

✈ Путешествия

# Анализ данных и трендов

1 квартал 2021 года

criteo.



# Самое важное

**Рады представить вам набор данных по индустрии путешествий. Каждый квартал мы анализируем данные наших клиентов из индустрии путешествий, включая транзакции на миллиарды долларов, и проводим опрос путешественников по всему миру, чтобы узнать последние тренды.**

**Вот что мы узнали о сфере путешествий в 1 квартале 2021 года:**

По всему миру авиаперелеты все еще не достигли прежнего уровня, но некоторые страны, такие как США и Япония, начинают восстанавливаться, в основном за счет внутренних перелетов.

Бронирования отелей по всему миру возвращаются в норму, а аренда жилья для отпуска стала первой категорией в сфере путешествий, превысившей показатели 2020 года.

COVID-19 все еще беспокоит путешественников, но не останавливает их от небольших поездок, чтобы встретиться с близкими. Большинство путешественников ограничатся внутренними поездками в ближайшие 12 месяцев, которые примерно поровну распределены между автомобильными поездками и авиаперелетами.

Данные нашего исследования показывают, что осенью стоит ожидать восстановления индустрии путешествий, что означает более длинные поездки и больше бронирований.

Возвратные билеты, меры по социальной дистанции и санитарной безопасности станут ключевыми аспектами доверия пользователей к провайдерам и роста числа бронирований.

**Далее вы найдете все данные и инсайты.**



# Содержание

- 1 Тренды первого квартала 2021 по категории сферы путешествий
- 2 Обстановка и прогноз в сфере путешествий
- 3 Мобильные приложения
- 4 Рекомендации



# Авиаперелеты

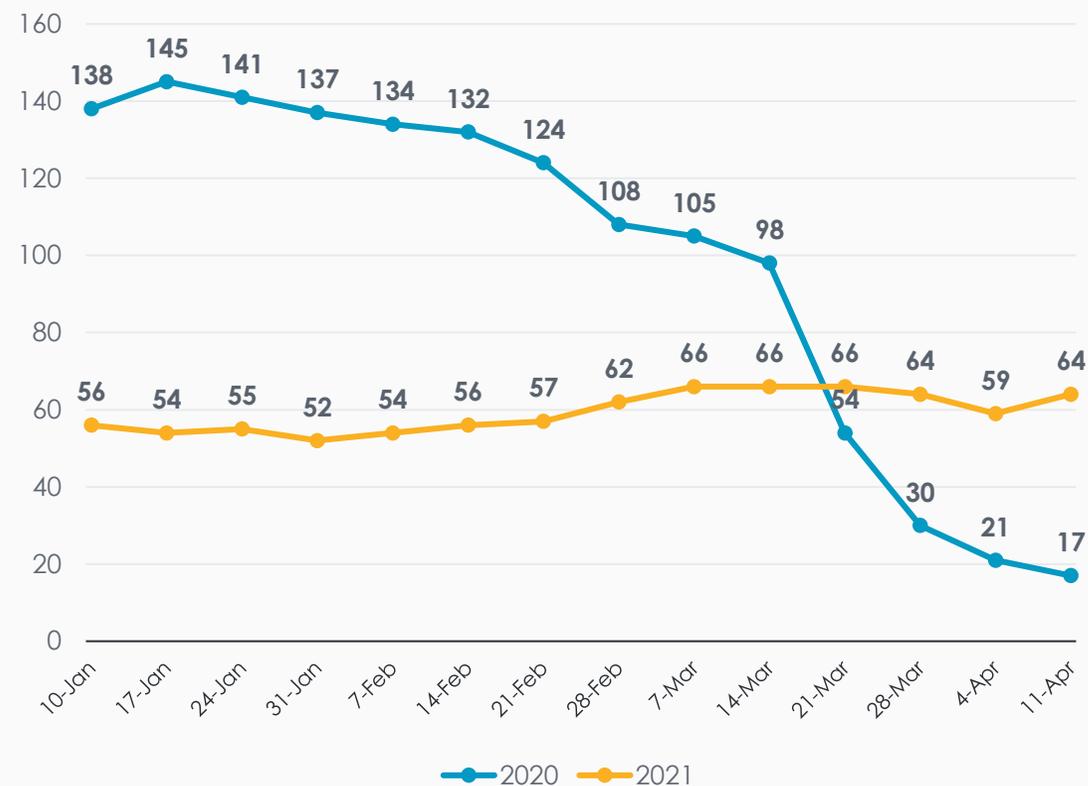
Тренды 1 квартала 2021 года

## По всему миру авиаперелеты все еще не достигли прежнего уровня

В 1 квартале 2020 бронирования авиаперелетов сокращались по мере распространения пандемии COVID-19.

Год спустя в апреле 2021 бронирования авиаперелетов остаются на 36 % ниже показателей 2020 года, хотя ситуация несколько улучшилась по сравнению с -48 % в январе этого года.

### Индексированные еженедельные бронирования авиабилетов год от года



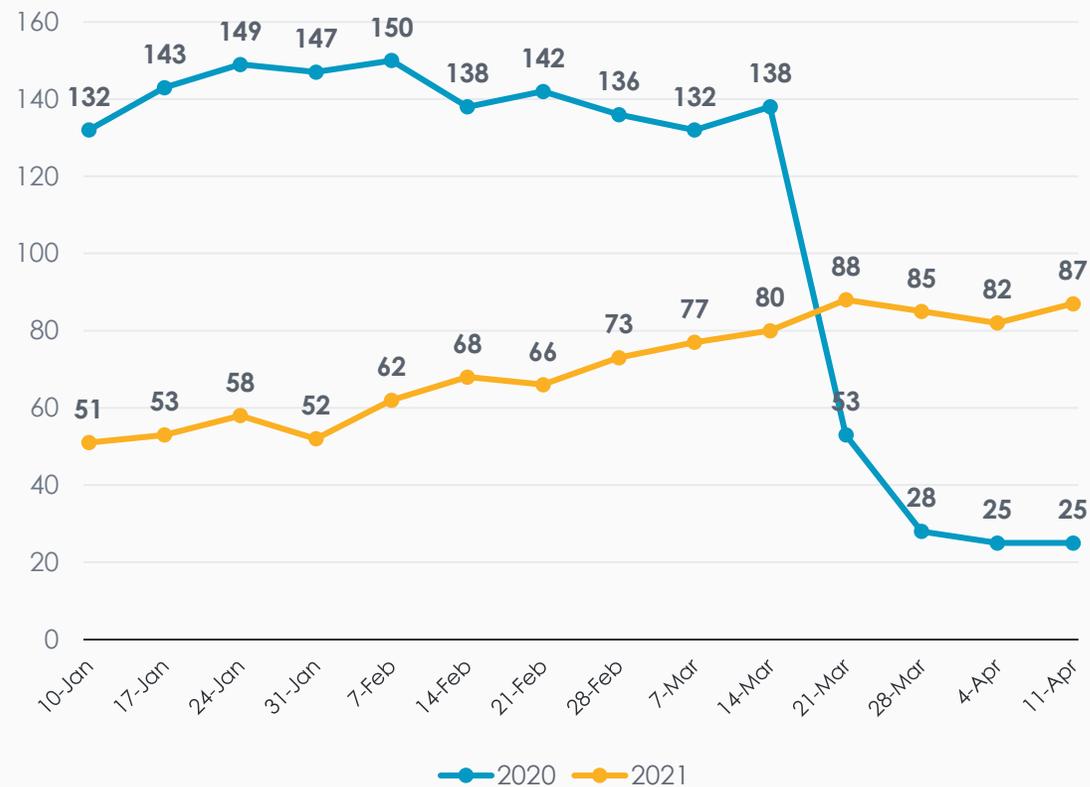
Источник: индексированные бронирования, 2020 год по сравнению со средним значением в декабре 2019 года. Тот же список партнеров из сферы авиакомпаний со стабильным отслеживанием продаж в выбранный период.

## В США авиаперелеты стабильно восстанавливаются

В США бронирования авиаперелетов резко снизились в марте 2020 с введением ограничений на перемещения.

Год спустя бронирования авиаперелетов стабильно повышаются с усилением вакцинации и повышения уверенности путешественников.

### Индексированные еженедельные бронирования авиабилетов год от года

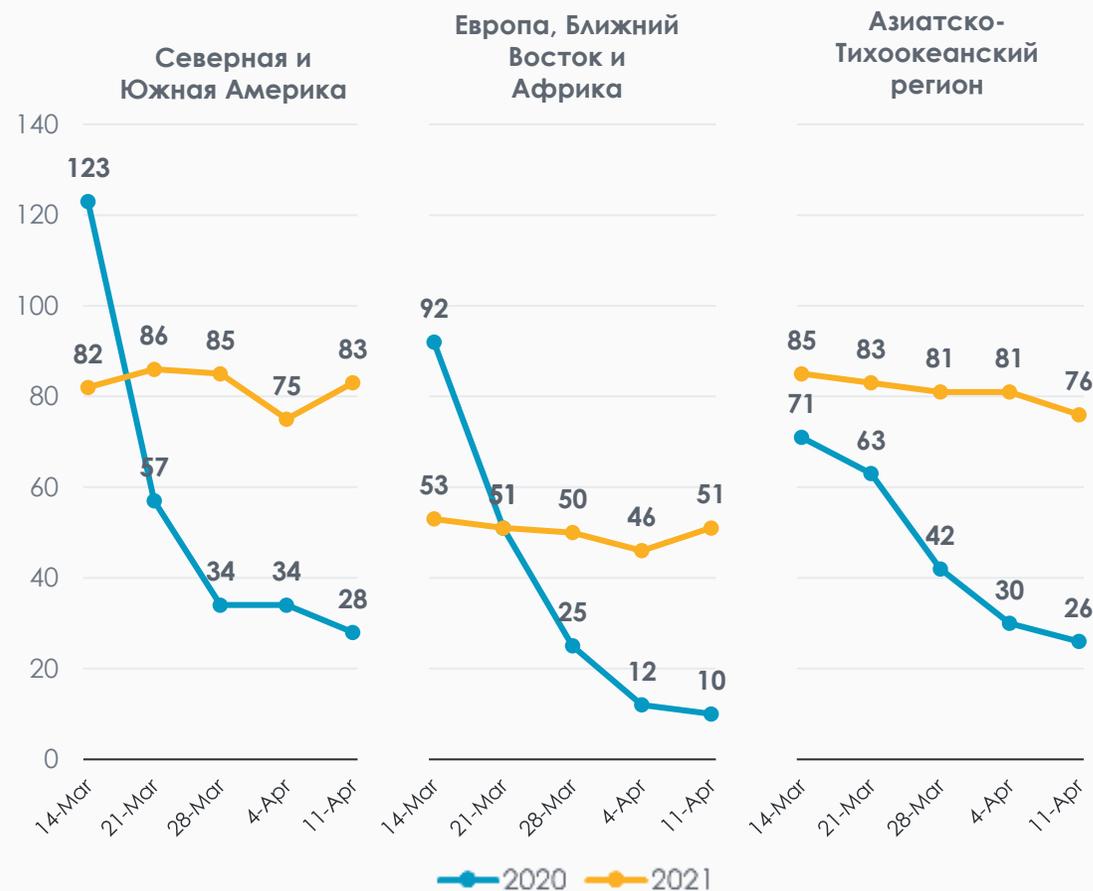


Источник: индексированные бронирования, США, 2020 год по сравнению со средним значением в декабре 2019 года. Тот же список партнеров из сферы авиакомпаний со стабильным отслеживанием продаж в выбранный период.

