



Warszawa, 15 listopada 2019 r.

Zwyczaje urlopowe Polaków

„Zagraniczne wakacje Polaków 2019” oraz prognoza na zimę 2020 - egzotyka

Turcja, Egipt i Tunezja zadomowiły się w czołówce ulubionych kierunków wakacyjnych. Grecja wciąż na pierwszym miejscu, ale przez cały sezon musiała toczyć bój o prymat z drugą na podium Turcją. Ceny w tym roku nieco wyższe, na co wpływ miał wzrost rezerwacji 5- i 4-gwiazdkowych hoteli, oczywiście z dominującym all inclusive.

Jeśli chodzi o wyjazdy na ferie 2020 – egzotyka cieszy się coraz większą popularnością, to już ponad 17% wyjazdów zimowych. Do najpopularniejszych kierunków dalekich należą Tajlandia, Zjednoczone Emiraty Arabskie, Malediwy, rośnie też zainteresowanie Chinami czy Kubą.

Przedstawiamy Państwu kolejną rozszerzoną edycję corocznego raportu Polskiej Izby Turystyki „Zagraniczne wakacje Polaków”, skąd dowiedzieć się można wszystkiego o wakacyjnych (i nie tylko) zwyczajach urlopowych Polaków.

Opracowany przez Polską Izbę Turystyki raport „Zagraniczne wakacje Polaków 2018” opiera się na danych zebranych od trzech multiagentów internetowych: Fly.pl, Travelplanet.pl i Wakacje.pl. Wraz z opracowaniem dotyczącym wypoczynku dzieci i młodzieży prezentuje strukturę wyjazdów oraz preferencje turystyczne klientów biur podróży w sezonie letnim 2019. W tym roku został on rozszerzony – obejmuje pełen okres sezonu letniego 2019 (od czerwca do września) oraz skupia się na wyjazdach rodzinnych.

Równocześnie przedstawiamy pierwsze prognozy dotyczące wypoczynku w krajach egzotycznych na zbliżający się sezon zimowy 2020. Dokąd wybierają się Polacy i ile są gotowi za egzotykę zapłacić? Sprawdźcie! Zapraszamy do lektury!

Paweł Niewiadomski, prezes Polskiej Izby Turystyki:

Podsumowując ubiegły rok w turystyce, mówiło się o wyjątkowo tanich lastach i rywalizacji cenowej, obawiając się odejścia klientów od wczesnej rezerwacji i czekania na lasty. Ten scenariusz się nie sprawdził, świetne wyniki przedsprzedaży potwierdziły, że turyści wolą kupować z wyprzedzeniem, korzystając z najbogatszej oferty i bonusów oferowanych przez organizatorów. Na wzmocnieniu pozycji Turcji i Tunezji straciły kierunki europejskie – jedynie Bułgaria pozostała na niezmiennym poziomie, przy lekkiej wyżce Cypru. Pokazuje to wciąż wysokie zapotrzebowanie na relatywnie tańsze produkty turystyczne w okresie wakacji. Koniec sezonu zakłócił upadek Thomasa Cooka, który pociągnął za sobą Neckermann, na szczęście zabezpieczenia na wypadek niewypłacalności zadziałały, potwierdzając stabilność rynku turystycznego.

Radosław Damasiewicz, dyrektor marketingu i e-commerce Travelplanet.pl:

Po ubiegłorocznym, ponad 30-procentowym wzroście wyjazdów z biurami podróży (według raportu PIT) obecny, kilkuprocentowy wzrost należy uznać za podtrzymanie wysokiej, wzrostowej fali zaufania do oferty polskiej branży turystycznej, konkurencyjnej cenowo do samodzielnie organizowanych wakacji, konkurencyjnej do oferty krajowej i przede wszystkim wiarygodnej. Wyraźny, 10-procentowy wzrost przeciętnego kosztu wypoczynku nie do końca mówi o rzeczywistej skali wzrostu cen ofert w poszczególnych segmentach. To raczej duży wzrost popytu na najbardziej luksusowe oferty w Turcji i Tunezji, który wywindował średni statystyczny koszt wakacji. Nie należy



przy tym zapominając o przeciętnym wzroście płac, niemal dorównującym wzrostowi średniej rezerwacji.

