

Budapest, 2011. május 17.

A kanadai kiutazó turizmus fő jellemzői

MEGJELENT A MINTEL „CANADA OUTBOUND” CÍMŰ KIADVÁNYA

A londoni székhelyű MINTEL 2010 novemberében tette közzé Kanada kiutazó turizmusáról készített tanulmányát, amely Kanada gazdaságának és turizmusának jelenlegi helyzetéről ad tájékoztatást, valamint a kiutazó turizmus összetételét is megvizsgálja. Az alábbiakban bemutatjuk a piaci információkat összegző tanulmányban leírtakat.

2009-ben a kanadaiak 26,2 millió vendégéjszakát tölthetnek el külföldön, beleértve Amerikát is. A külföldre történő utazások száma számottevően emelkedett 2005 (22,7 millió vendégéjszaka) óta, mivel a MINTEL megállapítása szerint a kanadaiak szeretnek új desztinációkat, más kultúrákat felfedezni, és ugyanúgy szeretnek a lakóhelyüktől távol kikapcsolódni, pihenni is.

2009-ben a kiutazások száma 3,1%-kal csökkent, és a kanadai utazásszervezők és utazási irodák is csökkenésről számoltak be. 2010 sokkal kedvezőbb évnak bizonyult: a Kanadai Statisztikai Hivatal a kiutazások 9,5%-os növekedését jelezte 2010. január–november között (2009 azonos időszakához viszonyítva).

A tanulmány megállapítja, hogy a kiutazó turizmusban tulajdonképpen minden korosztály részt vesz, ugyanakkor a tipikus kanadai utazó középkorú. Emellett a tanult, viszonylag jómódú, és az átlagos fiataloknál több időt utazásra szakítani tudó érettebb, szenior korosztály kerül előtérbe a kiutazó piacon, mivel ők a fő katalizátorai a növekedésnek. A kiutazók nagy többsége Ontarióból, Quebecből és British Columbiából származik.

A gazdasági fellendülés ellenére az utazók mértékletesek maradtak. Miközben az ár továbbra is fontos, a kedvező ár-érték arány, a megbízhatóság és a múltbeli élmények ugyanannyira jelentős befolyásoló tényezők az utazás kiválasztása során.

A kanadaiak kedvelik a szabadidős célú utazásokat, amelyhez jelentős mértékű kalandvágy is társul. A kultúra és a történelem számukra épp olyan fontos, mint a sportolás, a kalandok keresése és a szabadban eltöltött idő. Az elsődleges úti cél a szomszédos Amerikai Egyesült Államok, ahová általában 2–6 napos utazásokra indulnak, elsősorban a nyári időszakban.

Minden évben egyre többen utaznak az amerikai kontinensen kívülre, és próbálnak ki más desztinációkat is. Európa vonzó a kanadaiak számára, 2009-ben több mint 4,2 millió kanadai látogatott el oda. A kanadaiak leginkább a nyári időszakban utaznak Európába, elsősorban Nagy-Britanniát, Franciaországot, Olaszországot, Németországot és Spanyolországot keresik fel. A német Nemzeti Turisztikai Hivatal szerint a Kanadából érkező utazók átlagosan 13 éjszakát töltenek el az európai országok felkeresése során.

Bár a 2010-es (végleges) adatok még nem minden desztinációban elérhetőek, a nemzeti turisztikai szervezet és a Kanadai Statisztikai Hivatal adatai azt mutatják, hogy a kiutazó piac 2010-ben megerősödött, és a 2011-es év még ígéretesebb lesz, különösen mivel egyes országok nagyobb hangsúlyt fektetnek a reklámkampányra. India például egyéves kampány indított annak érdekében, hogy még több kanadai állampolgárt csábítsanak országukba, így a szakemberek azt

remélik, hogy 2015-re 336 ezer felett lesz a kanadai utazók száma Indiában, 110 ezerrel több, mint 2010-ben.

A tanulmány szerint 2011-ben Kanada gazdasága kedvezőbb helyzetben van, mint a legtöbb fejlett országé. A 2009-ben tapasztalt GDP-csökkenést követően a CIA World Factbook 3,1%-os GDP-növekedést becsült 2010-re (2005-höz képest). A kiutazó turizmus tekintetében Kanada még fontosabb küldőpiaccá válhat a jövőben; a UNWTO Highlights kiadványának rangsora szerint 2009-ben a nyolcadik legnagyobb piac volt a nemzetközi turisztikai költségek tekintetében.

További információk:

Magyar Turizmus Zrt.

Kutatási Csoport

Tel.: 488-8710

Fax.: 488-8711

E-mail: kutatas@itthon.hu

Internet: www.itthon.hu