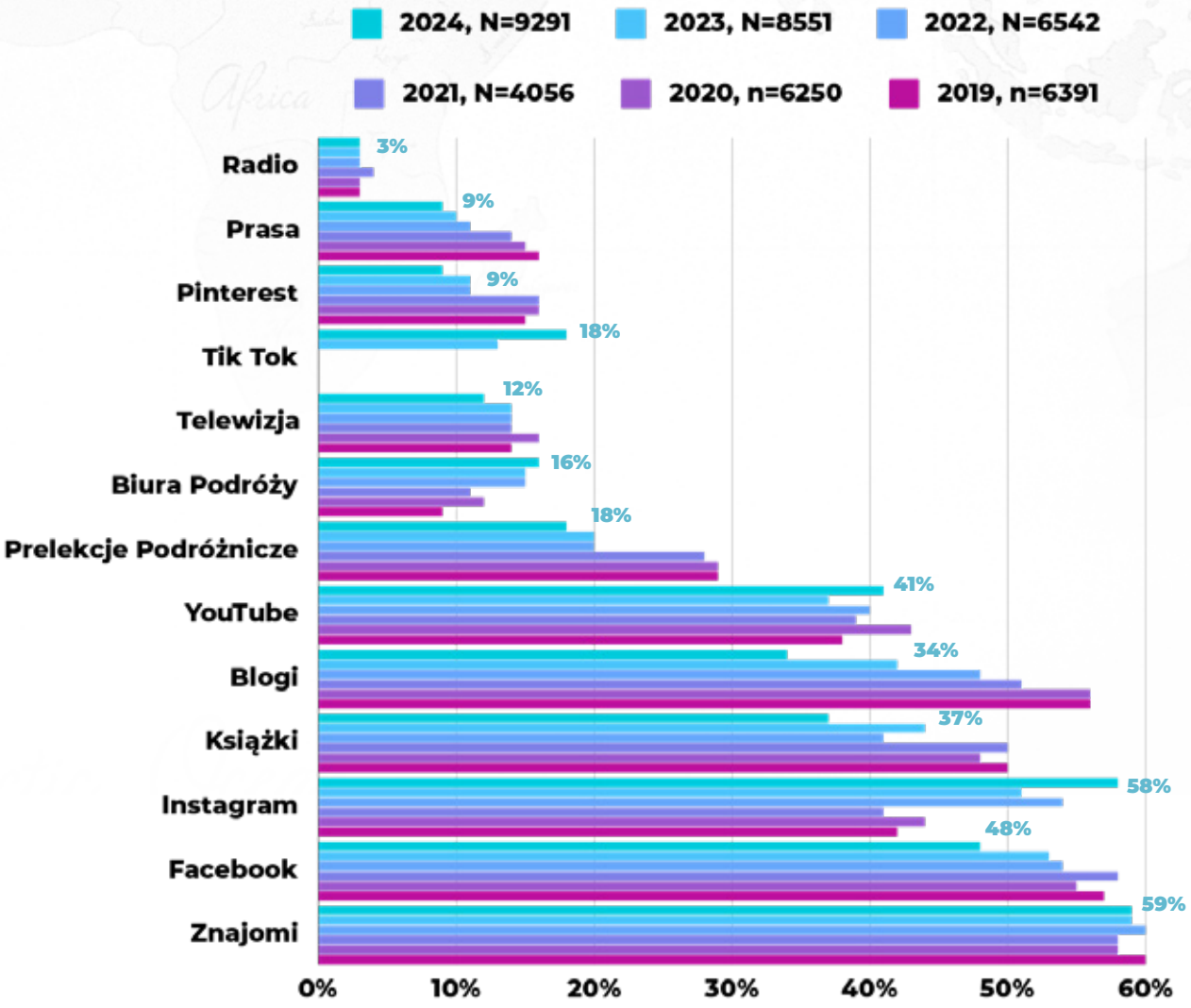

VIKING
EXPLORE MORE
jandrzeusz
Polecam
Jadę!
viking.europe

9. CO NAS INSPIRUJE?

W obecnej fali badania możemy zauważyć trend zmniejszającej się roli inspiracyjnej blogów (z 56% w roku 2019 do 34% w obecnej fali badania). Z kolei wzrasta istotność Instagrama, który obok Facebooka i znajomych jest dla polskich podróżników głównym źródłem inspiracji. Warto zwrócić uwagę na wiek podróżujących – młodsze osoby szukają często inspiracji na kanałach, takich jak Instagram, Tik Tok czy Pinterest (odpowiednio 78%, 47% i 22%).

Martyna Wojciechowska jest najczęściej wskazywanym źródłem inspiracji na Facebooku oraz Instagramie. Popularność podróżniczki na tych kanałach jest potwierdzana w każdej fali badania, chociaż możemy zauważyć wyraźny spadek odsetka wskazań topowych kanałów. W najnowszych wynikach obserwujemy obecność wielu osób tworzących kontent podróżniczy. Blogiem najchętniej odwiedzanym w poszukiwaniu pomysłów na podróż jest Busem Przez Świat (busemprzezświat.pl). Wśród kanałów YT na szczególną uwagę zasługuje kanał Roberta Makłowicza, który okazał się najczęściej wymienianym kanałem inspiracyjnym na tej platformie.




2024, N=9291
2023, N=8551
2022, N=6542
2021, N=4056
2020, n=6250
2019, n=6391
Radio
Prasa
Pinterest
Tik Tok
Telewizja
Biura Podróży
Prelekcje Podróżnicze
YouTube
Blogi
Książki
Instagram
Facebook
Znajomi
3%
9%
9%
18%
12%
16%
18%
41%
34%
37%
58%
48%
59%
0%
10%
20%
30%
40%
50%
60%



10.
CO NAM SIĘ MARZY?

Bucket list polskich podróżników jest od początku trwania projektu praktycznie niezmienny – Islandia, Stany Zjednoczone. W tym roku na trzecie miejsce wskoczyła Portugalia, nieznacznie wygrywając z Hiszpanią. Wysoko na liście możemy odnaleźć również Tajlandię, Norwegię, Gruzję czy Japonię. Marzenia polskich podróżników pomimo napotykanych trudności – pandemii, wojen, konfliktów czy inflacji – pozostają praktycznie niezmienione.



SOLIŚCI ADVENTURE CLUB

DREAMS INTO MEMORIES

ZDOBĄDŹ PRACĘ MARZEŃ

AKADEMIA LIDERÓW WYPRAW



POZNAJ SZCZEGÓŁY:

WWW.SOLISCI.PL/AKADEMIA

START VII EDYCJI

1 MARCA 2025 R.

OBP
OGÓLNOPOLSKIE BADANIE PODRÓŻNIKÓW

WWW.BADANIEPODROZNIKOW.PL

DZIĘKUJEMY
ZA UDZIAŁ W BADANIU

ORGANIZATORZY:

SOLIŚCI ADVENTURE CLUB

mands
badania rynku i opinii

PARTNERZY:

VIKING
EXPLORE MORE

SEATOSUMMIT

OSPREY

DECATHLON

PATRON MEDIALNY:

ALL INCLUSIVE
www.all-inclusive.com.pl

AMBASADORZY:









@podrozezarchitektem
www.podrozezarchitektem.pl

ŚLADAMI GÓROMIRA

Podróżująca Mama

KAMPER MANIAK

BADANIEPODROZNIKOW

OBP.BADANIE.PODROZNIKOW

WWW.BADANIEPODROZNIKOW.PL

OBP
OGÓLNOPOLSKIE
BADANIE
PODRÓŻNIKÓW