## Темпы восстановления сферы авиаперелетов различаются для разных регионов

Авиаперелеты восстанавливаются быстрее в Америке и Азиатско-Тихоокеанском регионе, чем в Европе, где пандемия COVID-19 все еще сохраняется, а карантинные меры по-прежнему действуют во многих странах.

### Индексированные еженедельные бронирования авиабилетов год от года



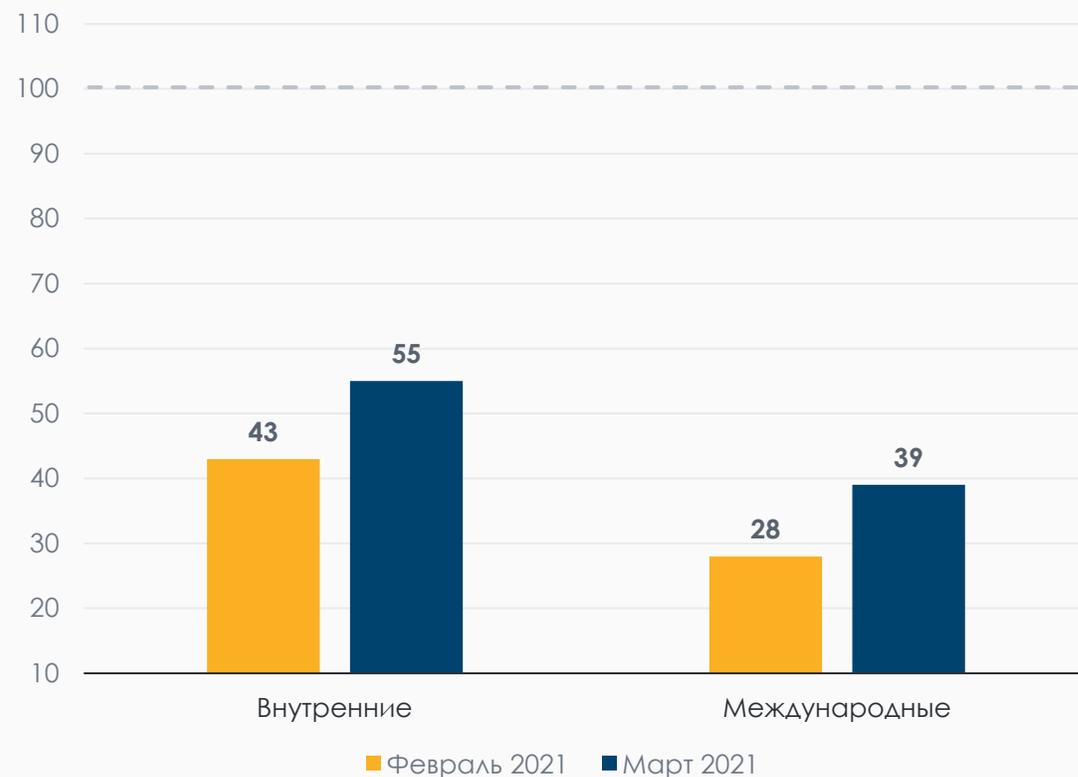
Источник: индексированные еженедельные бронирования авиабилетов по сравнению со средним значением в декабре 2019 года. Тот же список игроков из сферы авиаперелетов со стабильным отслеживанием продаж в период 2019 и 2020.

## Внутренние авиаперелеты восстанавливаются быстрее

Внутренние и международные авиаперелеты значительно пострадали из-за пандемии. Международные перелеты пострадали больше всех, так как по всему миру были введены ограничения по передвижению между странами.

В марте 2021 года международные авиаперелеты начали медленное восстановление, а темпы восстановления внутренних авиаперелетов значительно быстрее.

### 2021 год: внутренние и международные перелеты



Источник: индексированные бронирования авиабилетов во всем мире по направлениям по сравнению с тем же периодом 2020 года. Тот же список игроков из сферы путешествий со стабильным отслеживанием продаж в тот же период.

## Цены на авиабилеты растут

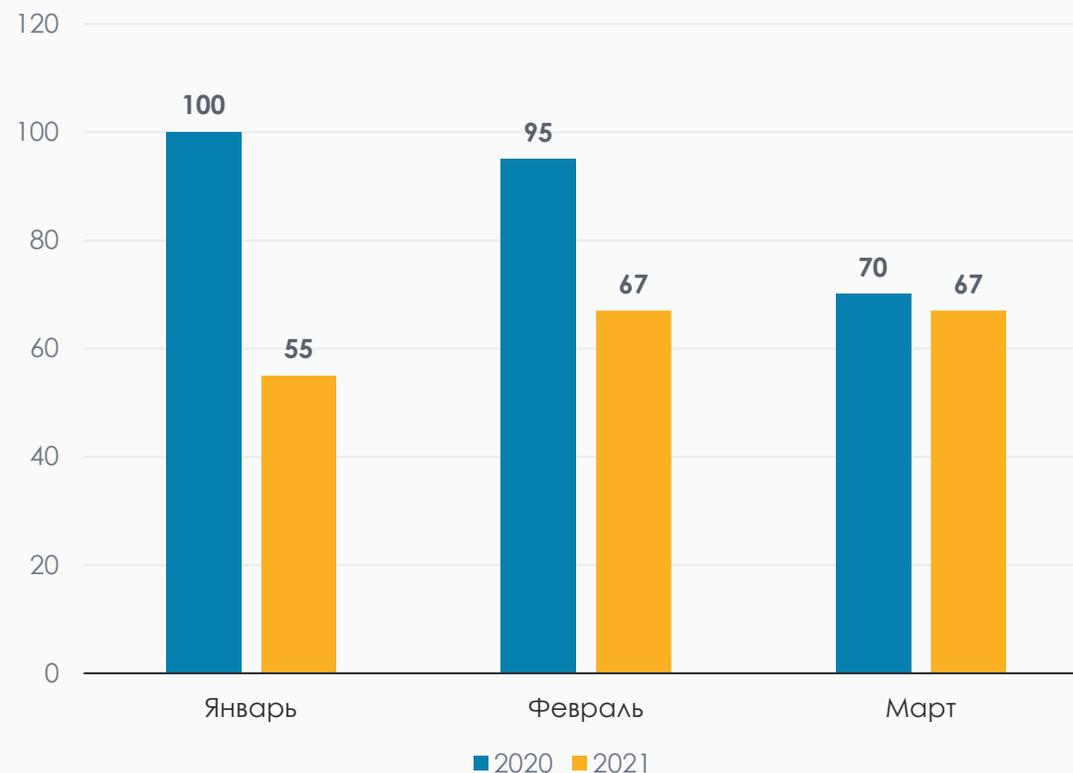
В 1 квартале 2021 международные авиаперелеты сократились из-за пандемии COVID-19, которая все еще не под контролем, что повлияло на средний чек бронирований.

Путешественники избегают дорогостоящих дальних перелетов и стараются летать ближе к дому.

Чтобы привлечь потенциальных путешественников, авиакомпании оптимизировали цены на билеты.

В то же время суммарная стоимость бронирований авиабилетов увеличилась на 22 % с января по февраль 2021 и осталась на том же уровне до марта.

### Средний чек бронирований авиаперелетов, год от года



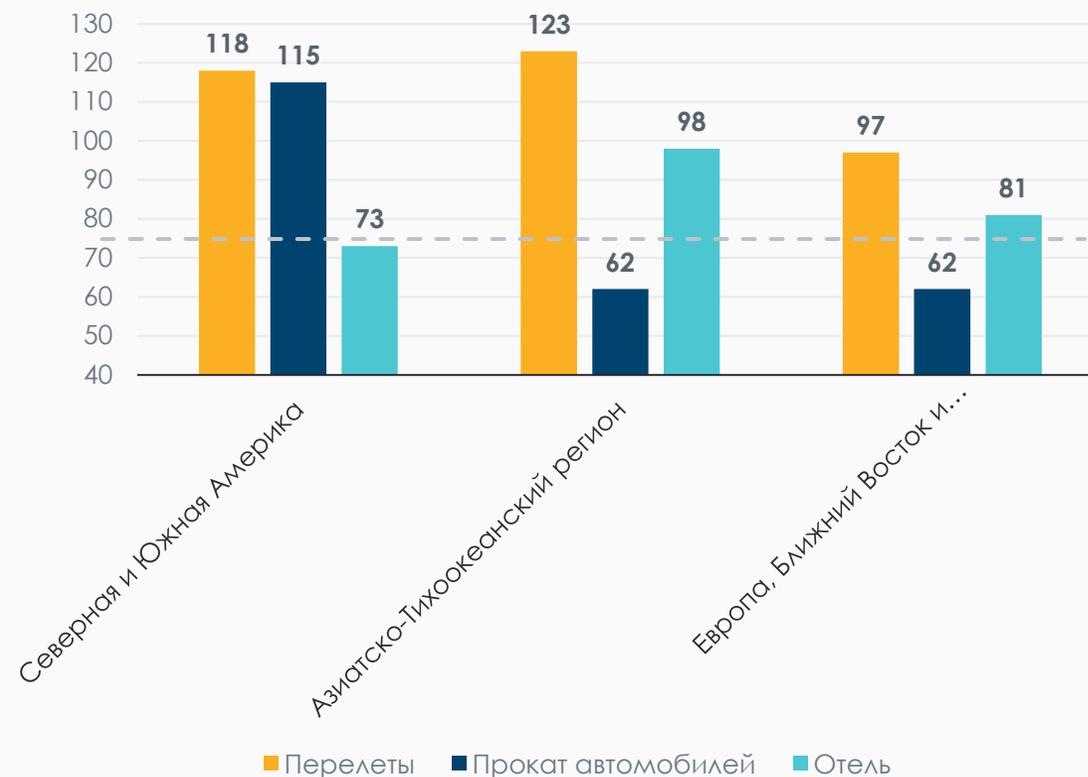
Источник: индексированная суммарная стоимость бронирований по всему миру по сравнению в показателями за январь 2020. Тот же список игроков из сферы авиаперелетов со стабильным отслеживанием продаж в период 2019 и 2020.

