

# Destination Insights Report

*RAPORT PODSUMOWUJĄCY*

*Styczeń – sierpień 2023*

Mastercard Data & Services

© 2024 Mastercard Europe SA. All rights reserved.

The information contained in this presentation contains the proprietary and confidential information of Mastercard Europe SA ("Mastercard"). **CLIENT** shall use the information contained in this presentation document for its internal business purposes only. Except with the prior written permission of Mastercard, such information shall not be used for any other purpose and shall not be published or disclosed to third parties, in whole or part.

Mastercard is providing this presentation pursuant to the Non-Disclosure Agreement between **CLIENT** and Mastercard, which shall govern the use and disclosure of the confidential information herein.



Mastercard współpracuje z miastami na całym świecie, dostarczając informacje na temat trendów płatniczych na potrzeby podejmowania lepszych decyzji opartych na danych

## Kluczowe pytania do uwzględnienia w strategiach miast dot. turystyki



Kiedy jest odpowiedni moment aby targetować określonych nie-rezydentów?



Jakie zachowania zakupowe cechują nie-rezydentów w naszym i w innych miastach?



Kim są nasi konkurenci w zależności od momentu sezonu i rodzaju wizyt?



Jak się wyróżnić aby przyciągnąć nowe, atrakcyjne segmenty?



Czy różnice w zachowaniach zakupowych wynikają z kraju pochodzenia nie-rezydentów, czy z opcji oferowanych przez miasta?



W jaki sposób lepiej zarządzać strategią miasta, w oparciu o dane?



# Agenda

## 1. Specyfikacja raportu

2. Segmentacja miast według profilu wydatków nie-rezydentów
3. Wydatki prywatne a biznesowe
4. Wydatki gości z Polski a z zagranicy
5. Pogłębienie analizy wydatków nie-rezydentów zagranicznych
6. Załącznik – słownik pojęć



# Specyfikacja raportu

## Destynacje

Białystok, Bydgoszcz, Gdańsk, Katowice, Kraków, Łódź, Lublin, Poznań, Rzeszów, Szczecin, Warszawa, Wrocław

## Okres

Styczeń – Sierpień 2023 (2019 jako rok bazowy)

## Zakres raportu

Raport skupia się na strukturze **wydatków nie-rezydentów\*** w 12 polskich miastach, nazywanych w raporcie również wydatkami odwiedzających / gości, na które składają się:

- **Wydatki nie-rezydentów krajowych**, uwzględniające transakcje w fizycznych punktach sprzedaży (w POS) dokonane w analizowanych miastach z użyciem kart, których właściciele nie są rezydentami tych miast, ale pochodzą z Polski
- **Wydatki nie-rezydentów zagranicznych**, tzn. transakcje w POS dokonane w analizowanych miastach z użyciem kart wydanych\*\* za granicą, gdzie:

- **TOP 15 krajów** (nazywanych również krajami pochodzenia) zostało wskazanych na podstawie udziału w wydatkach zagranicznych w analizowanych miastach

UKRAINA 	STANY ZJEDNOCZONE 	NIDERLANDY 	DANIA 	WŁOCHY 
WIELKA BRYTANIA 	SZWECJA 	CZECHY 	SŁOWACJA 	BIAŁORUŚ 
NIEMCY 	NORWEGIA 	FRANCJA 	LITWA 	HISZPANIA 

Raport rozróżnia także wydatki na **prywatne i biznesowe** w zależności od rodzaju karty, tzn. karty prywatne i korporacyjne

## Wykorzystane dane

Raport został przygotowany w oparciu o dane transakcyjne Mastercard. Dane te zostały znormalizowane na podstawie odpowiednich udziałów rynkowych Mastercard, aby odzwierciedlić znaczenie wydatków poszczególnych krajów w analizowanych miastach. Dane transakcyjne z kart zostały zagregowane na poziomie destynacji.

Aby zapewnić zgodność z przepisami prawa o ochronie danych, Mastercard konwertuje bezwzględne dane nt. wydatków na względne wskaźniki KPI, ukazujące przede wszystkim zmiany w czasie, strukturze i względnym znaczeniu wydatków.

\* Każda karta ma przypisany region pochodzenia na podstawie wzorców zachowań zakupowych posiadacza karty – wydatki rezydentów analizowanych miast nie zostały uwzględnione w raporcie;

\*\* Na podstawie kraju wydawcy karty, za wyjątkiem kluczowych wydawców „centralnych” (np. Revolut), gdzie kraj pochodzenia jest definiowany wyłącznie na podstawie wzorców zachowań posiadacza karty



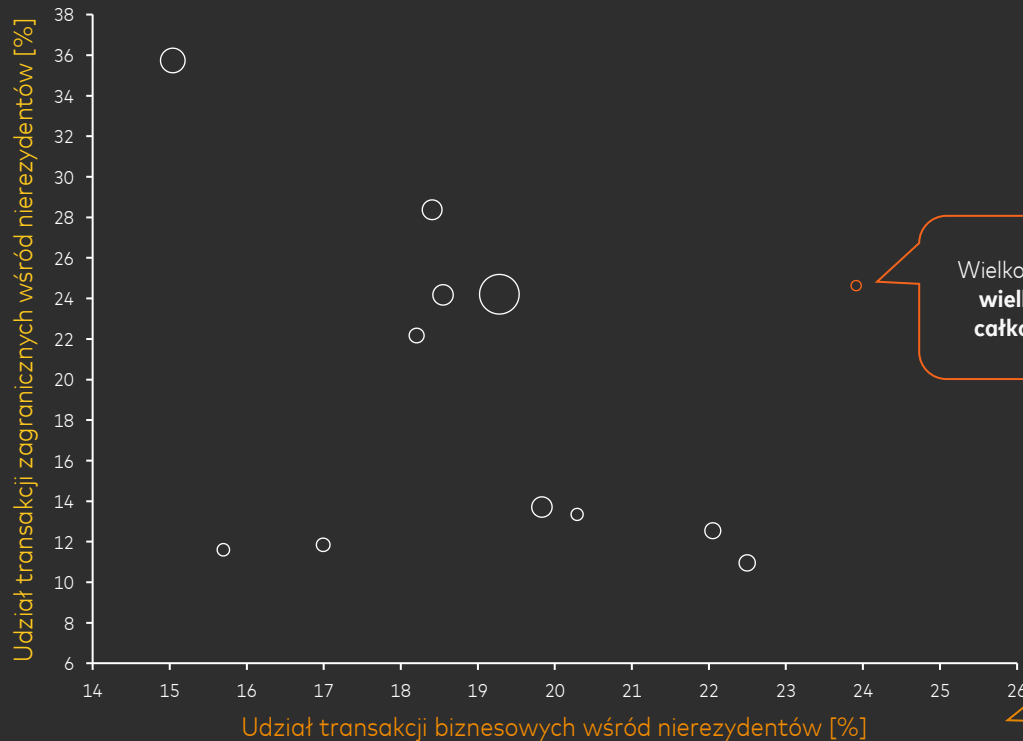
# Agenda

1. Specyfikacja raportu
- 2. Segmentacja miast według profilu wydatków nie-rezydentów**
3. Wydatki prywatne a biznesowe
4. Wydatki gości z Polski a z zagranicy
5. Pogłębienie analizy wydatków nie-rezydentów zagranicznych
6. Załącznik – słownik pojęć



# Analizowane miasta zostały skategoryzowane na podstawie udziału transakcji biznesowych oraz transakcji zagranicznych w sumie transakcji nie-rezydentów

Oś Y określa udział wydatków odwiedzających z zagranicy w sumie wydatków nie-rezydentów

