

**Kamila Mańko, Aneta
Wolna-Samulak**

**Program Europe Senior Tourism jako
stymulator aktywności turystycznej
wśród seniorów**

Ekonomiczne Problemy Usług nr 85, 125-135

2012

Artykuł został opracowany do udostępnienia w internecie przez Muzeum Historii Polski w ramach prac podejmowanych na rzecz zapewnienia otwartego, powszechnego i trwałego dostępu do polskiego dorobku naukowego i kulturalnego. Artykuł jest umieszczony w kolekcji cyfrowej bazhum.muzhp.pl, gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach
dozwolonego użytku.

KAMILA MAŃKO

ANETA WOLNA-SAMULAK

Uniwersytet Szczeciński

PROGRAM EUROPE SENIOR TOURISM JAKO STYMULATOR AKTYWNOŚCI TURYSTYCZNEJ WŚRÓD SENIORÓW

Wprowadzenie

Starość i starzenie się są zjawiskami, które jeszcze w latach 60. ubiegłego stulecia znajdowały się przede wszystkim w centrum zainteresowania demografów. Ze względu na rosnące znaczenie tych zjawisk w procesie globalizacji opisywanie ich wyłącznie z perspektywy demograficznej okazało się niewystarczające, dlatego tematykę starości i starzenia się podjęło szersze grono badaczy reprezentujących różne dyscypliny naukowe, takie jak: biologia, medycyna, nauki społeczno-ekonomiczne, w tym turystyka¹.

Osoby starsze stają się więc istotnym segmentem rynku turystycznego, do którego można kierować ofertę wypoczynkową zawierającą elementy turystyki aktywnej, zdrowotnej oraz rekreacji. Tworzenie oferty turystycznej na potrzeby akurat tego segmentu rynku może być jedną z alternatyw rozwiązania problemu popytu turystycznego poza sezonem wakacyjnym w wielu państwach².

¹ M. Bombol, T. Słaby, *Konsument 55+ wyzwaniem dla rynku*, Oficyna Wydawnicza Szkoła Główna Handlowa w Warszawie, Warszawa 2011, s. 11.

² J. Mokras-Grabowska, *Program „Europe Senior Tourism” – założenia, realizacja, efekty ekonomiczne*, w: *Turystyka społeczna w regionie łódzkim*, red. A. Stasiak, Wydawnictwo WSTH w Łodzi, Łódź 2010, s. 72–73.

Celem niniejszego artykułu jest omówienie programu *Europe Senior Tourism* (EST) oraz jego wpływu na aktywizację popytu turystycznego wśród polskich seniorów ze wskazaniem na tendencje w konsumpcji na przykładzie biur podróży na rynku szczecińskim.

1. Podróże seniorów jako współczesna tendencja w popycie na światowym rynku turystycznym

Wśród głównych tendencji w strukturze popytu turystycznego można wymienić:

- upowszechnianie uprawiania turystyki (urlop i podróże dla wszystkich);
- dostęp do wszystkich środków transportu dla ruchu turystycznego;
- zwiększenie ilości czasu wolnego;
- większa częstotliwość wyjazdu w ciągu roku (krótkie, ale częste podróże);
- różnicowanie motywów wyjazdów (np. wypoczynkowe i poznawcze);
- nastawienie na wrażenia i przeżycia;
- indywidualizacja uprawiania turystyki;
- wzrastający poziom wymagań jakościowych;
- wysoki udział w rynku podróży seniorów;
- więcej zakupów ofert pakietyzowanych;
- więcej podróży biznesowych;
- nowe kanały dystrybucji produktów i usług, sprzedaż internetowa³.

Zdefiniowanie pojęcia „senior” jest dość trudne. Słowo to pochodzi z języka łacińskiego i oznacza „starszy” (od *senex* – „stary”). Właściwie seniorem można określić osobę, która ukończyła 50, 60 albo 70 lat. Ustalając granicę między człowiekiem dojrzałym a starszym, można kierować się wieloma aspektami, np.: ekonomicznymi (zakończenie pracy i przejście na emeryturę), kulturowymi (obyczaje, tradycje), społecznymi (stanie się babcią, dziadkiem) czy zdrowotnymi (pogorszenie stanu zdrowia, utrata sprawności fizycznej). W lite-

³ A. Panasiuk, *Współczesne problemy światowego popytu turystycznego*, w: *Zarządzanie i ekonomia usług; doświadczenia i kierunki zmian*, red. P. Niedzielski, W. Downar, Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego nr 604, Ekonomiczne Problemy Usług nr 60, Szczecin 2010, s. 222.

raturze marketingowej przyjęto, że seniorami nazywa się osoby w wieku 60 lat i starsze.