## Путешественники бронируют авиабилеты с уверенностью

В этом году меньше людей планируют путешествие по сравнению с показателями прошлого года. В то же время путешественники по всему миру выражают больше уверенности относительно авиаперелетов, а уровень конверсии приближается к показателям до пандемии.

Отели в Америке и Европе отмечают более высокий показатель поиска перед бронированием по сравнению с показателями прошлого года.

### Коэффициент конверсии в % по регионам и категориям путешествий



Источник: индексированный показатель конверсии в % по сравнению со средним значением в период с 6 января по 15 марта 2020 года. Тот же список игроков из сферы туризма со стабильным отслеживанием продаж в выбранный период. Конверсия = все покупатели / все посетители



# Отель

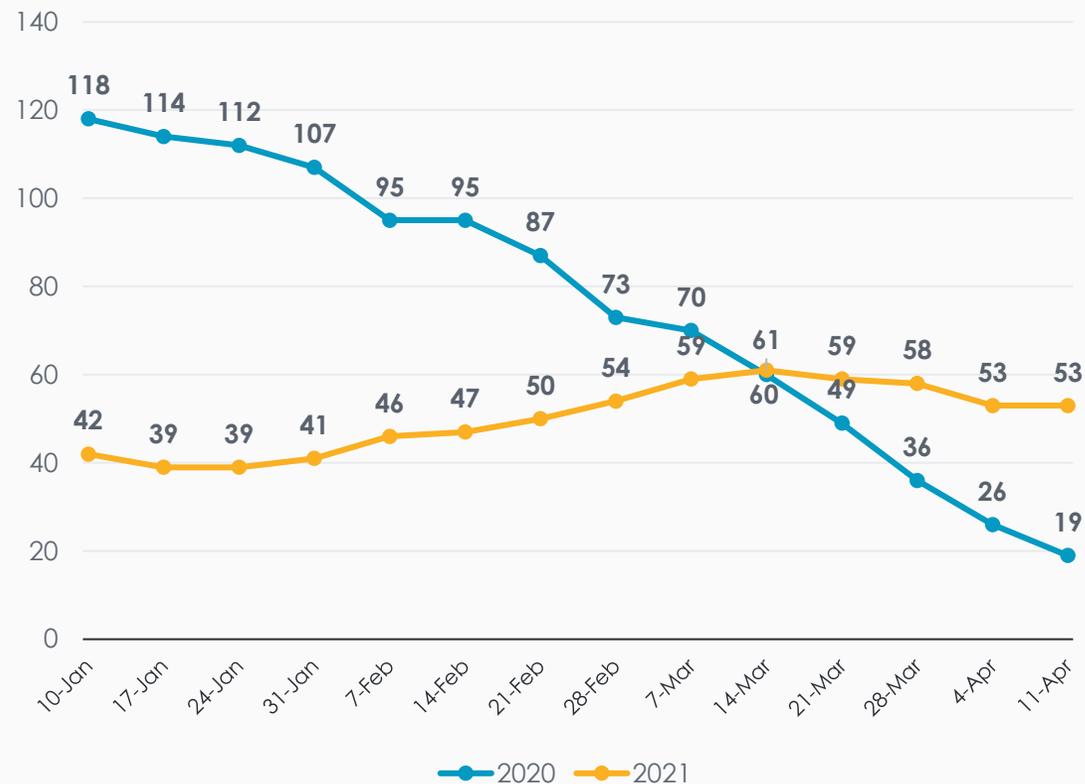
Тренды 1 квартала 2021 года

## По всему миру показатели бронирования отелей возвращаются в норму

Бронирования отелей значительно упали во всем мире в 1 квартале прошлого года.

В 1 квартале 2021 бронирования отелей превысили показания середины марта 2020, так как многие страны повысили темпы вакцинации.

### Индексированные еженедельные бронирования отелей год от года



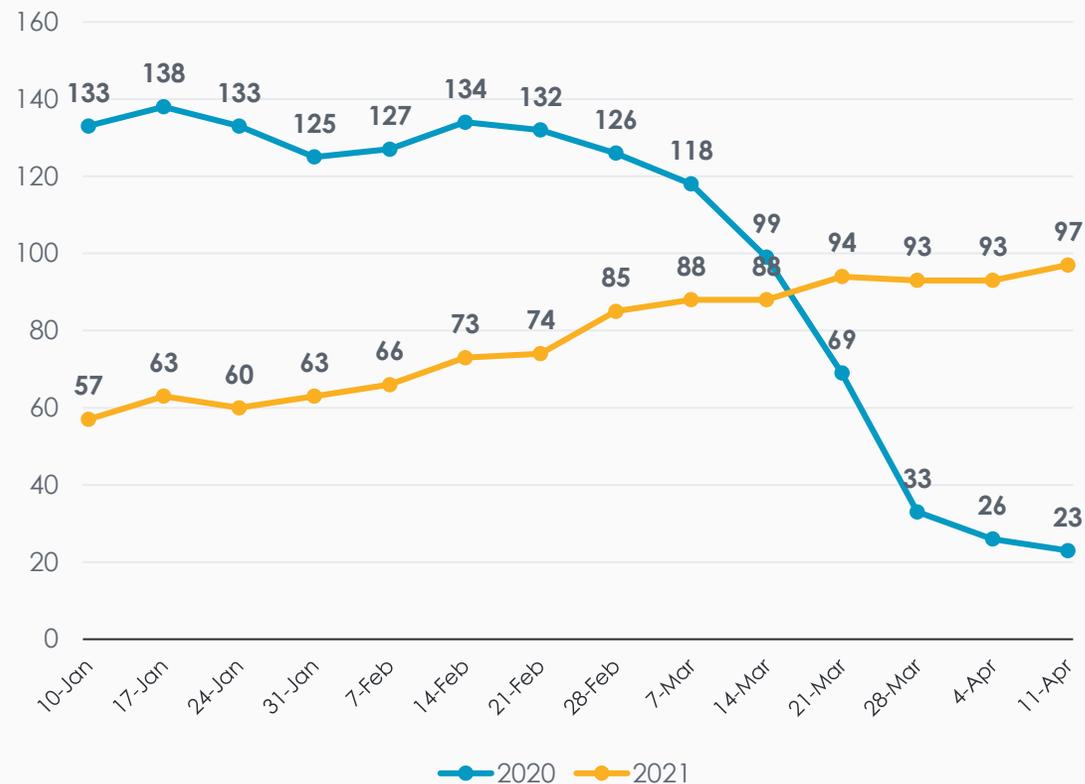
Источник: индексированные бронирования, 2020 год по сравнению со средним значением в декабре 2019 года. Тот же список партнеров из сферы отелей со стабильным отслеживанием продаж в выбранный период.

## Американские отели снова заполнены

В США бронирования значительно упали в марте 2020 года.

Спустя год с начала карантина, весной 2021 года бронирования отелей в США снова начали расти. Тренд 1 квартала демонстрирует явное желание путешественников сменить обстановку.

### Индексированные еженедельные бронирования отелей год от года

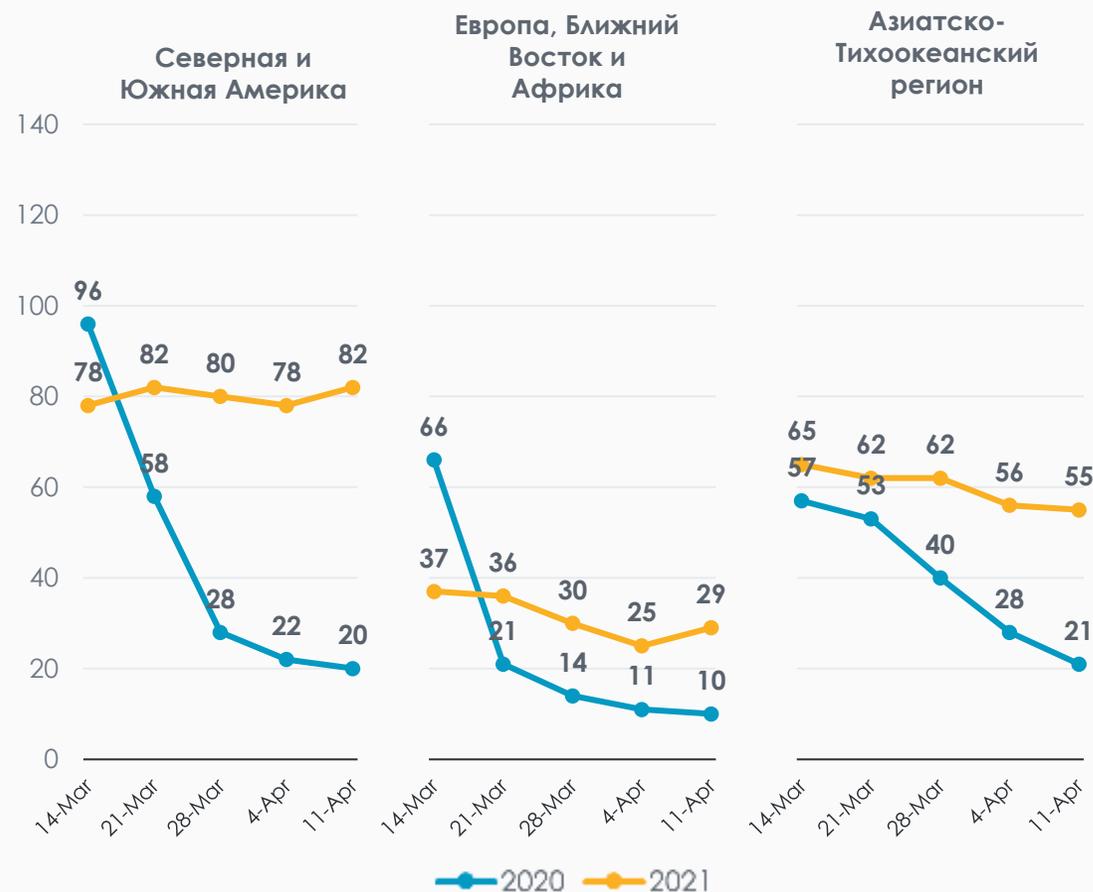


Источник: индексированные бронирования отелей, США, 2020 год по сравнению со средним значением в декабре 2019 года. Тот же список партнеров из сферы отелей со стабильным отслеживанием продаж в выбранный период.

## Темпы восстановления сферы отелей различаются для разных регионов

Последняя волна локдаунов в Европе в 1 квартале 2021 негативно сказалась на общем тренде, в то время как темпы восстановления отельной сферы в Америке значительно улучшаются, особенно в США.