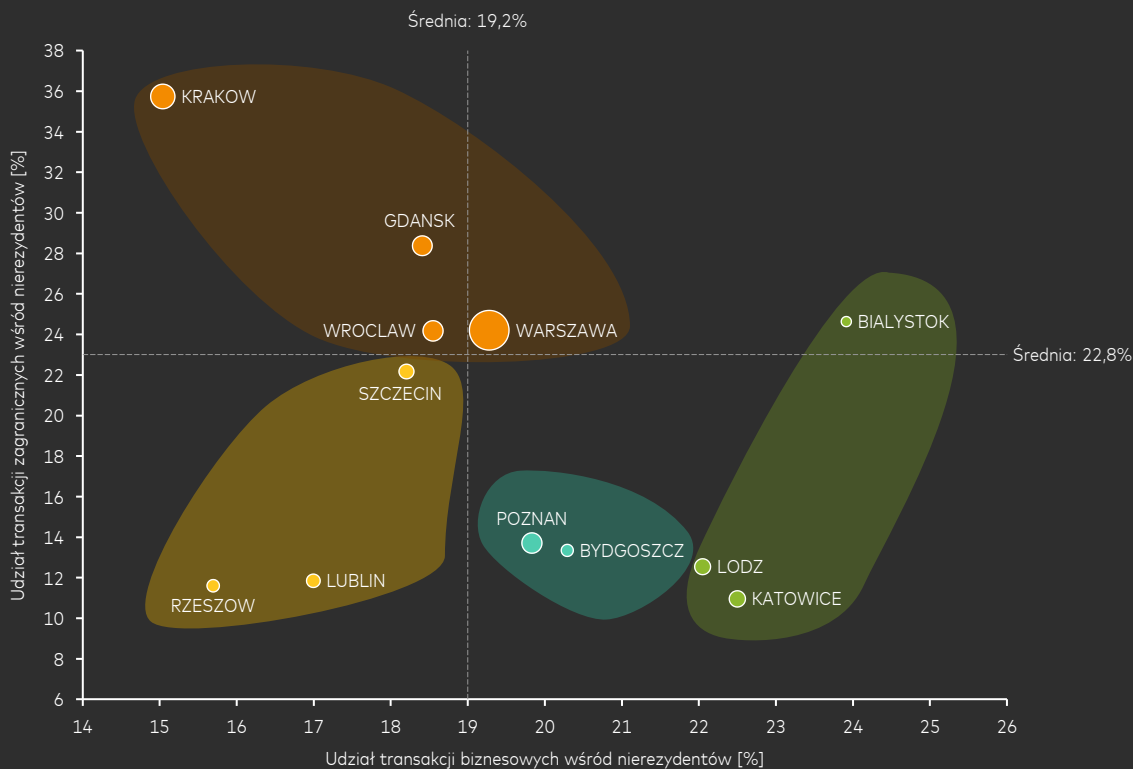


Wielkość punktu odzwierciedla wielkość miasta mierzoną całkowitą sumą transakcji

Oś X określa udział wydatków biznesowych w sumie wydatków nie-rezydentów



# Segmentacja wyróżnia miasta, które przyciągają głównie turystów (np. Kraków), kupujących prywatnych z sąsiednich krajów (np. Szczecin), a także miasta o silnym profilu biznesowym



## Popularni za granicą

- Warszawa
- Kraków
- Wrocław
- Gdańsk

Miasta z wysokim udziałem transakcji zagranicznych oraz stosunkowo niskim udziałem transakcji biznesowych

## Przygraniczne centra

- Szczecin
- Lublin
- Rzeszów

Miasta z niskim udziałem transakcji biznesowych oraz z wyróżniającym udziałem transakcji zagranicznych z pobliskich krajów

## Ulubieńcy wśród Polaków

- Poznań
- Bydgoszcz

Miasta z wysokim udziałem transakcji krajowych oraz przeciętnym udziałem transakcji biznesowych

## Wybierani na biznes

- Łódź
- Katowice
- Białystok

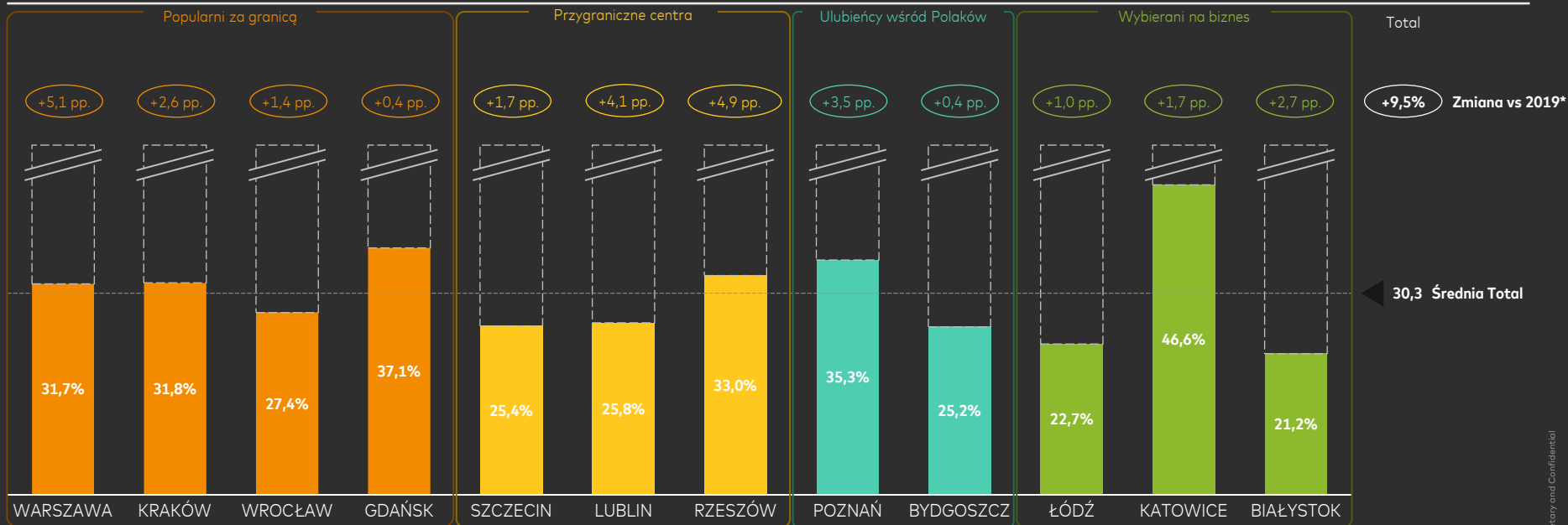
Miasta z wysokim udziałem transakcji biznesowych





# Udział nierezydentów w wydatkach w każdym z analizowanych segmentów zwiększył się na przestrzeni ostatnich lat, co świadczy o ich rosnącym znaczeniu dla polskich miast

Udział wydatków nie-rezydentów w całkowitym wolumenie transakcji





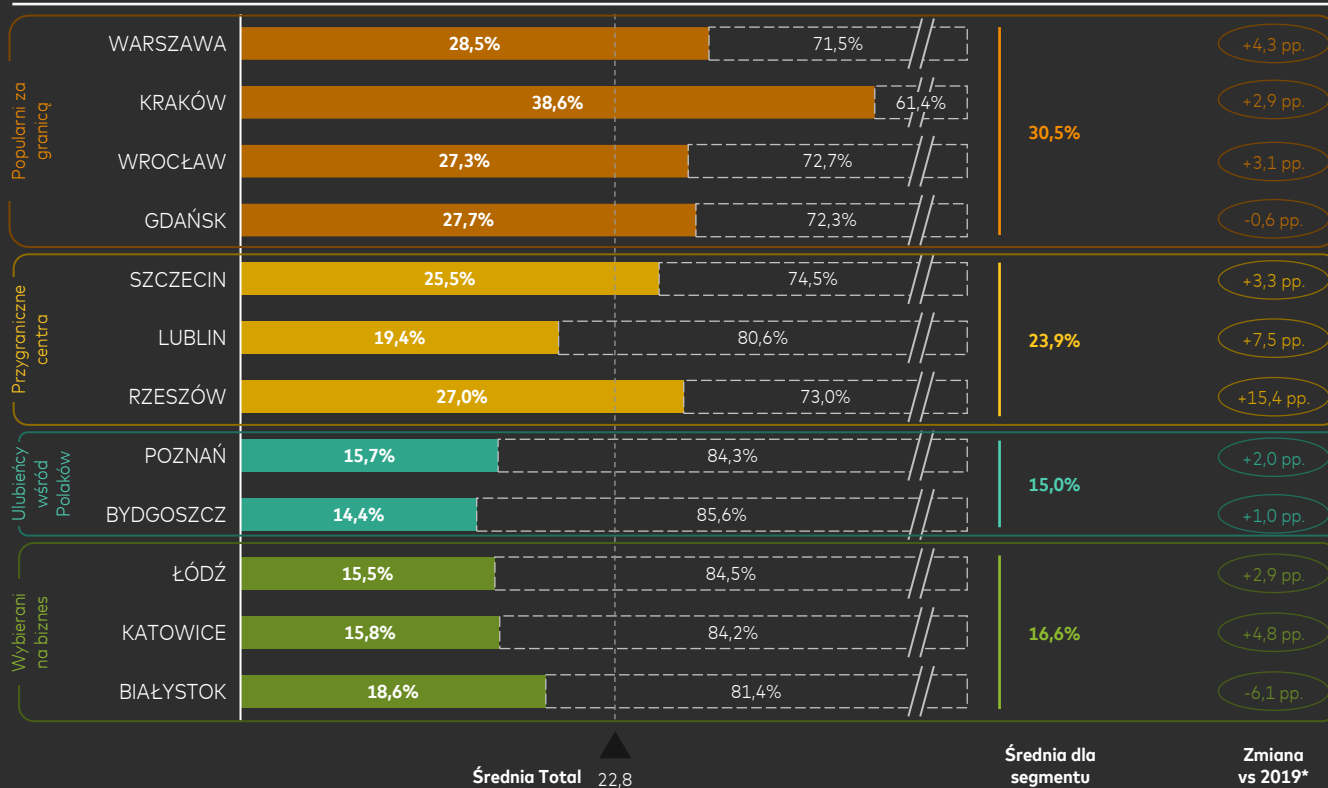
- **Znaczne wzrosty w udziale transakcji nierezydentów** są efektem rosnącej sumy wydatków zarówno wśród gości z kraju, jak i z zagranicy, a także rosnących wydatków odwiedzających w celach prywatnych i biznesowych w każdym z analizowanych miast



# Odwiedzający z zagranicy stanowią znaczącą część nierezydentów dla każdego miasta - w niektórych miastach ich wydatki odpowiadają za nawet 1/4 łącznych wydatków nie-rezydentów

## Udział transakcji krajowych i zagranicznych w wydatkach nie-rezydentów

 Transakcje zagraniczne
  Transakcje krajowe



- Większość miast odnotowała wzrost udziału transakcji nierezydentów zagranicznych od 2019 roku, co wynika m.in. z **migracji osób z Ukrainy** (największe wzrosty w Rzeszowie oraz Lublinie). Warto jednak zwrócić uwagę na fakt, że **nominalna wartość wydatków wzrosła znacznie wśród odwiedzających z większości krajów**
- Białystok i Gdańsk odnotowały natomiast spadek udziału transakcji zagranicznych, co było efektem ograniczenia wydatków wśród odwiedzających z Rosji oraz Islandii.