Grzegorz Bosowski, prezes Fly.pl:

Kończymy rok 2019 w optymistycznych nastrojach. Dla nas jako agenta był on sporym wyzwaniem ponieważ tegoroczna oferta w porównaniu z poprzednim sezonem była węższa, a ceny znacząco wyższe. Uważam, że brak ostrej walki cenowej w tym roku, która charakteryzowała ubiegły sezon, jest w długofalowej perspektywie korzystna dla naszej branży. Touroperatorzy donoszą o dobrych wynikach i poprawie rentowności, a to oznacza lepszą przyszłość, oczywiście o ile agenci również będą mogli na tym skorzystać.

Jolanta Kołodziejczyk, dyrektor produktu Wakacje.pl:

Miniony sezon upłynął pod znakiem stabilnego i zrównoważonego wzrostu. Nieco trudniejszy koniec sezonu, zakłócony upadkiem biura Thomas Cook, który wstrząsnął europejskim rynkiem turystycznym, nie odbił się znacząco na sytuacji polskich klientów, głównie dzięki dobrym zabezpieczeniom ustawowym i sprawnym działaniom zarówno instytucji, jak i organizatorów oraz agentów turystycznych. Ostrożniejsze i bardziej dopasowane do potrzeb rynku planowanie podaży ofert przez organizatorów sprawiło, że w okresie wakacji wycieczek sprzedawanych w ostatniej chwili, po bardzo niskich cenach, było znacznie mniej niż w roku poprzednim. Zatem z najlepszych ofert mogli skorzystać w tym roku klienci dokonujący rezerwacji z większym wyprzedzeniem, szczególnie w tzw. okresie sprzedaży First Minute. Klienci coraz częściej podróżują i coraz bardziej świadomie wybierają miejsca na urlop. Wczesne rezerwacje zapewniają dostęp do najszerszej oferty i pozwalają na lepsze dopasowanie oferty do potrzeb klientów. Mając to na względzie, już w połowie lata tego roku rozpoczęliśmy sprzedaż wakacji na kolejny sezon 2020, która dynamicznie.

Lato pod znakiem rywalizacji Grecji i Turcji

Mimo wielomiesięcznego prymatu Turcji nad Grecją we wczesnych rezerwacjach, ostatecznie to ten drugi kraj utrzymał palmę pierwszeństwa w rankingu popularności wśród klientów polskich biur podróży. Jednak w skali całego lata Grecja zaliczyła potężny spadek ruchu turystycznego z Polski (niemal 20 proc.). Na drugim biegunie znalazła się właśnie Turcja, jeden z liderów wzrostu popularności, która zamknęła letni sezon z wynikiem niewiele gorszym od Grecji.

Uwagę zwraca mocny powrót Tunezji do łask turystów i awans na 6. Miejsce i skokowo wręcz rosnąca popularność Cypru tego lata. Z kolei Albania, gwiazda poprzednich sezonów, mocno ucierpiała z powodu „efektu zapomnienia” o fatalnych dla branży zdarzeniach kilka lat temu w Tunezji, co przekierowało ruch turystyczny właśnie do tego kraju.

W drugiej dziesiątce jest kilka spektakularnych wzrostów popularności – to Tanzania (Zanzibar), Gruzja czy Malta, ale ponieważ pierwsza dziesiątka skupiła grubo ponad 90 proc. ogólnej sprzedaży ofert, udział pozostałych krajów w ogólnym ruchu turystycznym jest niewielki.

– Konsekwencją ogromnego wzrostu popularności Turcji jest ranking najpopularniejszych regionów wakacyjnych w tym kraju: na Wybrzeże Egejskie i Riwierę Turecką wyjechało ponad 20 proc. klientów biur podróży. Równocześnie w pierwszej dziesiątce najbardziej rosnących kierunków znalazł się tylko jeden grecki region, Kefalonia, co jest sytuacją niespotykaną od lat. Co prawda Kreta wciąż jest jednym z najbardziej popularnych destynacji (ponad 7 proc. ogólnego ruchu turystycznego z Polski w ogóle), ale tego lata pojechało tam o 15 proc. turystów mniej niż w 2018 – komentuje Radosław Damasiewicz, dyrektor marketingu i e-commerce Travelplanet.pl.