### Индексированные еженедельные бронирования отелей год от года



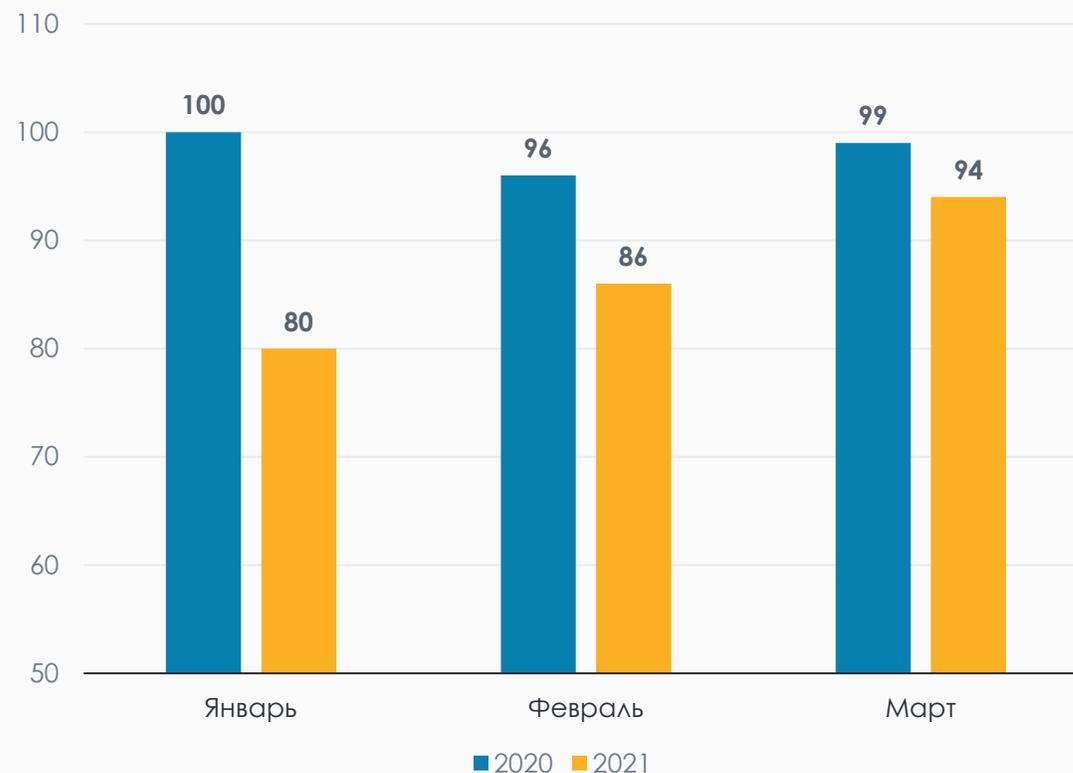
Источник: индексированные бронирования, yuzu год по сравнению со средним значением в декабре 2019 года. Тот же список игроков из сферы отелей со стабильным отслеживанием продаж в выбранный период.

## Отели пользуются все большим спросом

Средний чек бронирований отелей стабильно рос на протяжении 1 квартала 2021, в марте практически достигнув значений 2020 года.

Данный тренд наглядно демонстрирует рост спроса на отели и увеличение срока бронирований.

### Средний чек бронирований отелей, год от года



Источник: индексированная суммарная стоимость бронирований по всему миру по сравнению с показателями за январь 2020. Тот же список партнеров из сферы отелей со стабильным отслеживанием продаж в выбранный период.

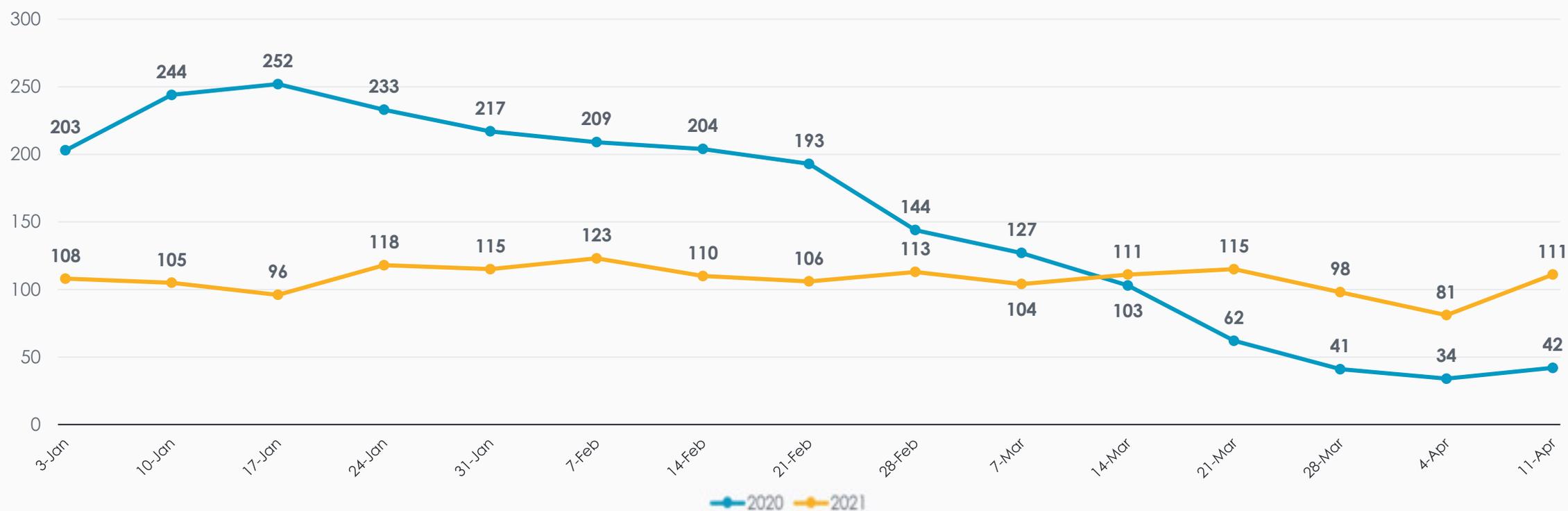


# Аренда жилья

Тренды 1 квартала 2021 года

## Аренда жилья - первая категория, показатели которой превысили показатели 2020 года

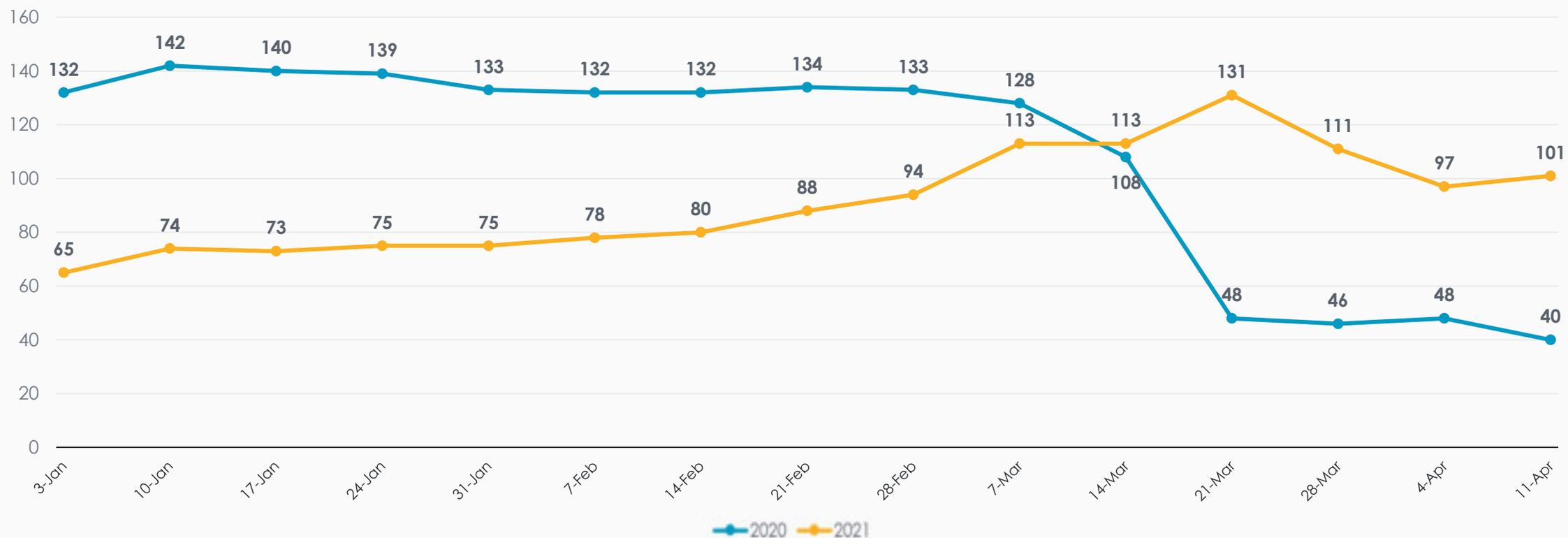
### Индексированные бронирования жилья для отпуска, год от года



Источник: индексированные ежедневные бронирования, 2020 год по сравнению со средним значением в декабре 2019 года. Тот же список клиентов из сферы туризма со стабильным отслеживанием бронирований в выбранный период.

# Аренда жилья для отпуска значительно возросла в 1 квартале 2021

## Индексированные бронирования жилья для отпуска, год от года



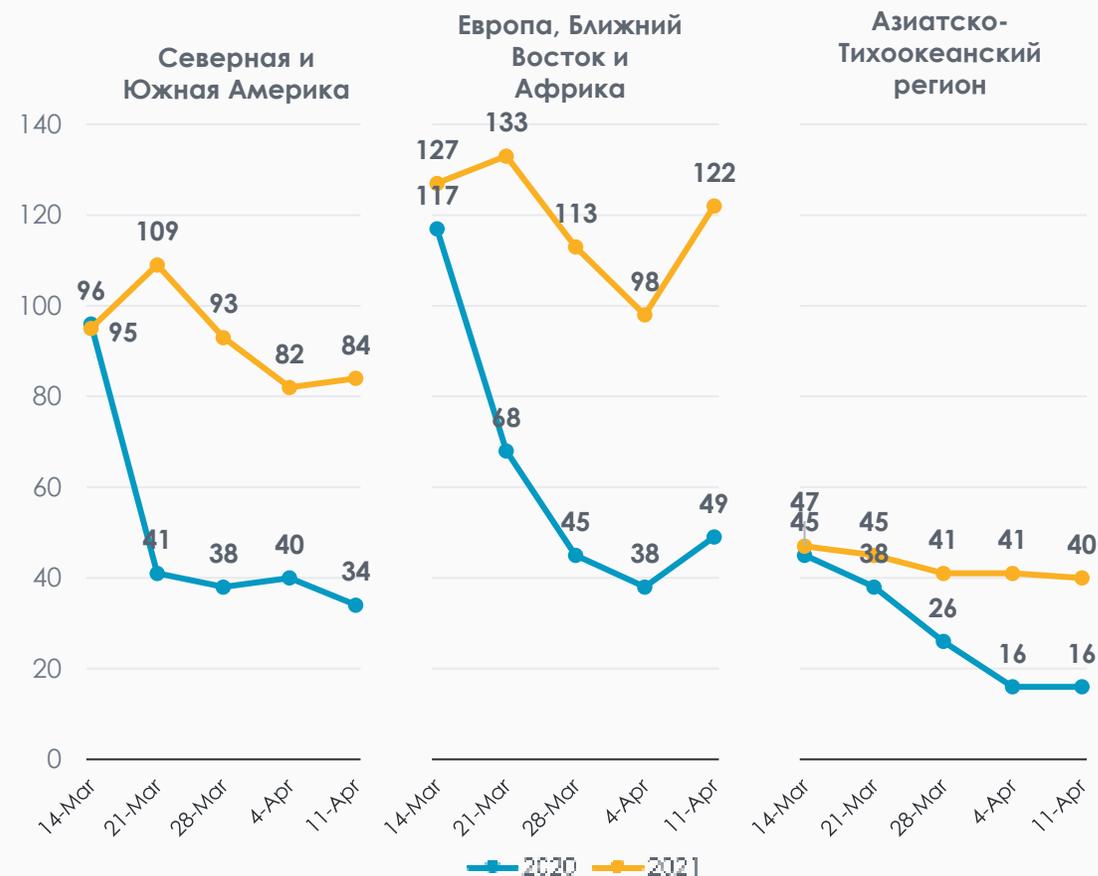
Источник: индексированные ежедневные бронирования, 2020 год по сравнению со средним значением в декабре 2019 года. Тот же список клиентов из сферы туризма со стабильным отслеживанием бронирований в выбранный период.