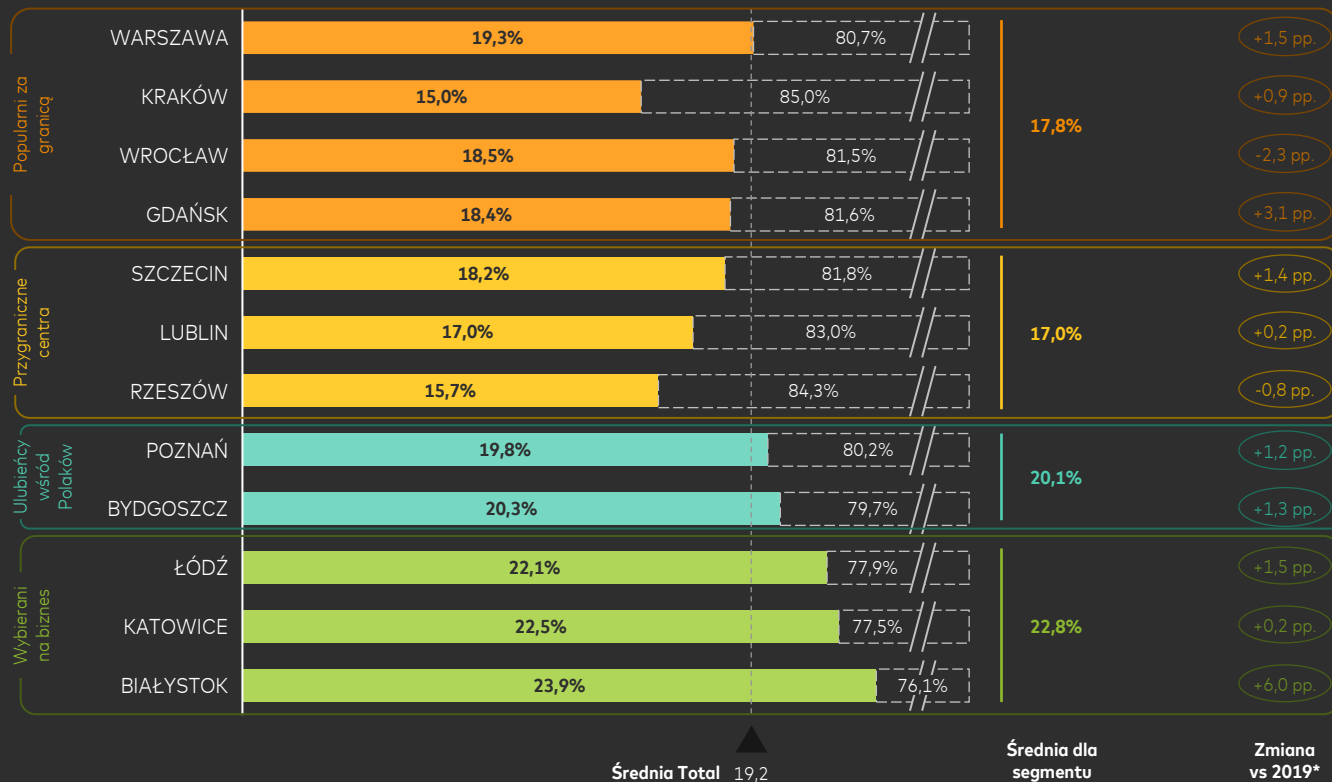
# Wydatki biznesowe również stanowią istotną część wydatków wśród odwiedzających analizowane miasta – największe znaczenie mają dla Białegostoku, Katowic i Łodzi

Udział transakcji prywatnych i biznesowych w wydatkach nie-rezydentów

Transakcje biznesowe

Transakcje prywatne

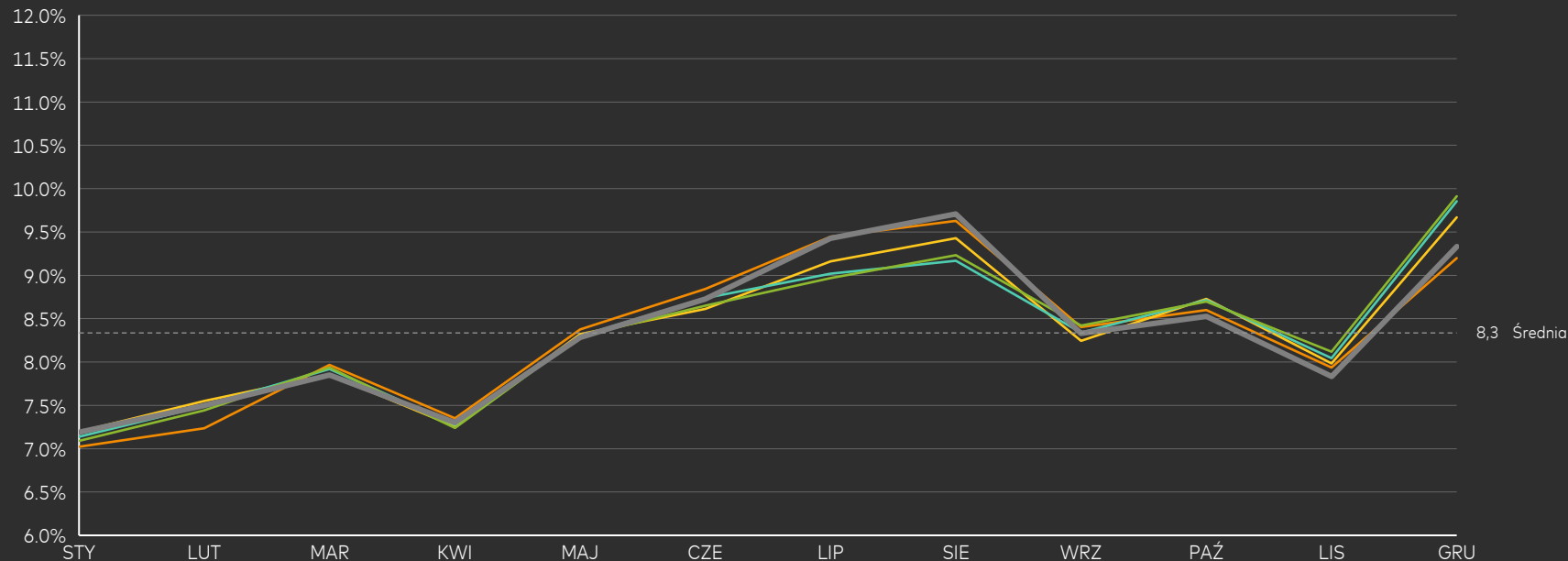
- **Transakcje biznesowe stanowią średnio ok. 20% wydatków** w największych polskich miastach, a ich udział wzrósł od 2019 roku
- **Największy wzrost udziału transakcji biznesowych odnotował Białystok** (+ 6%), co jest efektem wzrostu wartości tych transakcji wśród odwiedzających m.in. z Ukrainy, Niemiec, Wielkiej Brytanii, Stanów Zjednoczonych, Irlandii i Polski
- Wrocław i Rzeszów odnotowały spadek udziału transakcji biznesowych, mimo że nominalna wartość wydatków wzrosła w analizowanym okresie



# Poziom wydatków nierezydentów zmienia się w ciągu roku - odwiedzający polskie miasta wydają najwięcej w sierpniu oraz w grudniu

Udział wydatków nie-rezydentów w danym miesiącu w wydatkach rocznych\*

Popularni za granicą Przygraniczne centra Ulubieńcy wśród Polaków Wyberani na biznes TOTAL