Rośnie komfort, rosną i ceny



W tym roku cena zagranicznych wakacji wyraźnie wzrosła – średnio o 265 zł za cenę imprezy. Oznacza to, że średnio na rezerwację Polacy wydawali prawie 6400 zł. – *W porównaniu do ubiegłego lata wzrost jest wyraźny, należy jednak pamiętać o wyjątkowych przecenach w trakcie sezonu 2018. Po drugie – rezerwowano rekordowo dużo hoteli 5* i wakacji w opcji all inclusive, co wpływa na cenę. Po trzecie – obecnie mamy do czynienia w ok. 3-procentową inflacją oraz 7-procentowym wzrostem przeciętnej płacy co nie pozostaje obojętne na ceny ofert* – wyjaśnia Radosław Damasiewicz.

Potwierdza to Anna Podpora, kierownik Działu Produktu w Wakacje.pl. – *Rok 2019 to nieco mniejsza liczba ofert wyjazdów w sprzedaży niż w roku poprzednim, a to przekłada się bezpośrednio na wyższą cenę. Czynnikiem ceny są również kursy walut oraz ceny paliw, a także inne koszty pośrednie jak choćby koszty pracy. Poprzedni rok dodatkowo ze względu na dużą ilość oferty turystycznej dostępnej w sprzedaży charakteryzował się relatywnie niską średnią ceną. Połączenie tych wszystkich elementów skutkuje tym że tegoroczna cena w porównaniu do ubiegłorocznej była wyższa i kilkanaście procent.*

Ewidentnie podniósł się standard wakacyjnego wypoczynku: duży wzrost rezerwacji hoteli 5*, gdzie wypoczywała niemal ¼ klientów biur podróży i jednoczesny spadek popularności hoteli 3*. Niemal trzy czwarte turystów wypoczywało w obiektach 4* i 5*. Te dane trzeba jednak analizować w połączeniu z popularnymi kierunkami. Ten wzrost standardu to „efekt Turcji” i w mniejszym stopniu Tunezji – w tych właśnie krajach turyści rezerwują najlepsze hotele w opcji all inclusive, utarło się bowiem przekonanie, że tam uzyskują najlepszy stosunek jakości oferty z górnej półki do jej ceny.

Za mocnym wzrostem popularności Turcji i Tunezji poszedł nie tylko wysoki standard noclegów, ale również, co wspomniano wcześniej – wyżywienia. – To efekt kalkulowania, że – zwłaszcza w najdroższych hotelach – dokupowanie na miejscu napojów może okazać się dużym wydatkiem. Przy all inclusive można uniknąć takich wydatków.

Po części także ze względu na wyższe niż przed rokiem ceny wyjazdów w miesiącach wakacyjnych duża część klientów zdecydowała się na wyjazd urlopowy we wrześniu, a nawet w październiku. Dana pokazują, że we wrześniu z wakacyjnych wyjazdach korzysta prawie taka sama liczba turystów co w lipcu (25% w porównaniu z 25,5%). Najwięcej Polaków wyjeżdża wciąż w sierpniu, ale widać, że rozkłada się to coraz bardziej równomiernie na cztery ciepłe miesiące roku, zatem sezon wakacyjny już na stałe wydłużył się o czerwiec i wrzesień. Zainteresowanie wyjazdami po sezonie było na tyle duże że część biur podróży zdecydowała się nawet na dodanie lotów i przedłużenie sezonu na niektórych kierunkach, aby zaoferować atrakcyjne wyjazdy

Rezerwujemy jednak wcześniej

Wydawać by się mogło, że po wyjątkowym lecie 2018, pełnym promocji wywołanych ostrą rywalizacją cenową największych touroperatorów, klienci biur podróży będą spodziewać się podobnych okazji cenowych i w lecie 2019. Przeczą temu dane rezerwacyjne z ostatniego kwartału 2018, wówczas poziom zamówień w biurach podróży był minimalnie wyższy w porównaniu z tak wczesnymi rezerwacjami lata 2018. Podobnie było w pierwszym kwartale 2019. Ewidentnie zadziałały promocje w postaci Gwarancji Najniższej Ceny i poczucie bezpieczeństwa związanego ze stabilnością branży i istnieniem bezpiecznika w postaci TFG.