## Аренда жилья для отпуска восстанавливается быстрее в Европе, Ближнем Востоке и Африке

Европа является лидером в восстановлении рынка аренды жилья для отпуска, так как все больше европейцев отправляются в путешествия внутри региона, которые признаны безопасными.

Азиатско-Тихоокеанский регион сохраняет низкие показатели 2020 года в связи с новыми ограничениями, введенными в последние недели.

### Индексированные еженедельные бронирования жилья для отпуска, год от года

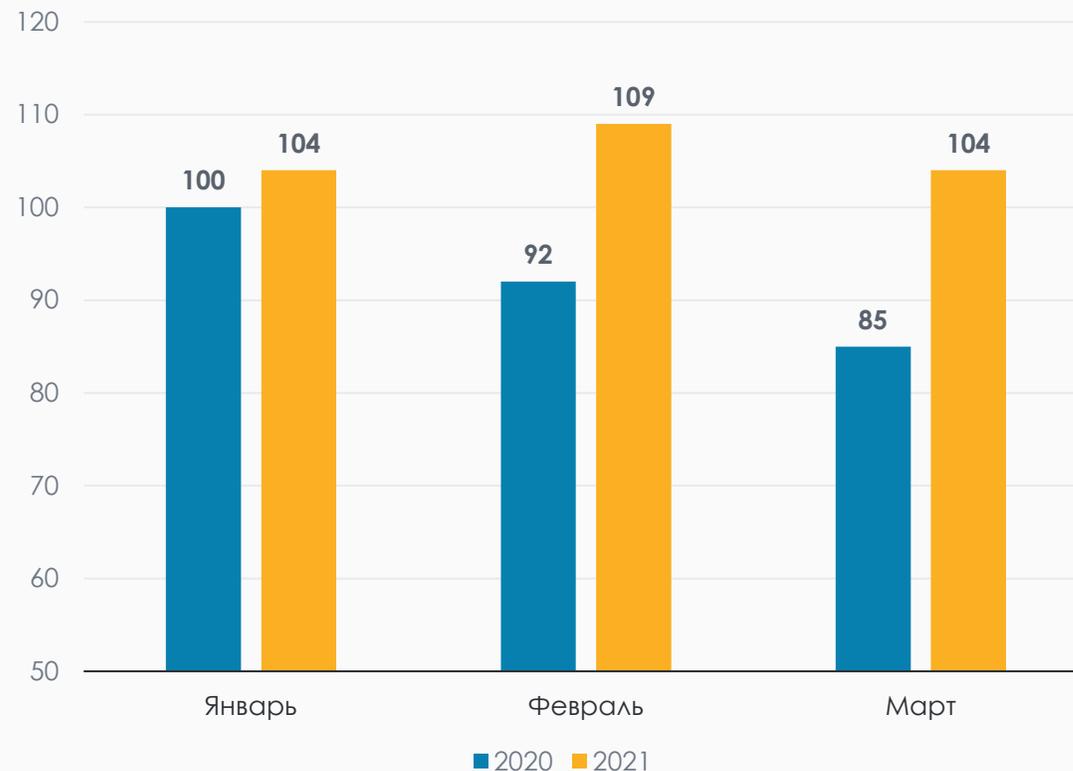


Источник: индексированные бронирования, 2020 год по сравнению со средним значением в декабре 2019 года. Тот же список игроков из сферы аренды жилья со стабильным отслеживанием продаж в выбранный период.

**Жилье для отпуска берут в аренду на более долгие сроки, и оно считается более безопасным, что привело к росту показателей среднего чека выше уровня 2020 года**

Средний чек бронирований жилья для отпуска повысился по сравнению с прошлым годом. Путешественники продолжают бронировать жилье для отпуска, которое является более долгосрочной и безопасной опцией.

### Средний чек бронирований жилья для отпуска, ГОД ОТ ГОДА



Источник: индексированная суммарная стоимость бронирований по всему миру по сравнению с показателями за январь 2020. Тот же список игроков из сферы туризма со стабильным отслеживанием продаж в выбранный период.

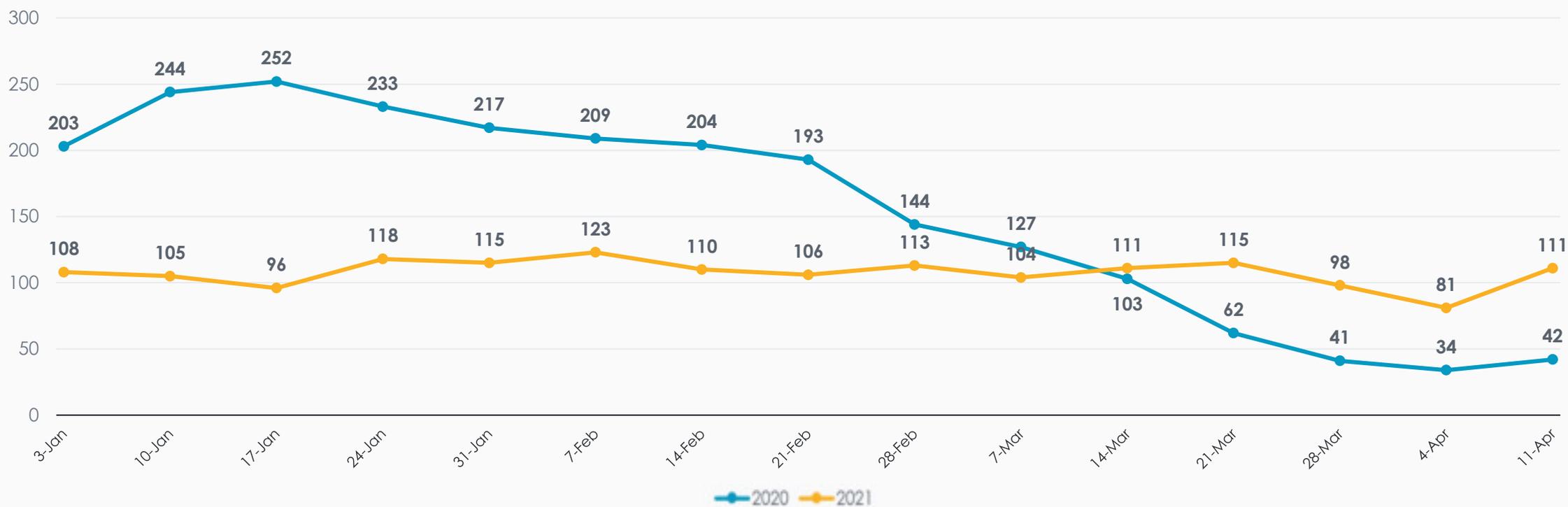


# Прокат автомобилей

Тренды 1 квартала 2021 года

# Аренда автомобилей по всему миру остается на прежнем уровне

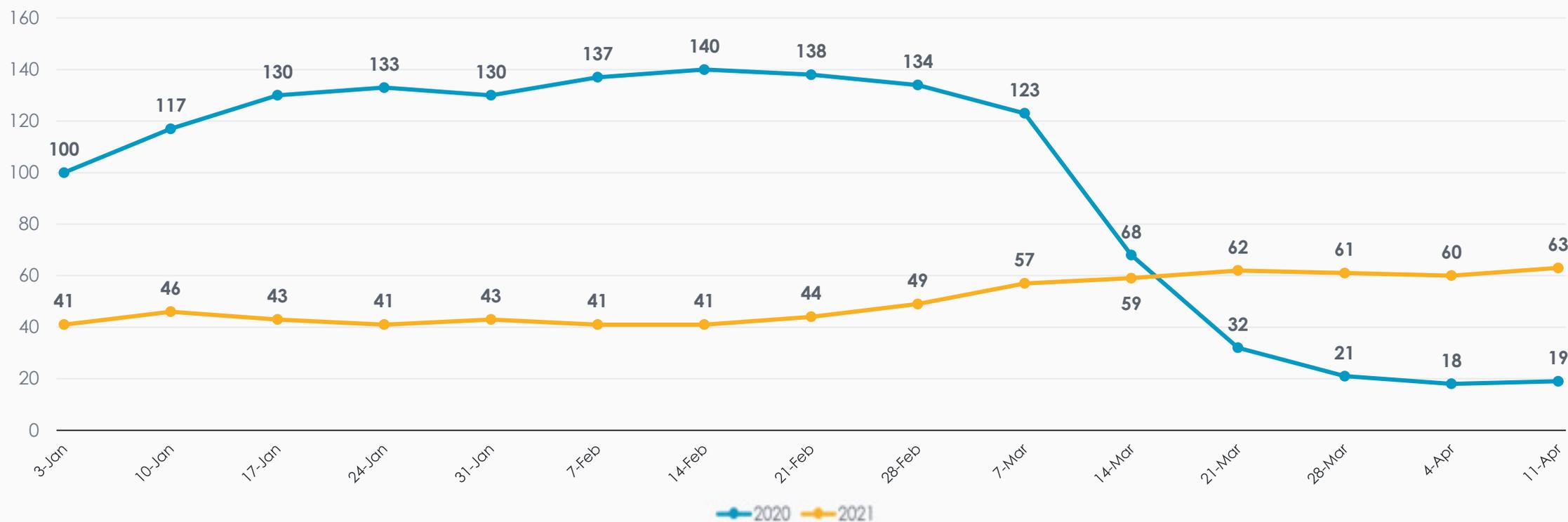
## Индексированные ежедневные бронирования автомобилей, год от года



Источник: индексированные ежедневные бронирования, весь мир, по сравнению со средним значением с 1 по 28 декабря 2019 года. Тот же список клиентов из сферы туризма со стабильным отслеживанием бронирований в выбранный период.