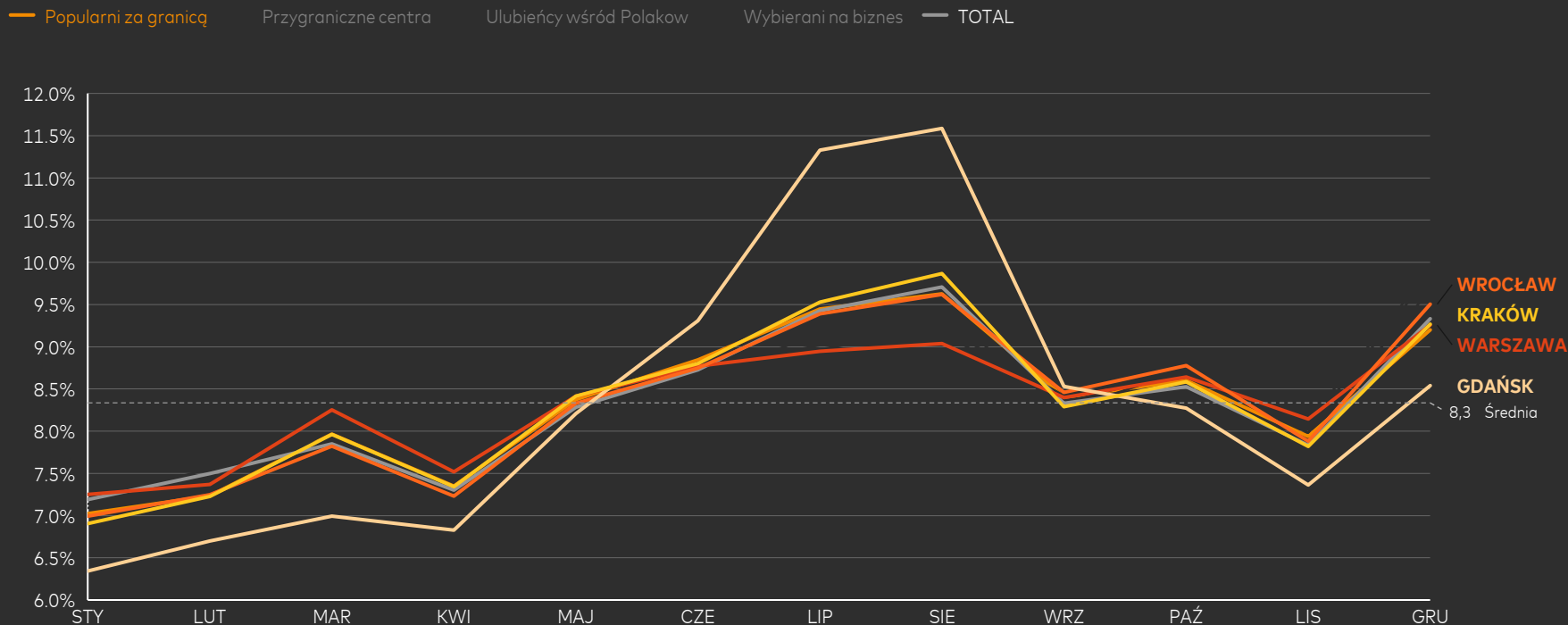


8,3 Średnia



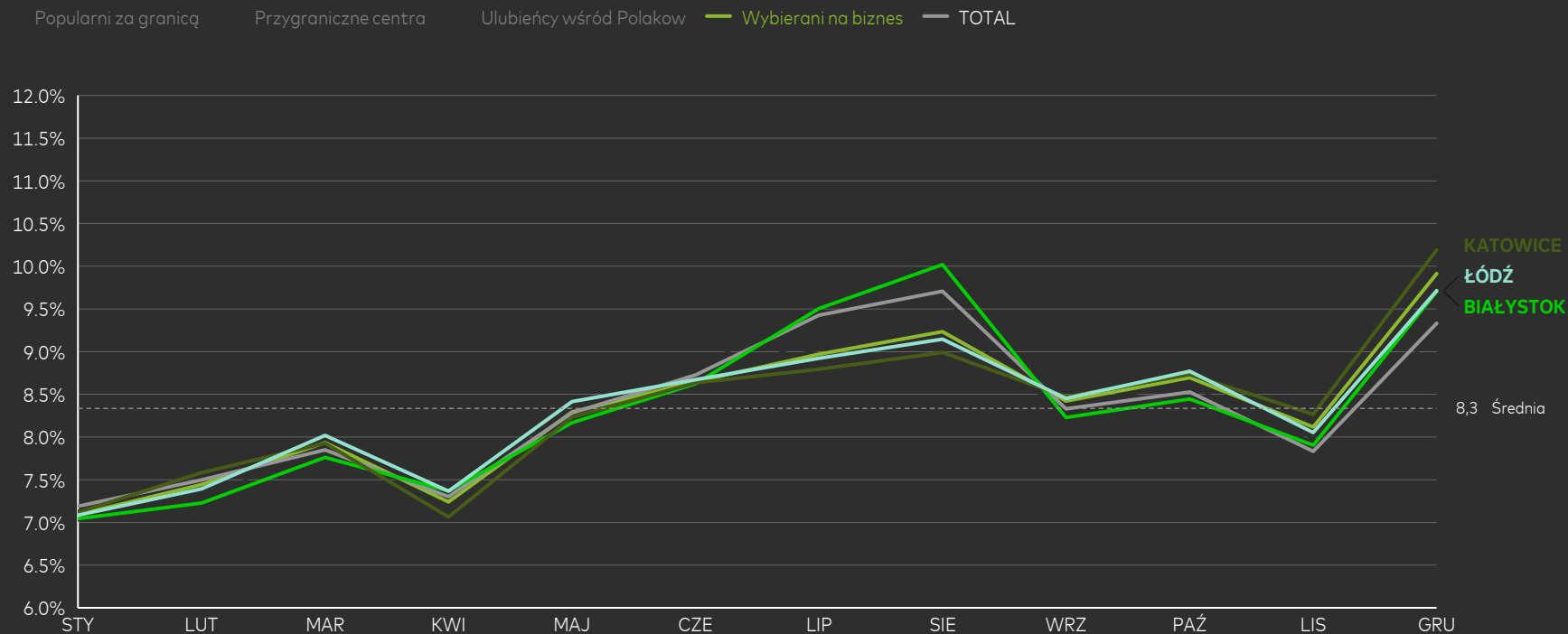
# Miasta *Popularne za granicą* charakteryzują się szczytem sezonu w miesiącach wakacyjnych. W Gdańsku wydatki w lipcu i sierpniu stanowią prawie 25% rocznych wydatków nie-rezydentów

Udział średnich wydatków nie-rezydentów w całkowitych wydatkach, w danym miesiącu\*



# Dla miast *Wybieranych na biznes* grudzień jest zdecydowanie najistotniejszym miesiącem. Wyjątkiem jest Białystok, który w wakacje przyjmuje znacznie więcej odwiedzających z zagranicy

Udział średnich wydatków nie-rezydentów w całkowitych wydatkach, w danym miesiącu\*



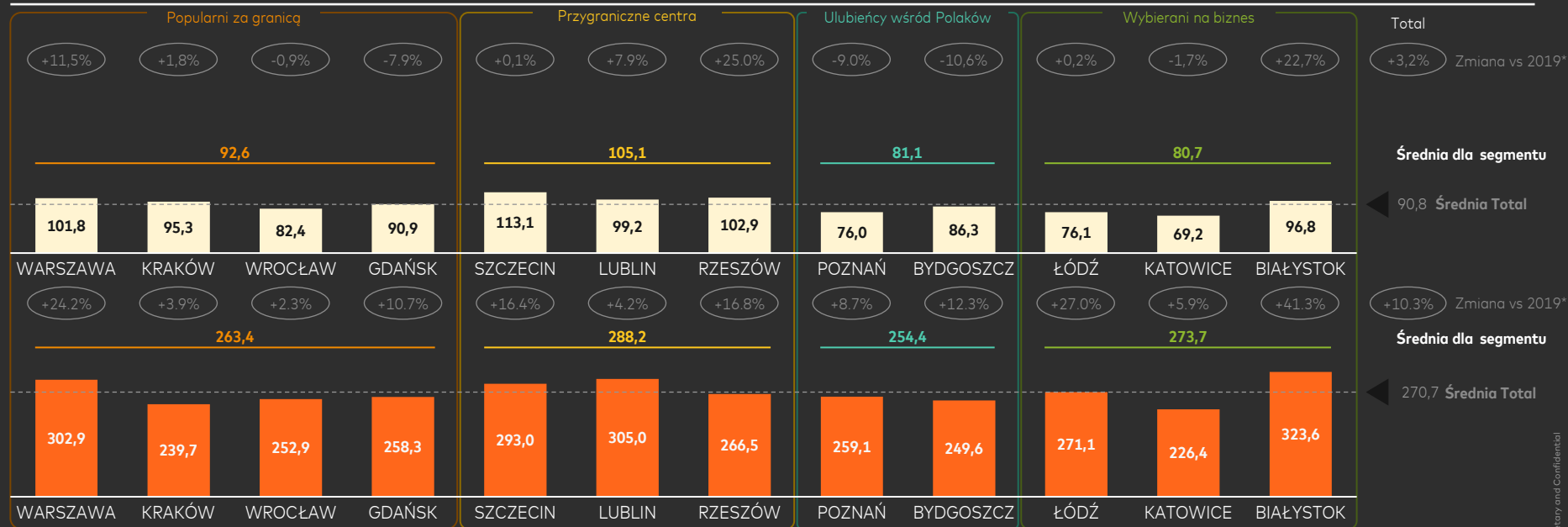
# Agenda

1. Specyfikacja raportu
2. Segmentacja miast według profilu wydatków nie-rezydentów
- 3. Wydatki prywatne a biznesowe**
4. Wydatki gości z Polski a z zagranicy
5. Pogłębienie analizy wydatków nie-rezydentów zagranicznych
6. Załącznik – słownik pojęć



# Zarówno odwiedzający w celach prywatnych jak i biznesowych wydają średnio najwięcej w *Przygranicznych centrach*, a najmniej w miastach określonych jako *Ulubieńcy wśród Polaków*