Potwierdza to Anna Podpora z Wakacje.pl: – *Obserwujemy tu dwa zjawiska. Z jednej strony mamy do czynienia z większą skłonnością klientów do rezerwacji wyjazdów wakacyjnych z dużym wyprzedzeniem. To w dużej mierze kwestia coraz większej świadomości klientów, którzy co roku planują wakacje, a także równoległe zachęty od organizatorów do skorzystania z takiej formy zakupu.*

W podobnym tonie wypowiada się Radosław Damasiewicz: – *W kontekście wyjątkowych przecen last minute w ubiegłym roku wręcz zaskakujący jest duży wzrost wczesnych rezerwacji na trzy i więcej miesięcy przed wylotem. To przeszło jedna trzecia wszystkich rezerwacji. Jeszcze bardziej widoczny jest*



spadek rezerwacji last minute (ponad 9 proc.). Jako jeden z powodów dyrektor marketingu i e-commerce w Travelplanet.pl podaje mocne przesunięcie się popytu na Turcję i Tunezję. Tam rezerwowano hotele w najwyższym standardzie, tam chętniej wyjeżdżały rodziny z dziećmi, a tego typu rezerwacji (najwyższy standard, wyjazd w większej grupie) turyści dokonują zawsze wcześniej.

Co z rodzinami?

Statystyki pokazują, że spada ogólny udział rodzinnych wyjazdów (z dziećmi) na wakacje z biurami podróży – z ok 33% do nieco ponad 28%. Jednocześnie należy jednak pamiętać, że liczba wszystkich zakupionych wyjazdów rośnie, zatem i w tej grupie. – *Ważnym czynnikiem sprzyjającym popularności rodzinnych wyjazdów za granicę jest doskonale przystosowanie hoteli dla potrzeb najmłodszych. Bogata infrastruktura, szeroki wybór klubów dla dzieci, animacje dla dzieci, także w języku polskim, specjalne menu dla dzieci, przekąski i napoje dostępne w All Inclusive, pokoje dostosowane dla potrzeb podróżujących rodzin – to wszystko sprawia, że na takich wakacjach rodzice mogą naprawdę odpocząć. Nie muszą jednocześnie martwić się o organizację czasu pociechom czy o dodatkowe koszty, które mogłyby ponieść na miejscu. Dla wielu rodzin zagraniczne wakacje są już na stałe wpisane do kalendarza* – mówi Jolanta Kołodziejczyk, Dyrektor Produktu w Wakacje.pl.

Również przy wyjazdach rodzinnych najpopularniejsze były wyjazdy tygodniowe, ale w porównaniu ze średnią dane pokazują większą skłonność rodzin do dłuższych wakacji niż standardowe 7 dni.

Jeśli chodzi o preferencje dotyczące popularnych kierunków rodziny z dziećmi zachowują się podobnie do reszty turystów. Grecja to numer jeden, ale z mocnym spadkiem. Z kolei Turcja wbrew pozorom nie urosła tak bardzo w wyjazdach rodzinnych, jest sporo poniżej przeciętnego wzrostu. Hitem tych wakacji był dla rodzin Cypr, ale to wciąż kierunek z drugiej połowy top ten.

– *Trudno mówić o gwałtownie drożejących wakacjach z biurami podróży, ofert na przeciętną kieszeń i konkurencyjnych cenowo do wakacji krajowych było w tym sezonie sporo* – wyjaśnia Radosław Damasiewicz z Travelplanet.pl. – *Dolot, dobry hotel z całodziennym wyżywieniem w Bułgarii kosztował tyle co podobne wakacje, ale z własnym dojazdem, w Polsce. Wakacje w Bułgarii, Albanii czy Tunezji oscylowały wokół 1800–2000 zł za osobę. Najmniej zdrożały rodzinne wakacje w Bułgarii i Hiszpanii – średnio o ok. 80 zł, a najbardziej w Tunezji – o ok. 250 zł od osoby. Ze zrozumiałych względów rodziny z dziećmi spędzały je w lipcu i sierpniu (przerwa wakacyjna w szkołach). Co ciekawe przyspieszone o dwa dni wakacje nie spowodowały wzrostu wyjazdów w czerwcu. Decyzja premiera była bowiem spontaniczna, zapadła krótko przed ogłoszonym terminem.*

Szukanie słońca zimą

Polacy podróżują nie tylko latem. Klienci szturmują wręcz biura podróży, rezerwując wyjazdy na okres od jesieni do wiosny. Wzrost wynosi kilkadziesiąt procent, zaś wzrost rezerwacji najdroższych, egzotycznych imprez dobija do 20%. W tym roku na czele rankingu Tajlandia, Zjednoczone Emiraty Arabskie, Malediwy, Wyspy Zielonego Przylądka i Kenia.