# Аренда автомобилей в США восстанавливается медленно

## Индексированные ежедневные бронирования автомобилей, год от года

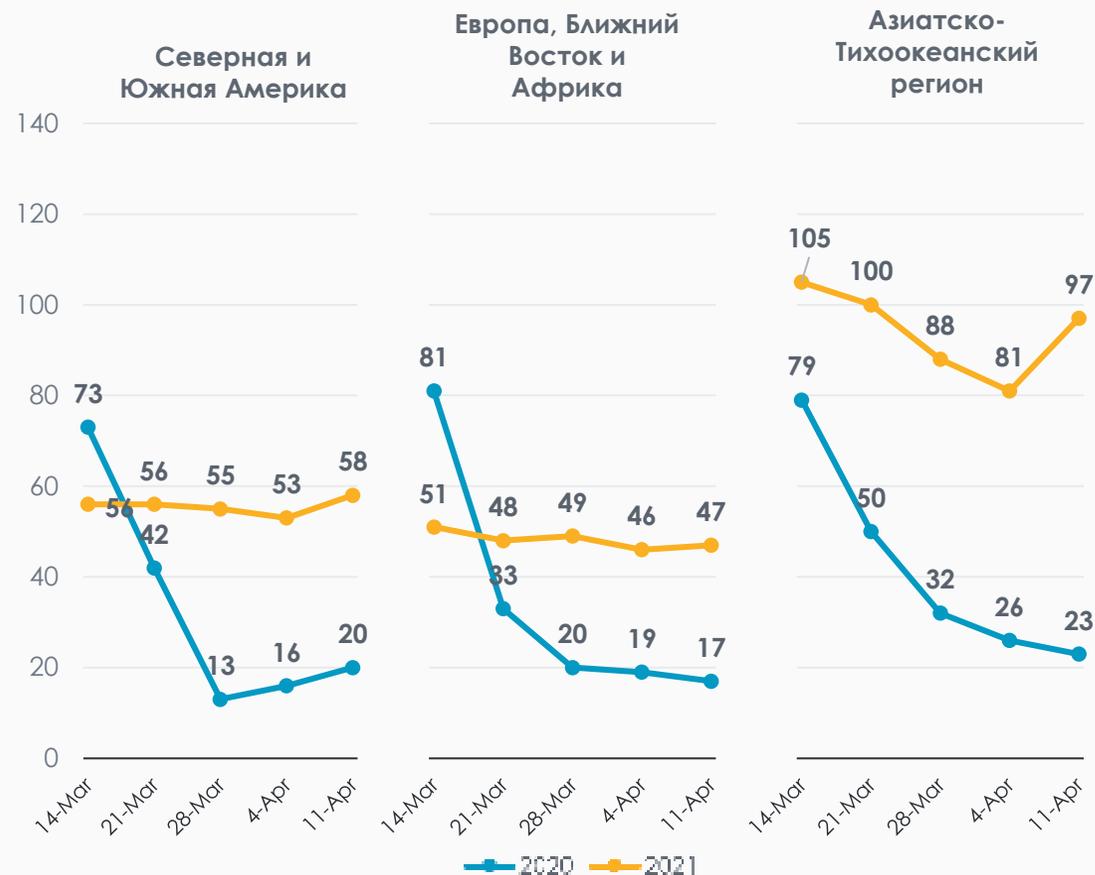


Источник: индексированные ежедневные бронирования, весь мир, по сравнению со средним значением с 1 по 28 декабря 2019 года. Тот же список клиентов из сферы туризма со стабильным отслеживанием бронирований в выбранный период.

## В Азиатско-Тихоокеанском регионе наблюдается самое быстрое восстановление сферы аренды автомобилей

В то время как Америка и Европа получили тот же эффект от пандемии COVID-19 на сферу аренды автомобилей, Азиатско-Тихоокеанский регион быстрее восстанавливается в данной подкатегории сферы путешествий.

### Индексированные еженедельные бронирования автомобилей, год от года



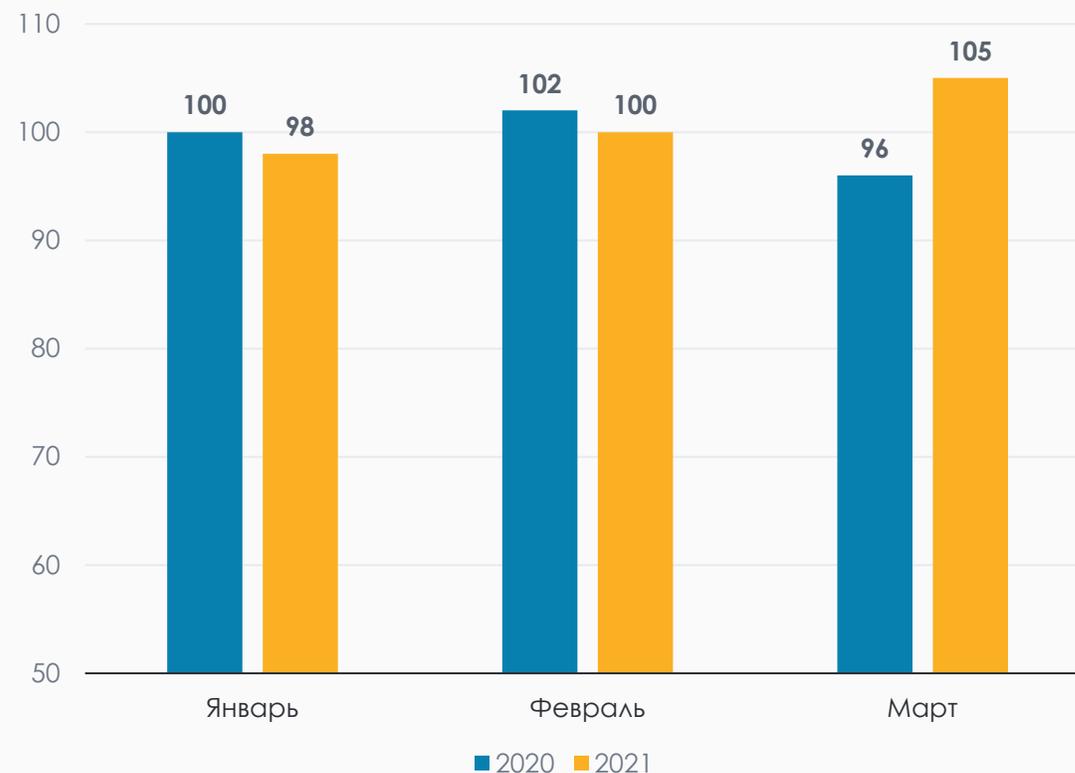
Источник: индексированные бронирования, 2020 год по сравнению со средним значением в декабре 2019 года. Тот же список игроков из сферы аренды автомобилей со стабильным отслеживанием продаж в выбранный период.

## Спрос остается на прежнем уровне, так как многие предпочитают автомобильное путешествие перелетам

Месяц к месяцу и год от года число бронирований автомобилей оставалось на одном уровне по всему миру.

Многие путешественники заметили, что автомобили часто оказывались недоступны при поиске транспортного средства для путешествия.

### Средний чек аренды автомобилей, год от года



Источник: индексированная суммарная стоимость бронирований по всему миру по сравнению с показателями за январь 2020. Тот же список игроков из сферы туризма со стабильным отслеживанием продаж в выбранный период.



# Обстановка и прогноз в сфере путешествий

## Путешественники все еще беспокоятся относительно COVID-19...

**6 из 10**

путешественников в США и в мире отметили, что их беспокоит риск контакта с COVID-19 в путешествии.

### Доля респондентов, ответивших "согласен" или "скорее согласен" на пункт "Меня беспокоит риск контакта с COVID-19 в путешествии"



Источник: Исследование сферы путешествий, 1 квартал 2021, все респонденты, весь мир, выборка n=11 161

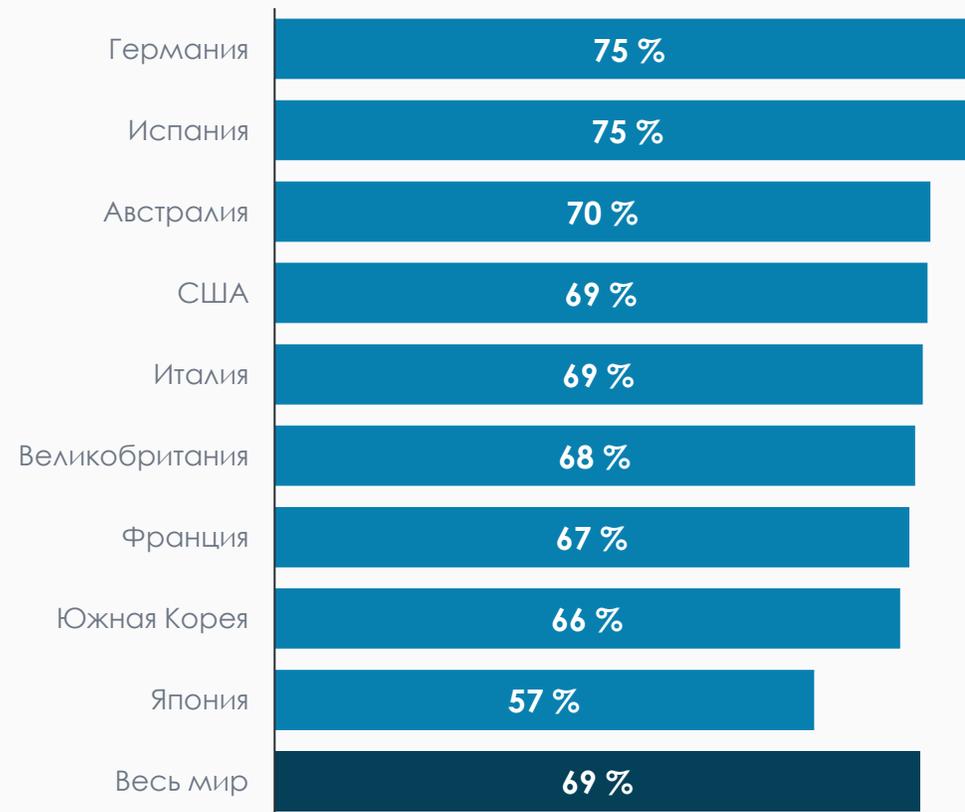
\*Выборка: Путешественники в США - респонденты, которые планируют хотя бы одну поездку в ближайшие 12 месяцев.