Seniorzy mają swoje specyficzne potrzeby i oczekiwania oraz inny system wartości, dlatego grupa ta wymaga odmiennego traktowania poprzez kreowanie oferty turystycznej dostosowanej do ich potrzeb.

Rynek seniorów staje się obecnie jednym z najważniejszych rynków dla szeroko pojętego przemysłu turystycznego. W krajach wysoko rozwiniętych odsetek seniorów (powyżej 60 lat) podejmujących podróże zagraniczne wynosi:

- 28% w Kanadzie;
- 27% w Stanach Zjednoczonych;
- 27% w Japonii;
- 20% w Niemczech;
- 16% w Wielkiej Brytanii;
- 15% w Hiszpanii;
- 13% we Włoszech⁴.

Porównując aktywność turystyczną seniorów w innych krajach Europy, można zauważyć, że uczestnictwo starszych Polaków w długoterminowych wyjazdach wypoczynkowych (powyżej czterech noclegów) nie odbiega rażąco od zachodnioeuropejskiego poziomu, a jest nawet wyższe niż w innych krajach Unii Europejskiej (tabela 1).

Sytuacja polskiego seniora – aktualnego lub potencjalnego konsumenta usług turystycznych jest zdecydowanie inna niż sytuacja seniora kanadyjskiego, amerykańskiego czy niemieckiego. Polski senior turysta nie jest jeszcze podmiotem większego zainteresowania ze strony branży turystycznej, ponieważ jego możliwości nabywcze (według branży) są relatywnie najniższe wśród innych grup konsumentów.

W Polsce niewiele seniorów (emerytów) może pozwolić sobie na swobodne wyjazdy turystyczne w celach wypoczynkowych czy zdrowotnych. Główną barierę tego rodzaju aktywności stanowią pieniądze – niskie emerytury i nieporównywalnie do nich ceny takich wyjazdów, ale również niewielka liczba ofert dla osób starszych, z wyjątkiem imprez o charakterze pielgrzymkowym. Alternatywą dla poprawy tej sytuacji może okazać się hiszpański program *Europe Senior Tourism*.

⁴ J. Śniadek, *Konsumpcja turystyczna polskich seniorów na tle globalnych tendencji w turystyce*, Gerontologia Polska 2007, tom 15m nr 1-2, s. 22–25.

Tabela 1

Seniorzy (powyżej 65 lat) podróżujący w celach turystycznych
(podróże obejmujące powyżej cztery noclegi) w wybranych krajach w 2004 roku

Kraj	Ogólna liczba osób podróżujących (tys.)	W tym liczba turystów – seniorów (tys.)	Seniorzy jako odsetek ogółu turystów
Belgia	4009	339	8,5
Czechy	4668	372	7,9
Francja	29829	5874	20,0
Holandia	9200	1376	14,9
Litwa	620	33	5,3
Niemcy	44828	6067	13,5
Polska	10075	1023	10,1
Słowacja	4088	214	5,2
Wielka Brytania	29340	4690	16,0

Źródło: opracowanie na podstawie danych Eurostatu, J. Śniadek, *Konsumpcja turystyczna...*, *op. cit.*, s. 25.

2. Idea programu Europe Senior Tourism

Turystyka Seniorów w Europie (*Europe Senior Tourism*) jest nowatorskim programem, w ramach projektów socjalnych, realizowany przez rząd Hiszpanii i wspierany przez Unię Europejską. Celem programu jest promowanie turystyki społecznej, aktywizacja osób powyżej 55. roku życia oraz zachęcenie do wyjazdów wakacyjnych do Hiszpanii w okresach poza wakacyjnym szczytem turystycznym⁵.

Unia Europejska dostrzegając zmiany, takie jak: większa spodziewana długość życia, ograniczenia finansowe, dodatkowy czas wolny oraz starzenie się społeczeństwa, zauważyła również zmiany związane z tymi zjawiskami w turystyce. Dlatego od grudnia 2008 roku Parlament Europejski rozpoczął wdrażanie Calypso – programu turystyki społecznej w Europie, który ma wpłynąć na:

- wzrost zatrudnienia (większa liczba miejsc pracy);

⁵ *Turystyka seniorów w Europie*, www.seniorzy.pl, 07.10.2011.