– *W odróżnieniu od ustabilizowanych preferencji dotyczących wakacji w lecie, wyjazdy egzotyczne to duże przetasowania. Kenia, numer jeden w poprzednim „egzotycznym sezonie” (mowa o rezerwacjach zakładanych do 20 września), spada na 5. miejsce, zaś z czwartego na pierwsze wędrują Emiraty Arabskie* – mówi Radosław Damasiewicz.

Podobnych ruchów jest sporo, a wszystko za sprawą atrakcyjnych cenowo ofert, które na dany sezon uda się przygotować touroperatorom. Obecnie np. wyjazdy do Tajlandii czy na Malediwy można zarezerwować o ponad 100 zł na osobę taniej niż w poprzednim sezonie. Wciąż jednak to wydatek znacząco wyższy niż typowy urlop wakacyjny – średnia cena imprezy sięga 6 tys. zł, przy rezerwacji



wydamy średnio ponad 13 tys. zł. Ale cena to niejedyny czynnik brany pod uwagę w wyjazdach egzotycznych. Turyści z zasobniejszym portfelem chcą również poznawać nowe miejsca, cena czasem ma drugorzędne znaczenie.

W odróżnieniu od wakacyjnych ofert przeciętny koszt egzotycznego wyjazdu jest niższy niż w poprzednim sezonie, ale trzeba pamiętać, że mocno skraca się długość egzotycznego wyjazdu – w zeszłym sezonie blisko dwie trzecie turystów zaplanowało wyjazd trwający nawet 14 dni, w tym przy podobnych planach na sezon pozostała nieco ponad połowa, reszta woli wakacje egzotyczne, ale trwające tylko tydzień. Wakacje krótsze powinny być jednak bardziej komfortowe – tak przynajmniej mówią statystyki dotyczące rezerwacji obiektów 5*. W tym wypadku mamy imponujący wręcz wzrost o ok. 10 pp. Co ciekawe, w mniejszym stopniu ma być to pobyt all inclusive.

Zauważa to również Anna Podpora: *Ceny wyjazdów egzotycznych – w miarę wzrostu popularności tego segmentu – spadają. Im więcej klientów na wyjazdy w dalekie regiony mają biura podróży, tym lepsze ceny mogą zaoferować. Jednocześnie też zmienia się sama oferta – w miejsce lotów rejsowych pojawiają się połączenia czarterowe, przy których wycieczki są tańsze. Zmienia się także proporcja odwiedzanych kierunków – rośnie popularność tych tańszych.*

Chociaż wiadomo, że wyjazdy egzotyczne największym zainteresowaniem cieszą się w sezonie zimowym, tym niemniej od kilku lat widać wzmożone zainteresowanie wyjazdami egzotycznymi także w miesiącach letnich. – *Klienci biur podróży szukają nowości, oryginalnych kierunków, nie odstrasza ich dłuższe przeloty, jeżeli w zamian za to mogą wypocząć na rajskich plażach lub zwiedzać nowe miejsca, o których zawsze marzyli. W naszej ocenie ten trend będzie się utrzymywał także w kolejnych sezonach* – mówi Jolanta Kołodziejczyk, Dyrektor Produktu w Wakacje.pl.

Raport dotyczy wyjazdów Polaków z biurami podróży w okresie od 1 czerwca do 31 września 2019. Dane, na podstawie których opracowano raport, pochodzą z systemów rezerwacyjnych trzech wiodących na polskim rynku multi-agentów turystycznych: Fly.pl, Travelplanet.pl i Wakacje.pl, którzy dystrybuują oferty wszystkich polskich touroperatorów. Ze względu na równomierny udział oferty największych polskich touroperatorów, dane są reprezentatywne dla całego rynku, na ich podstawie można wskazać na dominujące trendy, preferencje polskich turystów oraz tendencje, które będą odgrywać rolę w przyszłym sezonie wakacyjnym.