## Но это не останавливает их в планировании личных поездок

### Две трети

респондентов из США и других стран планируют хотя бы одну личную поездку в ближайшие 12 месяцев.

### Доля респондентов, которые планируют хотя бы одну поездку в ближайшие 6 месяцев

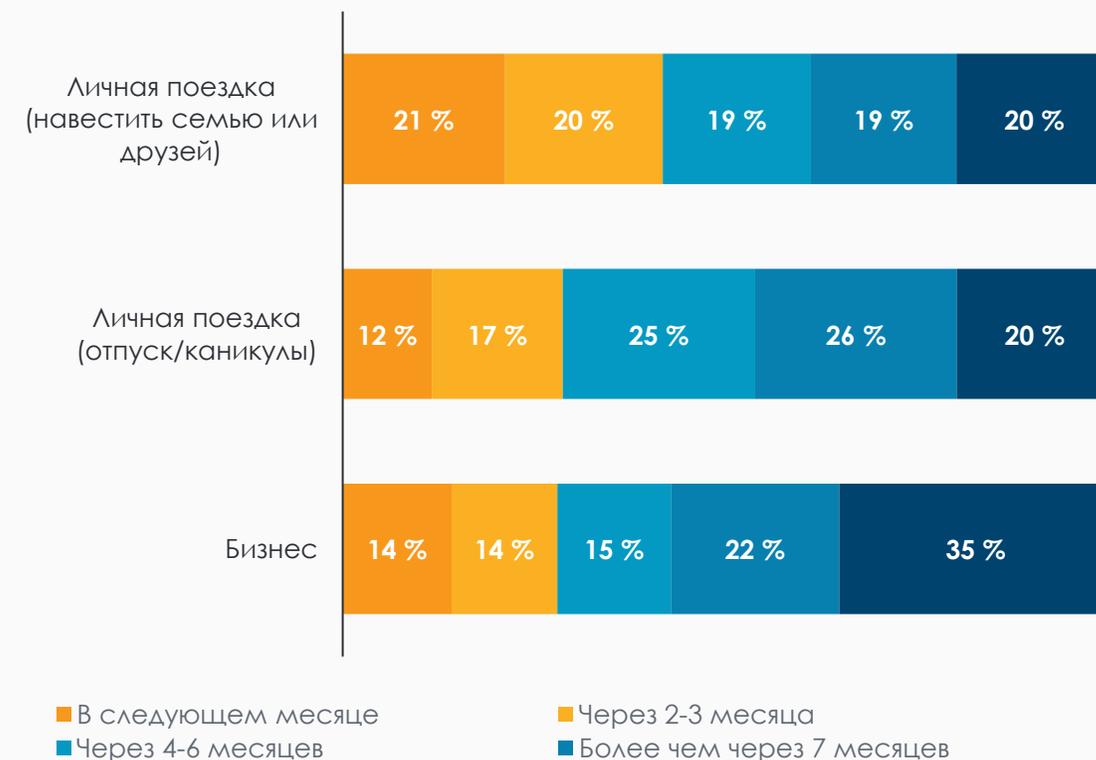


Источник: Исследование сферы путешествий, 1 квартал 2021, все респонденты, весь мир, выборка n=11 161

\*Выборка: Личные и деловые поездки в ближайшие 6 месяцев

## Когда вы планируете свою следующую поездку? (Данные по всему миру)

(Учитываются все поездки, на короткие и длинные расстояния).



Источник: исследование сферы путешествий, 1 квартал 2021, весь мир, выборка: респонденты, которые планируют путешествовать  
Личная поездка (навестить семью или друзей) n=10 415  
Личная поездка (отпуск/каникулы) n= 10 508  
Рабочая поездка n=5776

## Путешественники стремятся как можно скорее воссоединиться с друзьями и семьей

В следующем месяце респонденты планируют путешествие, чтобы увидеться с семьей и друзьями, а не с целью отдохнуть.

**60 %** планируют посещение семьи или друзей в ближайшие 6 месяцев.

**54 %** планируют туристическую поездку в ближайшие 6 месяцев.

Источник: исследование сферы путешествий, 1 квартал 2021, США, выборка: респонденты, которые планируют путешествовать  
Личная поездка (навестить семью или друзей) n=1 304  
Личная поездка (отпуск/каникулы) n=1 268  
Рабочая поездка n=660

## Когда вы планируете свою следующую поездку? (доля респондентов, ответивших “в течение следующего месяца”)

(Учитываются все поездки, на короткие и длинные расстояния).

Страна	Личная поездка (посещение семьи или друзей) в следующем месяце	Выборка
США	21 %	1 304
Франция	14 %	1 125
Германия	26 %	1 156
Италия	16 %	1 150
Испания	26 %	1 147
Великобритания	16 %	1 199
Австралия	26 %	1 149
Япония	21 %	1 064
Южная Корея	25 %	1 121
<b>Весь мир</b>	<b>21 %</b>	<b>10 415</b>

Источник: исследование сферы путешествий, 1 квартал 2021, весь мир, выборка: респонденты, которые планируют путешествовать

## Путешественники стремятся как можно скорее воссоединиться с друзьями и семьей

В следующем месяце респонденты из США планируют путешествие, чтобы увидеться с семьей и друзьями, а не с целью отдохнуть.

**60 %** планируют посещение семьи или друзей в ближайшие 6 месяцев.

**54 %** планируют туристическую поездку в ближайшие 6 месяцев.

## Посещение семьи и друзей будет коротким

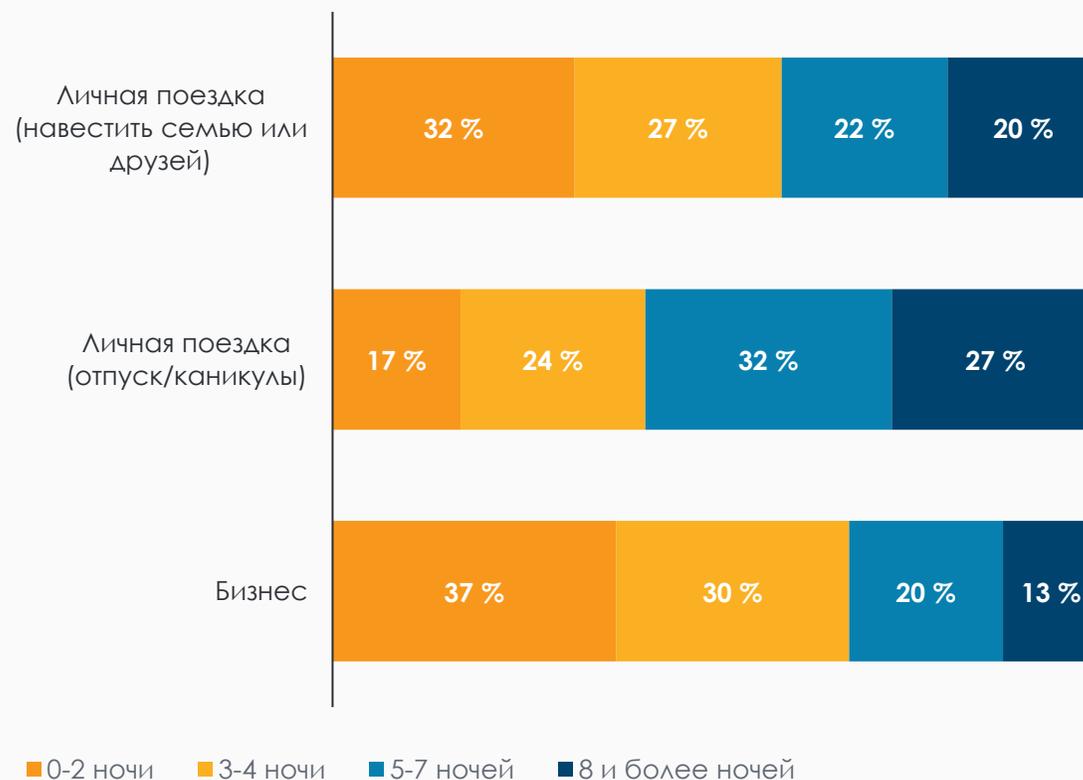
**59 %** планируют провести 0-4 ночей с семьей или друзьями (в США 59 %).

**Более половины** бронируют более длительные поездки в отпуск/каникулы.

Источник: исследование сферы путешествий, 1 квартал 2021, США, выборка: респонденты, исключая тех, кто не уверены относительно поездки  
 Личная поездка (навестить семью или друзей): n=1 064  
 Личная поездка (отпуск/каникулы): n=1 042  
 Деловая поездка: n=520

## Как долго вы планируете путешествовать?

(Данные по всему миру)



Источник: исследование сферы путешествий, 1 квартал 2021, весь мир, выборка: респонденты, исключая тех, кто не уверены относительно поездки  
 Личная поездка (навестить семью или друзей): n=8 549  
 Личная поездка (отпуск/каникулы): n=8 888  
 Деловая поездка: n=4 256

## Как долго вы планируете путешествовать?

(короткие поездки)

Страна	Короткая поездка (0-4 ночи) - Личная поездка (навещать семью или друзей)	Выборка
США	59 %	1 304
Франция	40 %	1 125
Германия	60 %	1 156
Италия	58 %	1 150
Испания	52 %	1 147
Великобритания	64 %	1 199
Австралия	46 %	1 149
Япония	86 %	1 064
Южная Корея	66 %	1 121
<b>Весь мир</b>	<b>59 %</b>	<b>10 415</b>

Источник: исследование сферы путешествий, 1 квартал 2021, весь мир, выборка: респонденты, исключая тех, кто не уверены относительно поездки

## Посещение семьи и друзей будет коротким

**59 %** планируют провести 0-4 ночей с семьей или друзьями (в США 59 %).

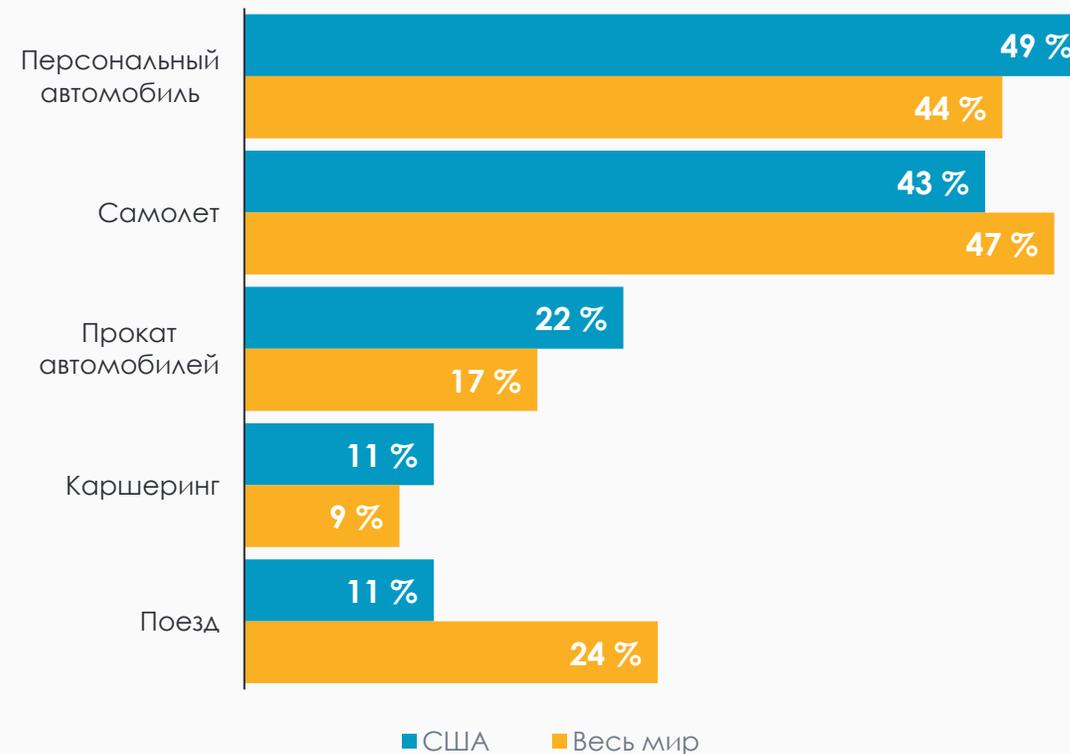
**Более половины** бронируют более длительные поездки в отпуск/каникулы.