- wydłużenie sezonu;
- wzmocnienie obywatelstwa europejskiego;
- poprawienie stanu gospodarek regionalnych, lokalnych poprzez rozwój turystyki społecznej⁶.

Zgodnie z założeniami Komisji Europejskiej program Calypso adresowany jest do następujących grup docelowych:

- osób starszych powyżej 65. roku życia lub emerytów;
- osób młodych, niepracujących, otrzymujących świadczenia socjalne;
- dorosłych osób niepełnosprawnych wraz z jedną osobą towarzyszącą (jeśli istnieje taka konieczność);
- młodzieży w wieku 18–30 lat;
- rodzin (dzieci, rodziców i/lub dziadków) posiadających dokument organu koordynującego ich kraju potwierdzający ich trudną sytuację (finansową, osobistą lub niepełnosprawność)⁷.

Calypso jest działaniem przygotowawczym, które ma trwać co najmniej trzy lata. Hiszpańska organizacja SEGITUR w odpowiedzi na potrzeby rynku stworzyła projekt *Europe Senior Tourism*, który jest częścią programu Calypso. Ten pilotażowy program skierowany był do obywateli wybranych państw Unii Europejskiej, którzy musieli mieć ukończone 55 lat (jedna osoba towarzysząca może podróżować na tych samych zasadach, nawet jeśli nie spełnia warunku wieku)⁸.

Pierwsza edycja programu *Europe Senior Tourism* odbyła się w Hiszpanii w okresie od października 2009 roku do kwietnia roku 2010. Wtedy destynacjami turystycznymi były: Baleary (Majorka, Minorka, Ibiza) oraz Andaluzja (Costa de la Luz i Costa del Sol). Początkowy budżet na realizację programu wyniósł 10 mln euro. Środki zagwarantował Instytut Turespaña oraz uczestniczące w programie autonomiczne regiony Hiszpanii.

Do uczestnictwa w programie wytypowano następujące kraje: Czechy, Polska, Słowacja, Węgry (kwota dofinansowania 150 euro), a także Austria,

⁶ M. Kosakowski, *Calypso uratuje europejską turystykę*, www.twojaeuropa.pl, 07.10.2011.

⁷ J. Śledzińska, *Projekt Calypso – powstanie, stan obecny, perspektywy rozwoju*, w: *Turystyka społeczna w regionie łódzkim*, red. A. Stasiak, Wydawnictwo WSTH w Łodzi, Łódź 2010, s. 62.

⁸ *Tamże*, s. 65.

Belgia, Bułgaria, Dania, Francja, Grecja, Holandia, Irlandia, Portugalia, Rumunia, Słowenia i Włochy (kwota dofinansowania wynosiła 100 euro).

Całkowity koszt pakietów turystycznych po uzyskaniu dofinansowania wyniósł:

- dla krajów z kwotą dofinansowania 150 euro: 343 euro (8 dni), 488 euro (15 dni), 668 euro (22 dni), 829 euro (29 dni);
- dla krajów z kwotą dofinansowania 100 euro: 365 euro (8 dni), 524 euro (15 dni), 700 euro (22 dni) i 855 euro (29 dni).

Działania promocyjne programu obejmowały m.in.: stworzenie własnej strony programu, promocję na portalach społecznościowych (Facebook, Twitter), ulotki, plakaty, reklamę w specjalistycznej prasie, e-mail marketing, spotkania dla branży, targi⁹.

W drugiej edycji programu EST hiszpański instytut turystyki otrzymał wsparcie z UE w wysokości 1,5 mln euro do kontynuacji działania w ramach programu Calypso. Całkowity budżet projektu na sezon 2010/2011 wynosił 14,4 mln euro, zapewniając 111 000 miejsc noclegowych w destynacjach objętych programem, do których należały:

- Andaluja (Costa del Sol, Costa del la Luz, Almeria, Granada) – 60 000 miejsc noclegowych;
- Baleary (Majorka, Minorka, Ibiza) – 20 000 miejsc noclegowych;
- Walencja (Benidrom, Gandia, Peniscola) – 16 000 miejsc noclegowych;
- Wyspy Kanaryjskie (Teneryfa, Gran Canaria, Fuerteventura, Lanzarote) – 15 000 miejsc noclegowych¹⁰.

