

Budapest, 2014. február 17.

## KANADA KIUTAZÓ TURIZMUSA ÖSSZEFOGLALÓ AZ ETC TANULMÁNYA ALAPJÁN

Az Európai Utazási Bizottság (European Travel Commission, ETC) a tagországok számára megküldte a – hamarosan a nagyközönség számára is elérhető – Kanada kiutazó turizmusát részletesen vizsgáló kutatásának eredményeit. Az ETC kutatási tevékenységében kiemelt szerepet kap az Európa legjelentősebb tengerentúli küldőpiacainak vizsgálata, ami másodlagos kutatást és erre épülő, ún. netnográfiai módszertannal történő elsődleges vizsgálatot foglal magában.<sup>1</sup> A Kanada turizmusáról szóló tanulmány aktuális és átfogó információkat közöl az ország jellemzőiről, a turizmus környezetéről, a lakosság utazási szokásairól, különös tekintettel a külföldi és azon belül az Európába irányuló utazásokra. Külön fejezet elemzi a kanadaiak internethasználati szokásait és az utazásszervezői piac jellemzőit, végül a kutatás kitér a jövőbeni várakozásokra, Európa mint úti cél potenciáljára. Az alábbiakban a – másodlagos adatokon alapuló – tanulmány fontosabb, Magyarország számára is releváns eredményeit ismertetjük röviden.

### **Kanada 2012-ben a hetedik legnagyobb küldőpiac volt a turisztikai költés tekintetében<sup>2</sup>**

2012-ben a kanadai kiutazások száma 32 millió volt (35 milliárd USD költés), ami jelentős (éves átlagban +6%) bővülés a 2003. évi 18 millióhoz (13 milliárd USD költés) képest. A kiutazások egyharmadát magának mondó tengerentúli úti célok között Európa a legnépszerűbb (4,2 millió utazás 2012-ben), ezen belül a Magyarországot is magában foglaló Közép- és Kelet-Európába 0,4 millió utazás irányult, itt a legdinamikusabb bővülés Csehországot, Magyarországot, Romániát és Szlovéniát jellemezte az elmúlt években.

### **A legtöbb kanadai szabadidős céllal vagy rokonokat, barátokat meglátogatni utazik**

A külföldi utazások fontos motivációja a rokonok és barátok felkeresése. A szabadidős célú utak motivációi között kiemelkedik a vízparti/tengerparti utazás, a városlátogatás és az egészségügyi turizmus (a kutatás ezen belül a fogászati turizmust emeli ki). A kanadaiak az utazás során sokféle aktivitás iránt érdeklődnek, népszerű az épített örökség, a múzeumok és a kiállítások felkeresése. A külföldre utazók többsége háromévente legalább egyszer útra kel, egyharmaduk évente több mint három alkalommal. A kanadai turisták jellemzően egyénileg utaznak, az idősebb korosztályok szerepe növekszik, illetve egyre nagyobb a közép- és felsőosztály tagjainak aránya.

Az Európába irányuló utazások 42%-a szabadidős céllal történik, 38% a rokonok és barátok felkeresése, 13% az üzleti utazások aránya, 7% pedig egyéb motivációval jellemezhető. A barátok és rokonok meglátogatása Európa esetében is számottevő, hiszen sok kanadai európai gyökerekkel rendelkezik.

<sup>1</sup> Az ETC kutatási tevékenységéről aktuális tájékoztatás olvasható a Turizmus Bulletin 2013/2. számban. További információ: <http://szakmai.itthon.hu/2013/2>.

<sup>2</sup> A hatodik helyen áll Franciaország (37,2 milliárd USD költés 2012-ben) és a nyolcadik helyen álló Japán (27,2 milliárd USD költés) közötti helyezés.

A tanulmány kiemeli az európai kontinens sokszínű kínálatát, ami az utazók széles körének igényeit kielégítheti. Egy európai utazás átlagosan 11 éjszakás tartózkodással jár, a legnépszerűbb a július–szeptember időszak.

### **Az internet kulcsfontosságú a tájékozódásban**

Az utazási honlapok kiemelt szerepet játszanak a kanadai utazók tájékozódásában, emellett sokan támaszkodnak a barátok, rokonok és kollégák véleményére. Az utazók háromnegyede online foglal, általában később, 1–3 hónappal az indulás előtt.

Az internetes oldalak mellett a közösségi média is népszerű az utazások előtt (a tájékozódásban és a döntés támogatandó) és után (az élményeket megosztandó).

### **Európa vonzó úti cél**

Európa imázsa pozitív és vonzó a kanadai utazók körében. A legdominánsabb imázsselemek a gazdag történelem, a kultúra, a gasztronómia, a művészetek és a szép táj, a kutatás azonban felhívja a figyelmet arra, hogy az egyes országokról korlátozottak az ismeretek.

A vonzerők mellett a kontinens erősségei között említi a tanulmány az elérhetőséget és a desztináción belüli könnyű helyváltoztatást (fejlett közlekedési infrastruktúrát), továbbá azt, hogy egy utazás alkalmával több ország is felkereshető.

Európa mint desztináció gyengeségei – az ismeretek hiányossága mellett – elsősorban a hosszú utazási időre, az utazás magas költségére, a nyelvi korlátokra és a közbiztonsággal szembeni félelmekre vezethető vissza. Itt fontos még említeni, hogy a kontinentst a kanadai utazók kevésbé társítják a szabadtéri tevékenységekkel (például aktív turizmus), és szezonális célállomásnak gondolják.

### **2018-ig a tengerentúli utazások száma éves átlagban 3,4%-kal bővül**

A kutatás eredményei szerint az európai utazások iránti kereslet a jövőben is növekszik. Ez az érett és az új desztinációk számára egyaránt lehetőségeket jelent. A következő öt évben (2018-ig) régióink – Észak-Európával együtt – várhatóan növeli piaci részesedését. Az utazók körében az idősebb korosztályok arányának további emelkedése várható, illetve a kutatás felhívja a figyelmet az ázsiai gyökerekkel rendelkező kanadai utazók speciális igényeire. Az internet növekvő használata pedig ugyancsak jó lehetőséget kínál a – világhálón most is széleskörűen és átfogóan bemutatott – európai desztinációk számára.

Az ETC Kanada kiutazó turizmusát bemutató kiadványa megtekinthető a Kutatási Irodán előzetes időpont egyeztetés után, fogadóóra keretében minden csütörtökön 14–17 óra között, illetve hamarosan megvásárolható az ETC <http://www.etc-corporate.org/reports/outbound-market-studies> címen elérhető honlapján.

---

#### ***További információk:***

**Magyar Turizmus Zrt.**  
**Kutatási Iroda**  
Tel.: 488-8710  
Fax.: 488-8711  
E-mail: [kutatas@itthon.hu](mailto:kutatas@itthon.hu)  
Internet: [itthon.hu](http://itthon.hu)