Średnie wydatki na wizytę prywatną i biznesową, EUR



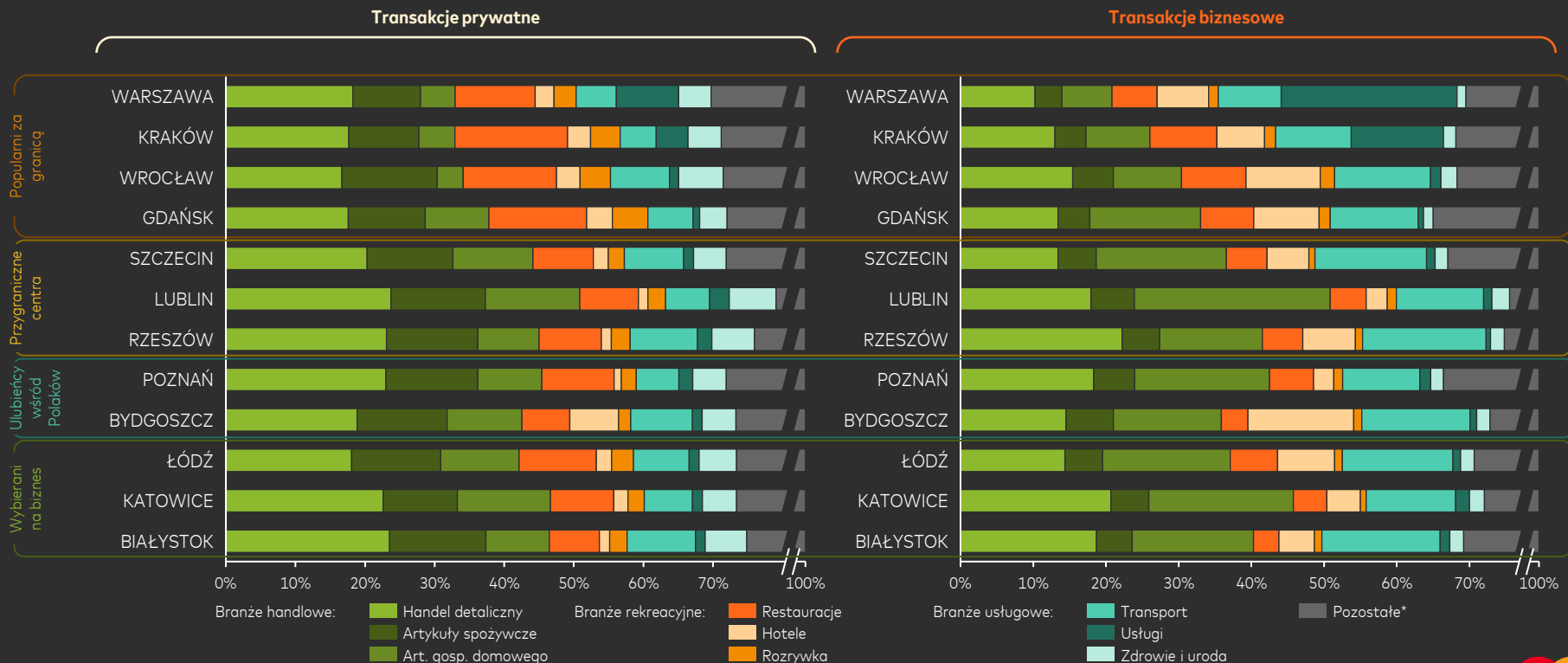
- Najwyższe średnie wydatki w *Przygranicznych centrach* są najprawdopodobniej efektem wysokiego udziału branż związanych z handlem (handel detal., art. spożywcze, art. gosp. domowego) w całkowitym wolumenie transakcji, zarówno w wydatkach prywatnych jak i biznesowych
- Niskie średnie wydatki w Poznaniu i Bydgoszczy wynikają przypuszczalnie z najniższego udziału zagranicznych odwiedzających, którzy średnio na wizytę wydają więcej niż Polacy





# Karty biznesowe są częściej wykorzystywane w płatnościach za hotele i transport, a prywatne – za restauracje, co widać wyraźnie np. w miastach *Popularnych za granicą*

Udział kategorii zakupowych wśród transakcji prywatnych i biznesowych



\*Kategoria Pozostałe zawiera rolnictwo, produkcję, usługi magazynowania, telekomunikację, media, handel hurtowy, art. dla zwierząt, opiekę paliatywną, wypożyczalnię odzieży oraz sprzętu, usługi administracji publicznej oraz raportowanie na potrzeby kredytów konsumpcyjnych



# Agenda

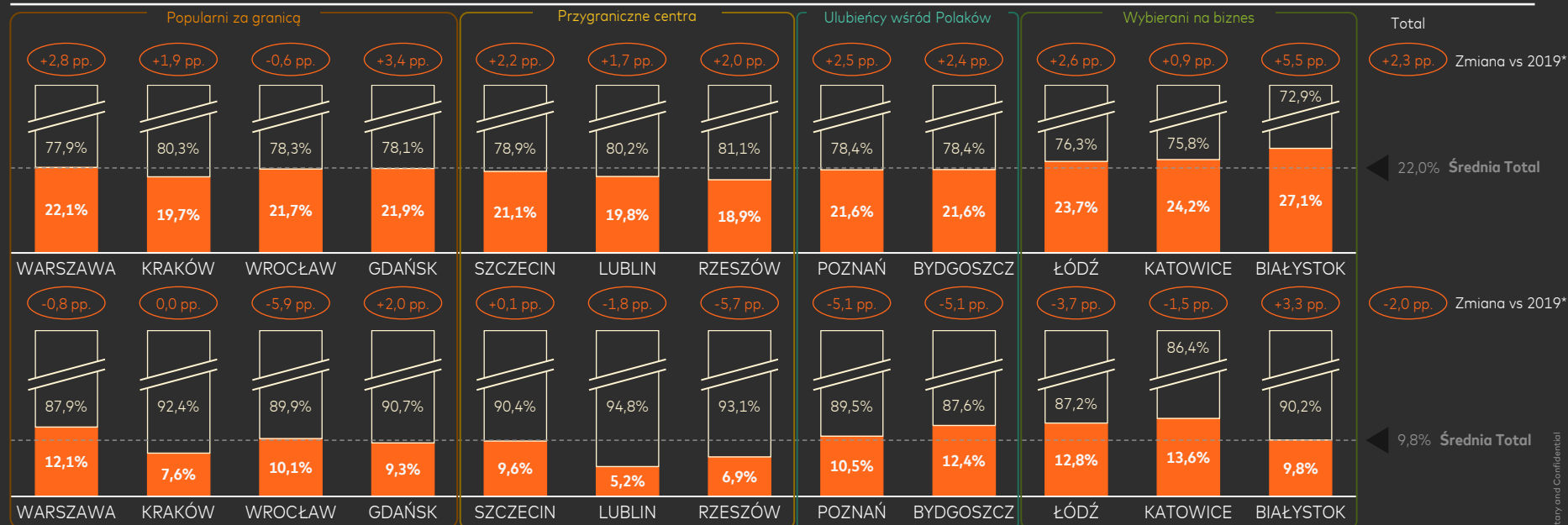
1. Specyfikacja raportu
2. Segmentacja miast według profilu wydatków nie-rezydentów
3. Wydatki prywatne a biznesowe
- 4. Wydatki gości z Polski a z zagranicy**
5. Pogłębienie analizy wydatków nie-rezydentów zagranicznych
6. Załącznik – słownik pojęć



# Odwiedzający z zagranicy przeznaczają połowę mniej na wydatki biznesowe niż Polacy, a udział zagranicznych transakcji biznesowych zmniejszył się w większości miast od 2019 roku

Udział wydatków prywatnych i biznesowych wśród odwiedzających z kraju i z zagranicy