Zgodnie z założeniami programu, wyjazdy dla seniorów organizowane były w okresie posezonowym, tzn. dla Andaluzji, Balearów i Walencji program trwał od października 2010 roku do kwietnia roku 2011, z wydłużeniem pobytu do maja roku 2011 na Balearach. W przypadku Wysp Kanaryjskich program trwał od kwietnia 2010 roku do czerwca roku 2011. Łącznie wyjazdy dla seniorów organizowane były przez dziewięć miesięcy w ciągu roku. Seniorzy w ramach programu mogli spędzić 8, 15, 22 lub 29 dni w Hiszpanii. Zgodnie z celem, aby umożliwić wszystkim seniorom z Europy podróżowanie do Hiszpanii poza sezonem letnim, rząd hiszpański i wspólnoty autonomiczne biorące udział

⁹ J. Mokras-Grabowska, *Program „Europe Senior Tourism...”, op.cit.*, s. 74–75.

¹⁰ *Evaluacion de la rentabilidad e impacto economico generado por el programa „Europe Senior Tourism”*, Innova Management. Consulatoria.Formacion., s. 14–15; www.euroseniors.eu.

w projekcie ustaliły maksymalne kwoty dopłat dla beneficjentów w wysokości 100 euro i 150 euro (tabela 2).

Tabela 2

Wykaz bonifikaty dla każdego seniora powyżej 55. roku życia udzielonej przez Andaluzję, Baleary i Walencję w II edycji programu EST

Kraje	8 dni	15 dni	22 dni	29 dni
Bon 150 euro	Ceny pakietów turystycznych w euro			
Słowacja	383	540	735	910
Węgry	404	567	772	956
Polska	393	553	754	933
Czechy	387	544	741	917
Bon 100 euro	Ceny pakietów turystycznych w euro			
Austria	407	580	772	945
Belgia	410	584	778	953
Bułgaria	407	580	772	945
Cypr	390	556	740	906
Dania	424	604	804	985
Francja	405	578	769	942
Grecja	410	584	778	953
Irlandia	410	584	778	953
Italia	407	580	772	945
Holandia	403	575	765	937
Portugalia	407	580	772	945
Rumunia	403	575	765	937

Źródło: *Evaluacion de la rentabilidad...*, op. cit., s.16.

Nowością w II edycji były Wyspy Kanaryjskie, w przypadku których bonifikata w wysokości 150 euro została przyznana mieszkańcom następujących państw: Bułgaria, Słowacja, Węgry, Polska, Czechy i Rumunia. Natomiast bonifikatę w wysokości 100 euro otrzymali seniorzy: Słowenii, Estonii, Grecji, Łotwy, Litwy, Luksemburga i Portugalii. Dla mieszkańców Polski ceny pakietów wynosiły kolejno: 8 dni – 355 euro, 15 dni – 500 euro, 22 dni – 680 euro i 29 dni – 800 euro. Należy zaznaczyć, że były to propozycje najtańsze.

W ramach pakietu turystycznego wkalkulowane w cenę zostały następujące świadczenia:

- przelot w obie strony (catering w cenie);
- transfer do/z hotelu;

- zakwaterowanie z hotelu 4-gwiazdkowym;
- wyżywienie pełne, dodatkowo woda i wino do posiłków;
- jedna wycieczka fakultatywna;
- opieka rezydenta mówiącego w języku ojczystym;
- ubezpieczenie zdrowotne.

Oferta EST obejmowała łącznie ok. 90 hoteli, najwięcej (57) w Andaluzji. Klienci mogli dokonać wyboru konkretnego hotelu, natomiast nie mieli gwarancji, że ich wybór zostanie spełniony. Dodatkowo w każdym hotelu zapewniony był program animacyjno-kulturalny, sportowy oraz rozrywkowy¹¹.

Kluczem do sukcesu EST jest bezpieczeństwo podróży, które dla seniora może oznaczać możliwość spędzenia czasu z grupą osób w podobnym wieku, opiekę rezydenta wyczulonego na potrzeby klientów po 55. roku życia oraz opiekę medyczną zapewnioną w hotelu.