Polska Izba Turystyki jest największą ogólnopolską organizacją samorządu gospodarczego przemysłu turystycznego, której dwudziestopięcioletnie działalność to okres skutecznych starań o nowy kształt biznesu turystycznego w Polsce. Jest pełnoprawnym członkiem Europejskiej Organizacji Związków Biur Podróży Unii Europejskiej (ECTAA). Polska Izba Turystyki posiada swoje przedstawicielstwa w: Białymstoku, Bydgoszczy, Katowicach, Łodzi, Olsztynie, Poznaniu, Gdańsku, Warszawie i Krakowie.

Członkami Polskiej Izby Turystyki są najważniejsze i największe: biura podróży, agencje turystyczne, towarzystwa ubezpieczeniowe, wyższe szkoły turystyczne, znani przewoźnicy, gestorzy bazy noclegowej, atrakcji turystycznych i kulturalnych, korporacje targowe, a także inni przedstawiciele szerokiej reprezentacji branży turystycznej.

Europejska Organizacja Związków Biur Podróży Unii Europejskiej (ECTAA) to stowarzyszenie zrzeszające samorządy gospodarcze krajów członkowskich Unii Europejskiej, w których zrzeszeni są agenci turystyczni i organizatorzy turystyki. Organizacja założona została w 1961 roku w Bad Kreuznach w Niemczech przez sześć



organizacji założycielskich. Obecnie ECTAA reprezentuje interesy stowarzyszeń agentów i touroperatorów 27 krajów członkowskich UE. Jedynym przedstawicielstwem Polski w ECTAA jest Polska Izba Turystyki.

PARTNERZY

Fly.pl to działające od 2007 roku internetowe biuro podróży, oferujące pod adresem www.fly.pl starannie dobraną, kompletną ofertę wszystkich największych organizatorów turystyki, a także bilety ok. 640 linii lotniczych z całego świata i ok. 230.000 hoteli i obiektów wakacyjnych. Firma jest członkiem Polskiej Izby Turystyki, Polskiego Związku Organizatorów Turystyki, członkiem-założycielem Izby Gospodarki Elektronicznej, uczestnikiem programu lojalnościowego Payback, a także laureatem wielu prestiżowych tytułów i konkursów, m.in. „Strona Roku 2015” eCommerce Awards. Wszystkie rezerwacje Klientów Fly.pl objęte są Gwarancją Najniższej Ceny oraz Gwarancją Zwrotu Środków..

Travelplanet.pl to największy polski multiagent w turystyce sprzedający przez internet, call center oraz salony podróży, ofertę starannie sprawdzonych, największych polskich organizatorów wyjazdów. Jest częścią grupy Invia, największego europejskiego agenta online travel. Ma w ofercie także bilety lotnicze, hotele, ubezpieczenia podróżne i umożliwia wynajem samochodów w dowolnym miejscu na świecie. Travelplanet.pl to laureat platynowego trofeum "NAGRODA FAIR PLAY" oraz najlepszy serwis rezerwacyjny według portalu interaktywnie.pl, który sporządził ranking w oparciu o oceny ekspertów branży internetowej. W 2015 roku po raz dziewiąty Travelplanet.pl zajął pierwsze miejsce w rankingu sklepów internetowych (turystyka) Money.pl. W 2014 roku Travelplanet.pl został Narodowym Championem w konkursie European Business Awards na najbardziej innowacyjne i dynamiczne firmy w Europie.

Wakacje.pl to pionier polskiej e-turystyki i największy multiagent zorganizowanej turystyki wyjazdowej, na rynku od 1999 roku. Szerokie i kompleksowe portfolio produktowe tworzą oferty zorganizowanych wyjazdów zagranicznych i krajowych ponad 100 biur podróży, bilety lotnicze, ubezpieczenia podróżne, parkingi przy lotniskach i bony turystyczne. Z oferty Wakacje.pl skorzystało ponad 1,5 miliona klientów. Firma prowadzi działalność w trzech kanałach dystrybucji: w Internecie, call center i 228 salonach sprzedaży. Wakacje.pl to również unikalna i największa baza polskojęzycznych opinii o hotelach oraz największe turystyczne forum dyskusyjne. Wakacje.pl zdobyły wyróżnienia konsumenckie oraz branżowe, w tym Złoty Laur Konsumenta, Gazele Biznesu i Lider Jakości. Flagowa marka spółki Wakacje.pl S.A., od 2016 roku należącej do Wirtualna Polska Holding SA.

Więcej informacji: Rzecznik Prasowy PIT
 rzecznik@pit.org.pl
 698 400 088