Transakcje prywatne Transakcje biznesowe

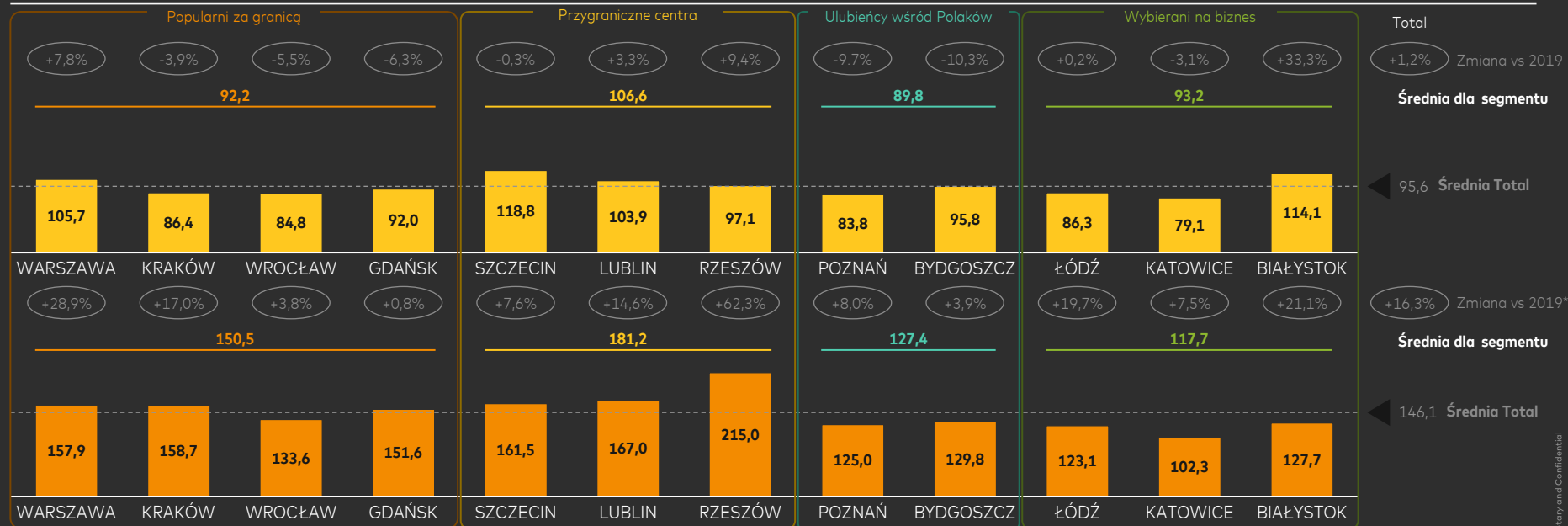


- Wśród odwiedzających z Polski udział transakcji biznesowych wzrósł względem 2019 roku, natomiast wśród odwiedzających z innych krajów trend ten jest odwrotny – wzrósł udział transakcji prywatnych, a spadł udział transakcji biznesowych
- Kraków, Lublin i Rzeszów przyciągają najmniej transakcji biznesowych, niezależnie od kraju pochodzenia odwiedzających



# Zagraniczni goście wydają o ponad połowę więcej podczas jednej wizyty niż Polacy - najczęściej w *Przygranicznych centrach* oraz miastach *Popularnych za granicą*

Średnie wydatki na wizytę wśród transakcji krajowych i zagranicznych, EUR

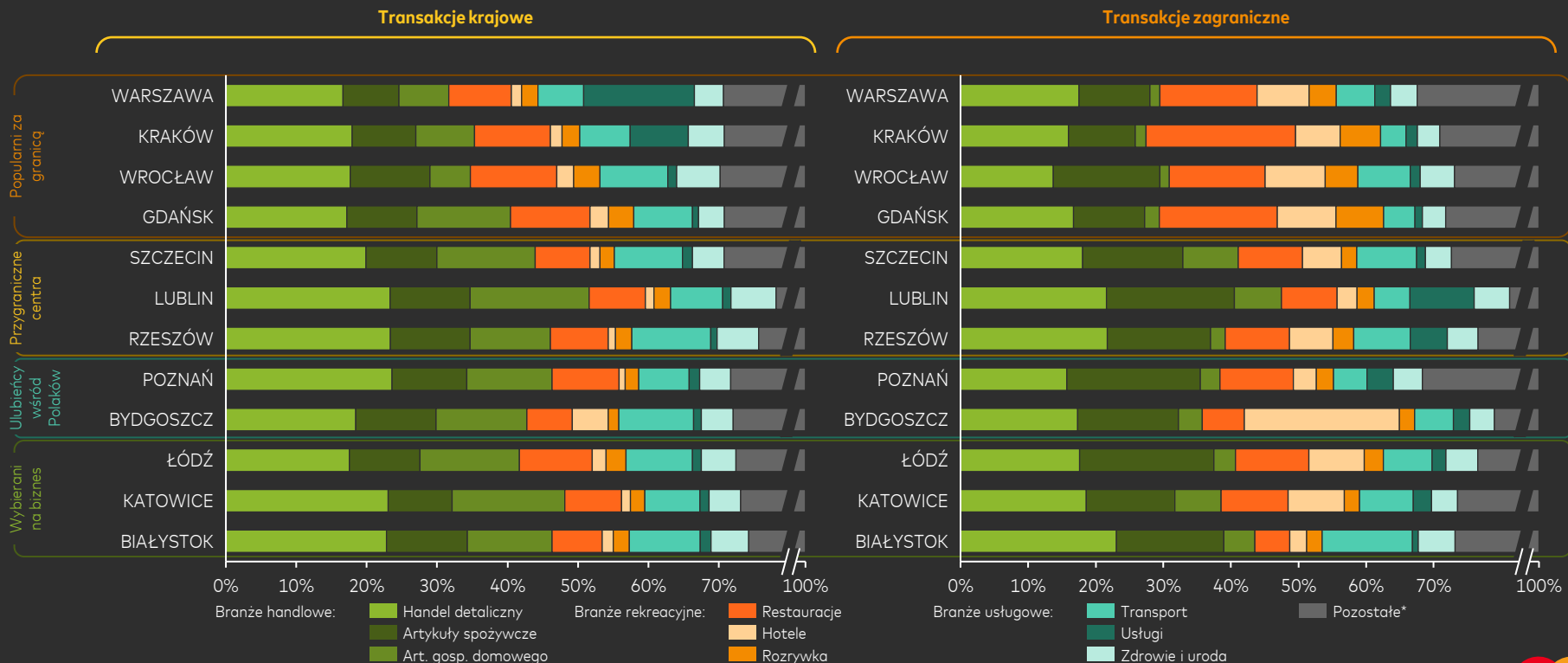


- Pomimo najwyższego udziału transakcji zagranicznych w miastach *Popularnych za granicą*, to w Rzeszowie, Lublinie i Szczecinie obcokrajowcy wydają średnio najwięcej podczas jednej wizyty, najmniej natomiast w Katowicach i w Łodzi
- Średnie wydatki odwiedzających z zagranicy wzrosły we wszystkich miastach od 2019 roku - znaczące wzrosty odnotowały Rzeszów, Warszawa, Białystok, Łódź i Kraków



# Odwiedzający z zagranicy wydają średnio o 10% więcej na hotele i restauracje niż krajowi, Polacy zaś znacznie więcej wydają na artykuły gospodarstwa domowego i usługi

Udział kategorii zakupowych wśród transakcji krajowych i zagranicznych



\*Kategoria Pozostałe zawiera rolnictwo, produkcję, usługi magazynowania, telekomunikację, media, handel hurtowy, art. dla zwierząt, opiekę paliatywną, wypożyczalnie odzieży oraz sprzętu, usługi administracji publicznej oraz raportowanie na potrzeby kredytów konsumpcyjnych



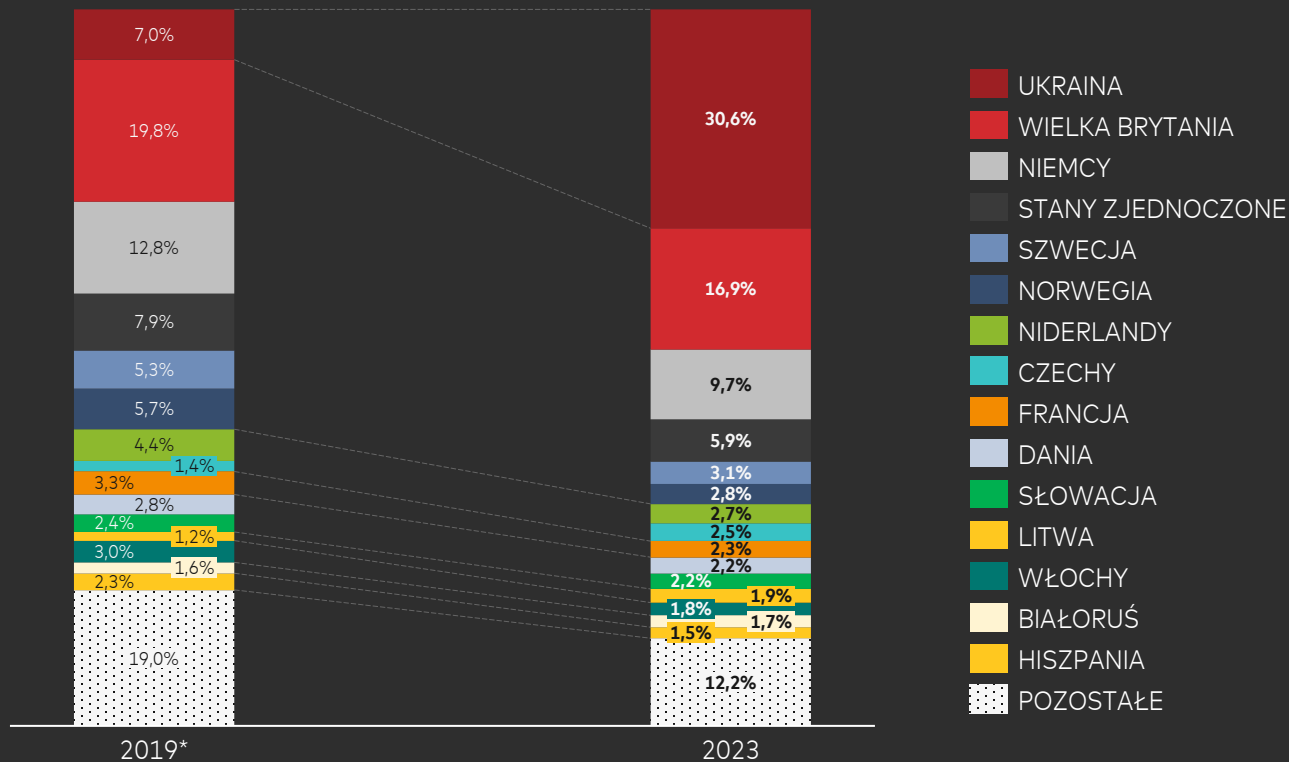
# Agenda

1. Specyfikacja raportu
2. Segmentacja miast według profilu wydatków nie-rezydentów
3. Wydatki prywatne a biznesowe
4. Wydatki gości z Polski a z zagranicy
- 5. Pogłębienie analizy wydatków nie-rezydentów zagranicznych**
6. Załącznik – słownik pojęć