W Polsce, według danych EST, z I edycji programu skorzystało 6892 osób – Andaluzję wybrało 1777 osób, a Baleary – 5115 osób. Ogółem Polacy stanowili 16% wszystkich obywateli UE, którzy wzięli udział w programie i zajęli drugie miejsce pod względem liczebności. W II edycji z wyjazdu do Hiszpanii skorzystało dwukrotnie więcej polskich seniorów – 12964, co dało Polsce pierwsze miejsce pod względem liczebności. Ogółem Polacy stanowili 24% wszystkich biorących udział w programie. Najwięcej Polaków wyjechało w październiku, kwietniu i maju, wybierając Andaluzję (8662 osób) oraz Baleary (2834 osób). Na Wyspy Kanaryjskie wyjechało 1468 polskich seniorów.

Łącznie w dwóch edycjach wzięło udział 19856 Polaków, którzy stanowili 20% wszystkich biorących udział w programie (98653 osób), co dało Polsce pierwsze miejsce pod względem liczebności¹².

Sprzedaż ofert EST prowadzona była przez autoryzowane biura podróży we wszystkich uczestniczących w programie krajach oraz przez Internet. W Polsce biurami podróży uczestniczącymi w I edycji programu były: Rainbow Tours (Łódź), Exim Tours (Warszawa), Warta Travel (Lublin), Invitatio (Warszawa), Euro90-Travel (Jelenia Góra), Neckermann (Warszawa) i Bee Free (Warszawa), Kruppe¹³. Oferta EST dostępna była nie tylko w biurach największych polskich touroperatorów, ale także w lokalnych biurach agencyjnych. Dla

¹¹ Innova Management. *Consulatoria. Formacion, Evaluacion...*, *op.cit.*, s. 17–19.

¹² *Polscy seniorzy podbili Hiszpanię*, „Wiadomości Turystyczne” 2011, nr 18 (240), s. 5.

¹³ J. Mokras-Grabowska, *Program „Europe Senior Tourism...*, *op.cit.*, s. 74–75.

wielu biur podróży sprzedaż oferty EST okazała się trafnym wyborem. Przykładem tego są biura Neckermann, które w sezonie 2010/2011 wysłały do Hiszpanii ponad 2 tys. klientów, RainbowTours (2,2 tys. klientów) czy biuro podróży Kruppe (1,5 tys. klientów), co w przypadku tej firmy oznacza 200% wzrost sprzedaży w stosunku do I edycji¹⁴.

3. Tendencje konsumpcyjne oferty EST na przykładzie klientów szczecińskich biur podróży

W celu uzyskania bardziej szczegółowych informacji na temat oferty EST przeprowadzono ankietę wśród wybranych biur podróży funkcjonujących na rynku szczecińskim. Ankietę przeprowadzono w salonach firmowych touroperatorów Exim Tours, Rainbow Tours i Neckermann oraz w agencyjnych biurach podróży, tj.: Jaguar, Happy Travel oraz Migacz Travel. Badanie zostało przeprowadzone w formie kwestionariusza wywiadu. Uzyskane dane pozwoliły na wskazanie preferencji wyjazdowych osób korzystających z programu EST.

W ofercie analizowanych biur podróży proponowane były głównie kierunki, tj.: wybrzeże Costa del Sol, Costa Brava, Majorka oraz Wyspy Kanaryjskie (Teneryfa i GranCanaria). Biura Jaguar, Happy Tarvel oraz Migacz Travel posiadały w ofercie pakiety z wylotem z Berlina linią AirBerlin oraz Warszawy i Katowic linią lotniczą WizzAir. Natomiast biura Exim Tours, Rainbow Tours i Neckermann oferowały jedynie wyloty z Warszawy i Katowic, co wpłynęło na mniejsze zainteresowanie ofertą. Polskiego seniora uznano za osobę oczekującą komfortu podróży, dlatego lokalne biura sprzedawały głównie pakiety z wylotem z Berlina.

Ustalone przez EST maksymalne ceny pakietów nie mogły być przekroczone, różnice cenowe w analizowanych biurach wynikły z kursu walutowego. W ofercie touroperatorów klienci mogli płacić tylko w złotych, natomiast w lokalnych biurach agencyjnych mogli oni dokonać płatności także w euro, co umożliwiało zakup oferty w niższej cenie, w zależności od sytuacji na rynku walutowym. Bliskość do lotniska w Berlinie oraz możliwość płatności w euro

¹⁴ *Polscy seniorzy..., op.cit., s. 5.*

wpłynęły na większe zainteresowanie ofertą i konkurencyjność biur Jaguar, Happy Tarvel oraz Migacz Travel.