# Transakcje odwiedzających z Ukrainy, Wielkiej Brytanii oraz Niemiec stanowią ponad 50% wszystkich transakcji zagranicznych w największych polskich miastach

Udział wydatków nie-rezydentów z top 15 krajów we wszystkich miastach


















- Wartość transakcji odwiedzających z Ukrainy wzrosła ponad 7,5-krotnie względem 2019 roku i obecnie stanowi prawie 1/3 wszystkich zagranicznych transakcji
- Nierezydenci z pozostałych krajów nominalnie wydają w Polsce więcej niż w 2019 roku, wzrosty te nie były jednak tak znaczące jak wśród odwiedzających z Ukrainy
- Wyjątek stanowią odwiedzający z Norwegii, których suma wydatków zmniejszyła się nominalnie o 0,5% względem 2019 roku
- Oprócz odwiedzających z Ukrainy, swój udział w całości wydatków zagranicznych zwiększyły również Czechy, Litwa i Białoruś



# Istotność poszczególnych krajów różni się w zależności od miasta, chociaż TOP 5 krajów z największym udziałem w transakcjach zagranicznych jest zbliżona w analizowanych lokalizacjach

Ranking top 15 krajów z najwyższym udziałem w transakcjach

Kraj	ALL*	Popularni za granicą				Przygraniczne centra			Ulubieńcy wśród Polaków		Wybierani na biznes		
		WARSZAWA	KRAKÓW	WROCŁAW	GDAŃSK	SZCZECIN	LUBLIN	RZESZÓW	POZNAŃ	BYDGOSZCZ	ŁÓDŹ	KATOWICE	BIAŁYSTOK
 Ukraina	↑ 1	1	1	1	4	2	1	1	1	2	1	1	4
 Wielka Brytania	↓ 2	2	2	2	1	4	2	2	2	1	2	2	1
 Niemcy	↓ 3	4	4	3	5	1	4	4	3	3	3	3	6
 Stany Zjednoczone	↓ 4	3	3	4	7	8	3	3	4	5	4	5	5
 Szwecja	↑ 5	9	9	14	3	5	8	11	7	7	8	13	10
 Norwegia	↓ 6	17	5	15	2	6	11	12	14	8	16	12	15
 Niderlandy	7	11	6	7	10	7	6	5	5	4	5	6	11
 Czechy	↑ 8	16	10	6	11	10	12	15	9	9	6	4	17
 Francja	9	6	7	9	15	9	13	7	10	13	10	9	19
 Dania	↑ 10	14	14	16	8	3	14	10	6	6	12	16	20
 Słowacja	↑ 11	n/a	17	n/a	n/a	n/a	n/a	16	11	n/a	n/a	18	n/a
 Litwa	↑ 12	7	19	19	9	19	15	22	18	12	13	17	3
 Włochy	↓ 13	15	8	10	16	14	7	9	13	14	11	8	18
 Białoruś	↑ 14	5	22	12	14	22	10	n/a	12	18	14	24	2
 Hiszpania	↓ 15	13	13	13	17	15	18	13	16	10	7	11	16



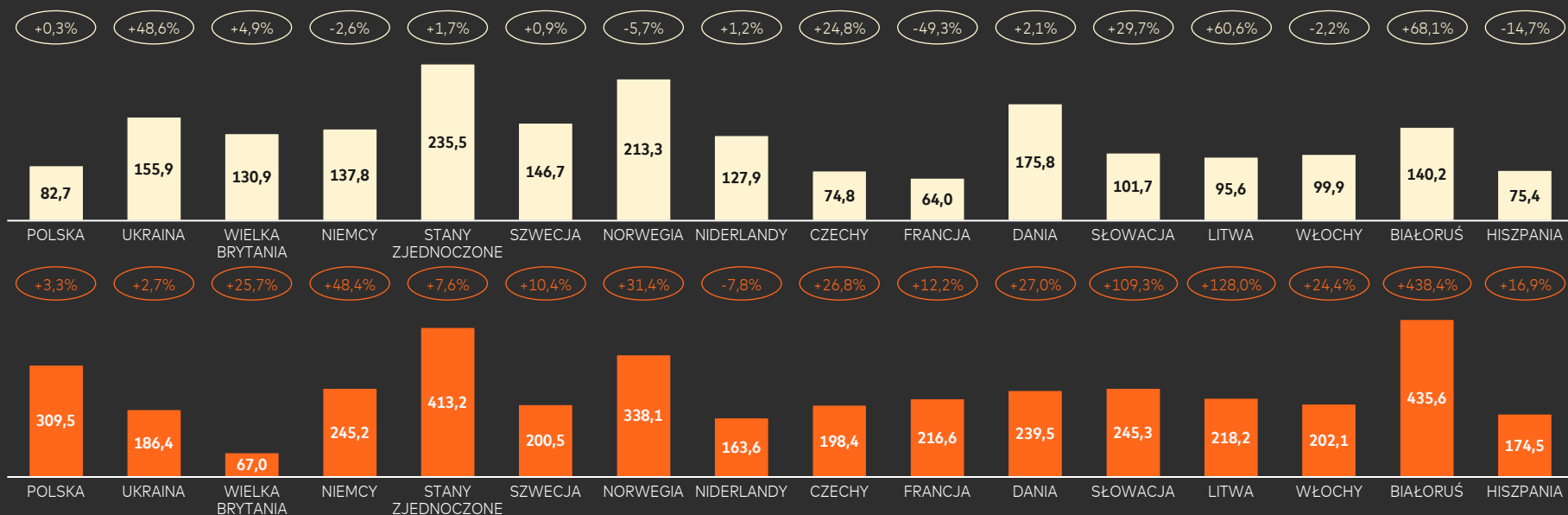


# W polskich miastach średnio najczęściej na wizytę prywatną wydają Amerykanie, Norwedzy i Duńczycy, a na wizytę biznesową Białorusini i ponownie - Amerykanie

Średnie wydatki na wizytę w podziale na kraj odwiedzającego, EUR

Transakcje prywatne    Transakcje biznesowe

Zmiana vs 2019



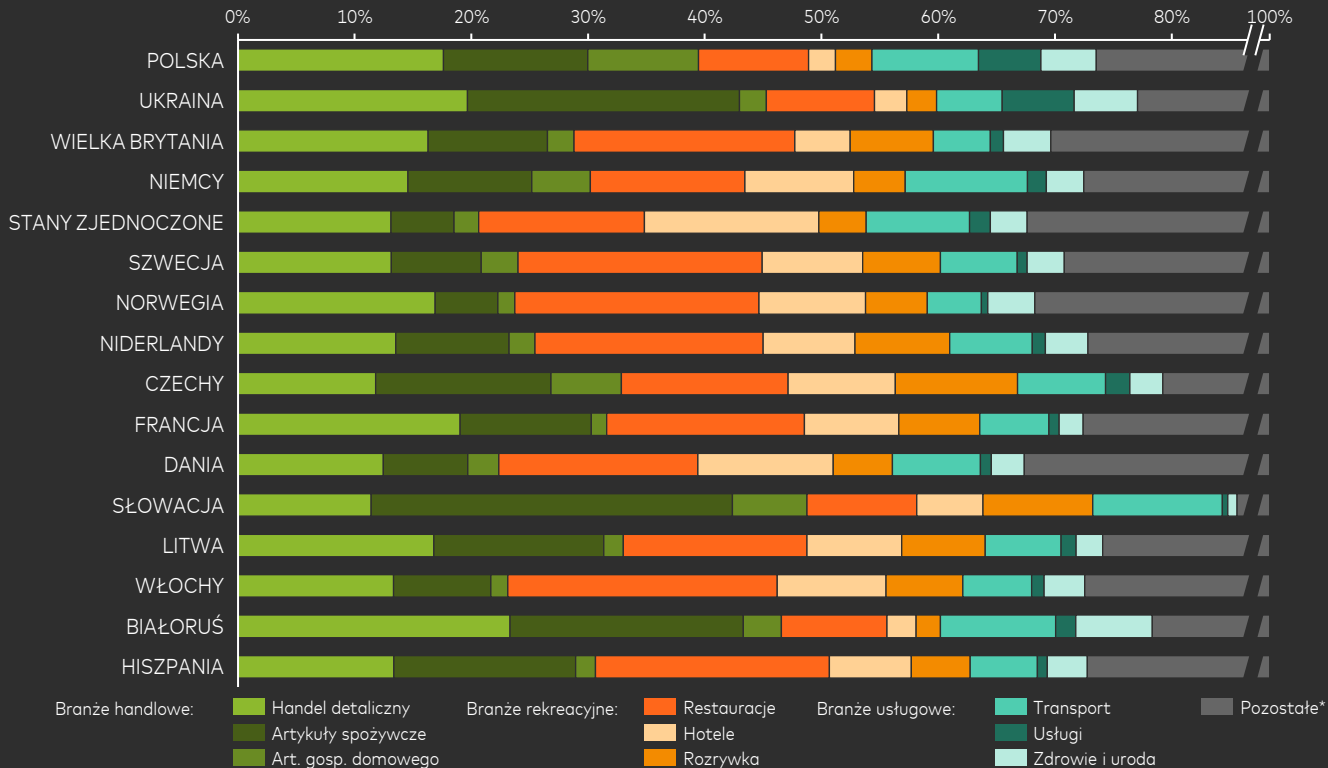
Zmiana vs 2019

- Odwiedzający z zagranicy wydają średnio więcej na wizytę prywatną niż Polacy, co może wynikać z konieczności noclegu lub różnych powodów wizyty, z kolei na wizytę biznesową jedynie Amerykanie, Norwedzy i Białorusini wydają więcej niż odwiedzający z kraju
- Wydatki na wizytę biznesową wzrosły we wszystkich analizowanych krajach, w szczególności Białorusi, Litwie i Słowacji
- Średnie wydatki odwiedzających z Białorusi na wizytę biznesową wzrosły ponad 4-krotnie od 2019 roku i obecnie wynoszą ok. 436 EUR



# Profile transakcji różnią się pomiędzy krajami, lecz głównie skupiają się wokół branż związanych z handlem lub z rekreacją

Udziały wybranych kategorii wydatków w bezgotówkowych wydatkach nie-rezydentów, w podziale na kraje odwiedzającego



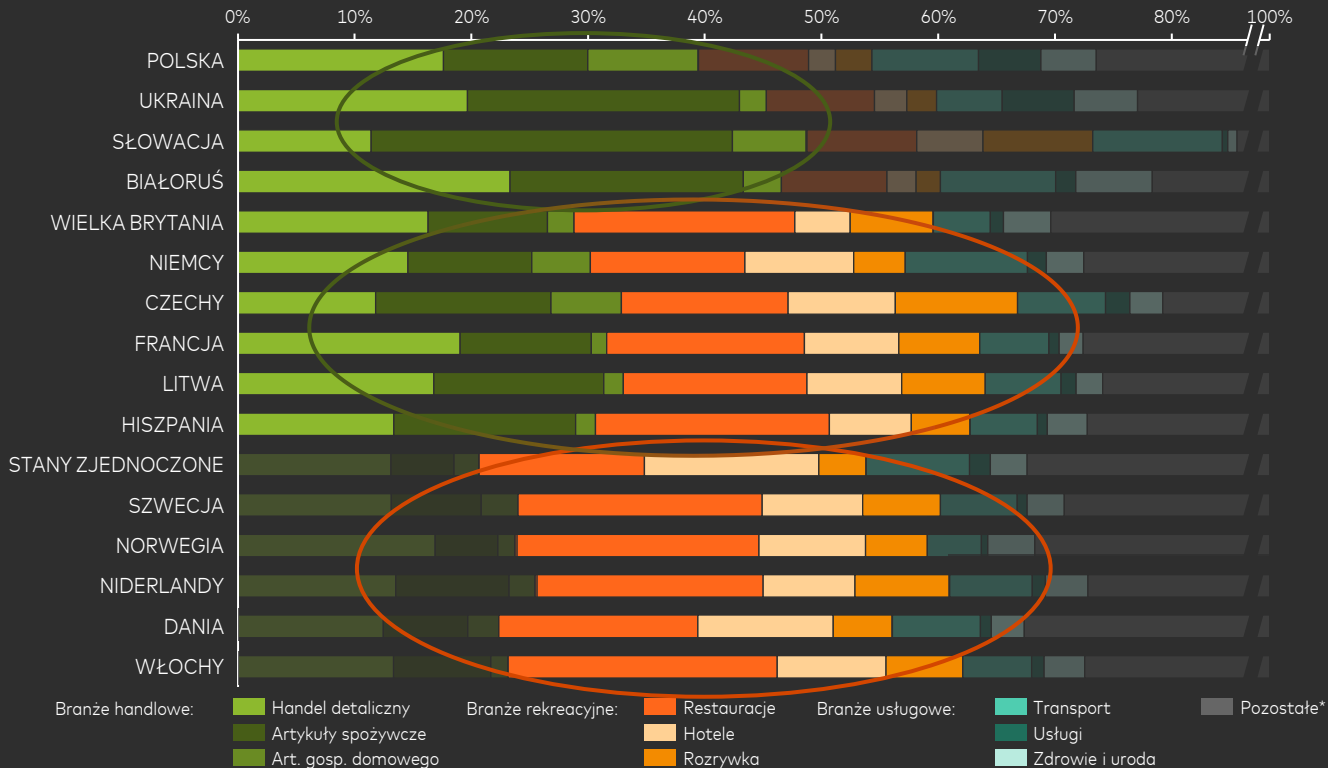
- Osoby z Ukrainy, Słowacji i Białorusi odwiedzają polskie miasta głównie w celach zakupowych, a w branży spożywczej wydają od 20 do 30%
- Odwiedzający ze Stanów Zjednoczonych, krajów skandynawskich, Niderlandów i Włoch wydają znacznie więcej od pozostałych w branżach związanych z rekreacją (ok. 30%)
- Profil odwiedzających z Wielkiej Brytanii, Niemiec, Czech, Francji, Litwy i Hiszpanii jest połączeniem stosunkowo wysokiego udziału branży spożywczej, a także sporych wydatków związanych z branżami rekreacyjnymi
- Na transport najwięcej przeznaczają Słowacy, Niemcy oraz Białorusini

\*Kategoria Pozostałe zawiera rolnictwo, produkcję, usługi magazynowania, telekomunikację, media, handel hurtowy, art. dla zwierząt, opiekę paliatywną, wypożyczalnie odzieży oraz sprzętu, usługi administracji publicznej oraz raportowanie na potrzeby kredytów konsumenckich



# Profile transakcji różnią się pomiędzy krajami, lecz głównie skupiają się wokół branż związanych z handlem lub z rekreacją

Udziały wybranych kategorii wydatków w bezgotówkowych wydatkach nie-rezydentów, w podziale na kraje odwiedzającego



- Osoby z Ukrainy, Słowacji i Białorusi odwiedzają polskie miasta głównie w celach zakupowych, a w branży spożywczej wydają od 20 do 30%
- Odwiedzający ze Stanów Zjednoczonych, krajów skandynawskich, Niemczech, Francji, Litwy i Hiszpanii wydają znacznie więcej od pozostałych w branżach związanych z rekreacją (ok. 30%)
- Profil odwiedzających z Wielkiej Brytanii, Niemiec, Czech, Francji, Litwy i Hiszpanii jest połączeniem stosunkowo wysokiego udziału branży spożywczej, a także sporych wydatków związanych z branżami rekreacyjnymi
- Na transport najczęściej przeznaczają Słowacy, Niemcy oraz Białorusini

\*Kategoria Pozostałe zawiera rolnictwo, produkcję, usługi magazynowania, telekomunikację, media, handel hurtowy, art. dla zwierząt, opiekę paliatywną, wypożyczalnię odzieży oraz sprzętu, usługi administracji publicznej oraz raportowanie na potrzeby kredytów konsumenckich



# Agenda

1. Specyfikacja raportu
2. Segmentacja miast według profilu wydatków nie-rezydentów
3. Wydatki prywatne a biznesowe
4. Wydatki gości z Polski a z zagranicy
5. Pogłębienie analizy wydatków nie-rezydentów zagranicznych
6. Załącznik – słownik pojęć



# Słownik pojęć

<i>Nierezydenci / goście / odwiedzający</i>	Użytkownicy kart zidentyfikowani jako zamieszkali poza analizowanym miastem
<i>Nierezydenci krajowi</i>	Nierezydenci użytkujący karty wydane w Polsce
<i>Nierezydenci zagraniczni</i>	Nierezydenci użytkujący karty wydane za granicą
<i>Transakcje / wydatki krajowe</i>	Transakcje kartami wydanymi w Polsce
<i>Transakcje / wydatki zagraniczne</i>	Transakcje kartami wydanymi za granicą
<i>Transakcje / wydatki prywatne</i>	Transakcje kartami przypisanymi do kont prywatnych
<i>Transakcje / wydatki biznesowe</i>	Transakcje kartami przypisanymi do kont firmowych lub korporacyjnych
<i>Suma transakcji / wydatków</i>	Całkowity wolumen transakcji w kanale POS, w danym okresie, znormalizowany na podstawie odpowiednich udziałów rynkowych Mastercard
<i>Średnia Total</i>	Średnia dla 12 analizowanych miast
<i>Wizyta</i>	Okres transaktowania określony na podstawie pierwszej i ostatniej transakcji nierezydentów w danym mieście
<i>Wizyta kilkudniowa</i>	Wizyta trwająca co najmniej 2 dni



# Dziękujemy!

Mastercard Data & Services