We wszystkich analizowanych biurach największą liczbę wyjazdów odnotowano w październiku oraz w maju. Były to głównie pobyty 8- i 15-dniowe, natomiast niewielkim zainteresowaniem cieszyły się pobyty 23-dniowe. Seniorzy najczęściej rezerwowali wyjazdy podczas wczesnej rezerwacji, ponieważ oprócz zniżki mogli otrzymać gratis dodatkowe usługi typu gwarancja zwrotu kosztów, niezmienniej lub najniższej ceny. Zdecydowanie najczęściej wybieranym kierunkiem było wybrzeże Costa del Sol, następnie Majorka i wybrzeże Costa Brava. Pozostałe kierunki nie były popularne. Według ankietowanych, seniorzy nie podróżują sami – najczęściej wskazywano na wyjazdy rodzinne, ze znajomymi, a nawet grupy znajomych. Powodem tego może być dopłata w wysokości ok. 150 euro do pokoju 1-osobowego, co znacznie podwyższało cenę pakietu.

Według opinii ankietowanych oferta Senior Travel cieszy się dużym zainteresowaniem. W żadnym biurze nie wskazano, jaki procent sprzedaży stanowi oferta EST, natomiast z uzyskanych odpowiedzi wynika, że oferta ta jest tylko dopełnieniem szerokiego wachlarza pakietów turystycznych znajdujących się w biurach podróży. Jest alternatywą dodatkowego zarobku, ale nie stanowi głównego źródła utrzymania biur podróży.

Sukces na rynku lokalnym odniosło biuro Jaguar, które jako pierwsze w Polsce rozpoczęło współpracę ze stroną hiszpańską. Współpraca wywiązała się z inicjatywy członków EST, którzy zaproponowali sprzedaż oferty wraz z rozpoczęciem I edycji programu. Informacja ta została nagłośniona w mediach – m.in. w telewizyjnej stacji TVN w programie informacyjnym „Fakty”. Dzięki tej reklamie biuro Jaguar zyskało wielu klientów z całej Polski i zakończyło sukcesem I edycję sprzedaży.

Promocja oferty EST w analizowanych biurach ograniczała się głównie do informacji zamieszczonych na stronach internetowych, banerów reklamujących program EST czy małych ofert wywieszonych w witrynach biur. Touroperatorzy prezentowali ofertę w katalogach, natomiast spośród analizowanych biur agencyjnych jedynie biuro Happy Travel we własnym zakresie przygotowało dla klientów ulotki zawierające szczegółowe informacje o sprzedawanym produkcie.

Uwagi końcowe

Program EST umożliwił wyjazd na wakacje ponad 98 tys. osób w Europie i tym samym znacznie przyczynił się do mobilności osób starszych. Ta forma turystyki nie tylko zapełnia w znacznym stopniu niszę na rynku turystycznym, ale także przyczynia się do zwalczania sezonowości, wzmacniania pojęcia obywatelstwa europejskiego oraz promowania rozwoju regionalnego. W Polsce – kraju społeczeństwa starzejącego się – idea programu EST odniosła największy sukces. Po dwóch odsłonach programu z oferty tej skorzystało ponad 19 tys. Polaków, którzy mogli wypocząć we własnym gronie na słonecznych wybrzeżach Hiszpanii.

Program EST wskazał branży turystycznej w Polsce niewykorzystaną niszę, którą stanowią wyjazdy dla aktywnych osób starszych, chętnie wybierających się w podróż w okresie posezonalnym. Należy zaznaczyć, że w ślad za tak popularnym programem w biurach podróży pojawiły się alternatywne propozycje dla seniorów, które nie mają wsparcia ze strony hiszpańskiej i dofinansowania z Unii Europejskiej, ale są dopasowane do specyficznych potrzeb osób starszych.

THE EUROPE SENOIR TOURISM PROGRAM AS THE STIMULATOR OF THE TOURIST ACTIVITY AMONG SENIORS

Summary

A target of the article the discussion about the Europe Senior Tourism program (EST) and its impact on the activation of the Polish tourism demand among seniors. In Poland, in the country's aging population, the idea of the EST program achieved the largest success. After two editions of the program, advantage of this offer took 19 thousand of the Polish people, who could have some rest in Spain. The EST program pointed to the tourist trade on Poland the untapped niche, which are trips for active older people willingly choosing to travel during off season time.

Translated by Agnieszka Mańko