## Две трети американских респондентов ответили, что скорее выберут автомобильное путешествие, а не перелет

60 % представителей тихого поколения и бумеров в США планируют воспользоваться собственным автомобилем, чтобы избежать ненужных контактов.

В то же время картина относительно поколения Gen Z и миллениалов практически противоположна: 66 % представителей данных поколений и половина американских путешественников скорее выберут авиаперелет для следующей поездки.

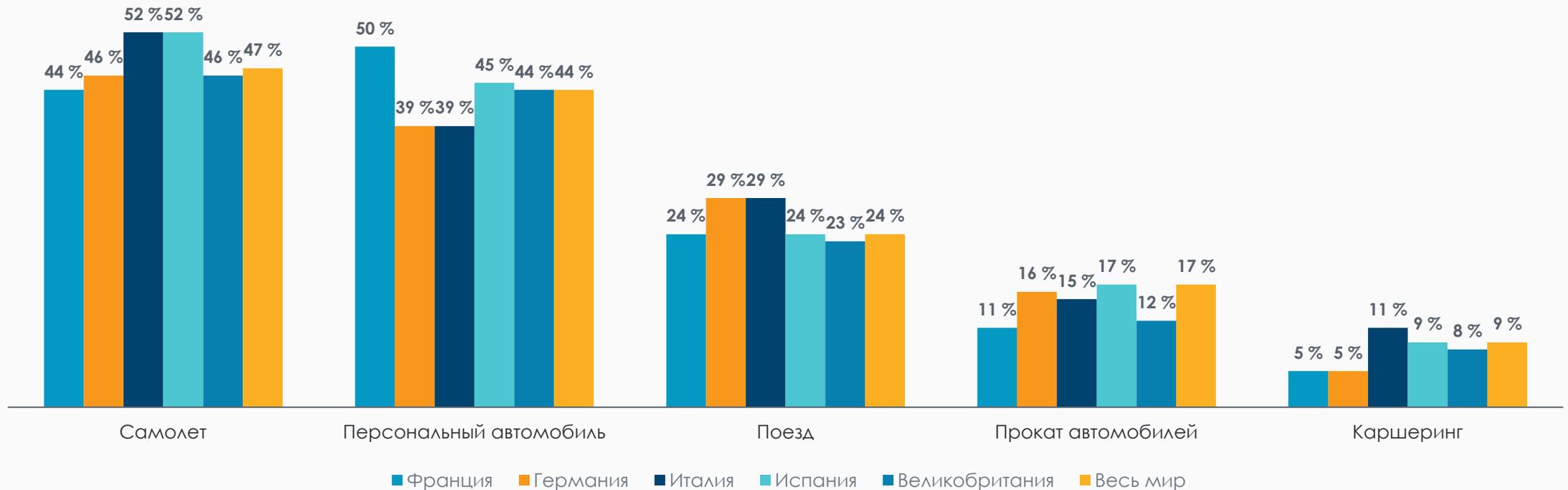
## Какими транспортными услугами вы планируете воспользоваться для следующего путешествия?



Источник: исследование сферы путешествий, 1 квартал 2021, США, выборка: все респонденты, n=1 362 / весь мир n=11161

# Почти половина респондентов планируют авиаперелет в рамках своего следующего путешествия

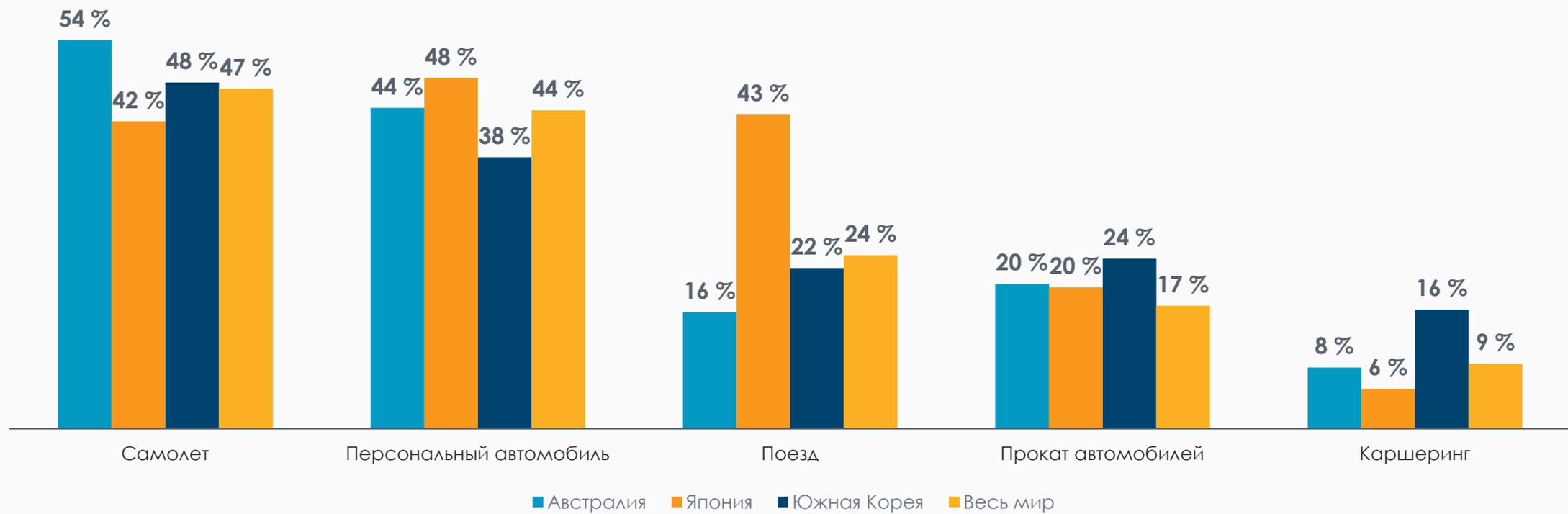
Какими транспортными услугами вы планируете воспользоваться для следующего путешествия?



Источник: исследование сферы путешествий, 1 квартал 2021, выборка: все респонденты, Франция n=1 232/ Германия n=1 222/ Италия n=1 214/ Испания n=1 205/ Великобритания n=1 258 / Весь мир n= 11 161

# Почти половина респондентов планируют авиаперелет в рамках своего следующего путешествия

Какими транспортными услугами вы планируете воспользоваться для следующего путешествия?

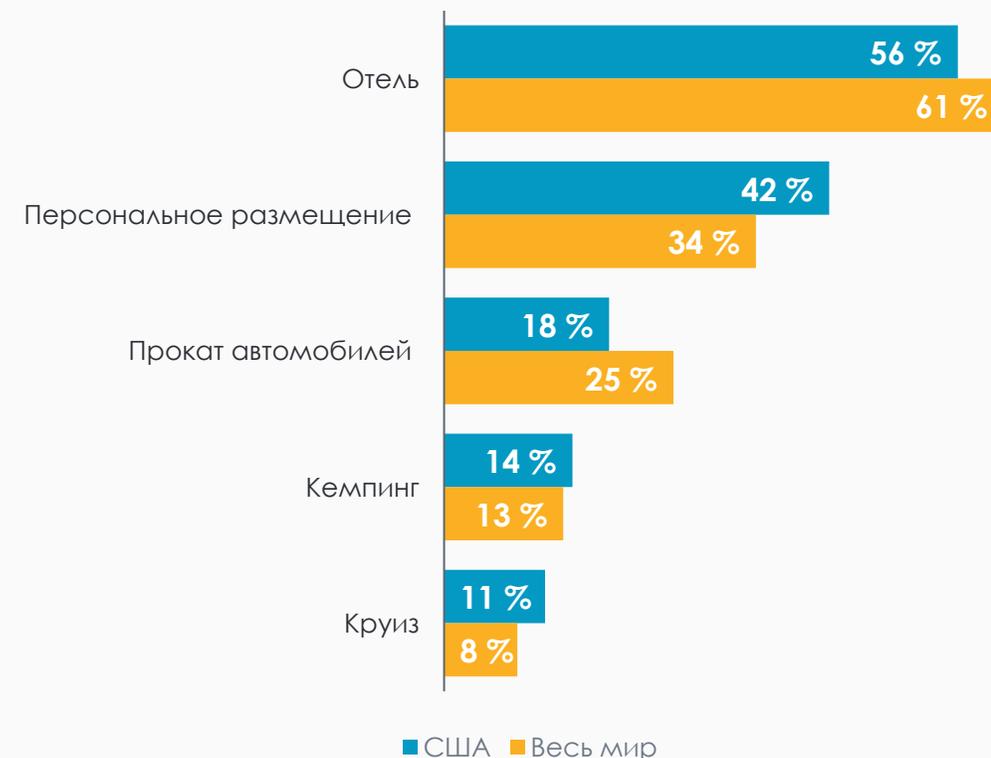


Источник: исследование сферы путешествий, 1 квартал 2021, выборка: все респонденты, Австралия n=1 230/ Япония n=1 200/ Южная Корея n=1 238/ Весь мир n= 11 161

## Большинство предпочитает отели

Большие скидки, гибкие условия отмены и значительные меры по санитарной безопасности привлекают все больше американцев и путешественников по всему миру: **56 %** и **61 %** соответственно отметили, что выберут отель в качестве размещения для своего будущего путешествия.

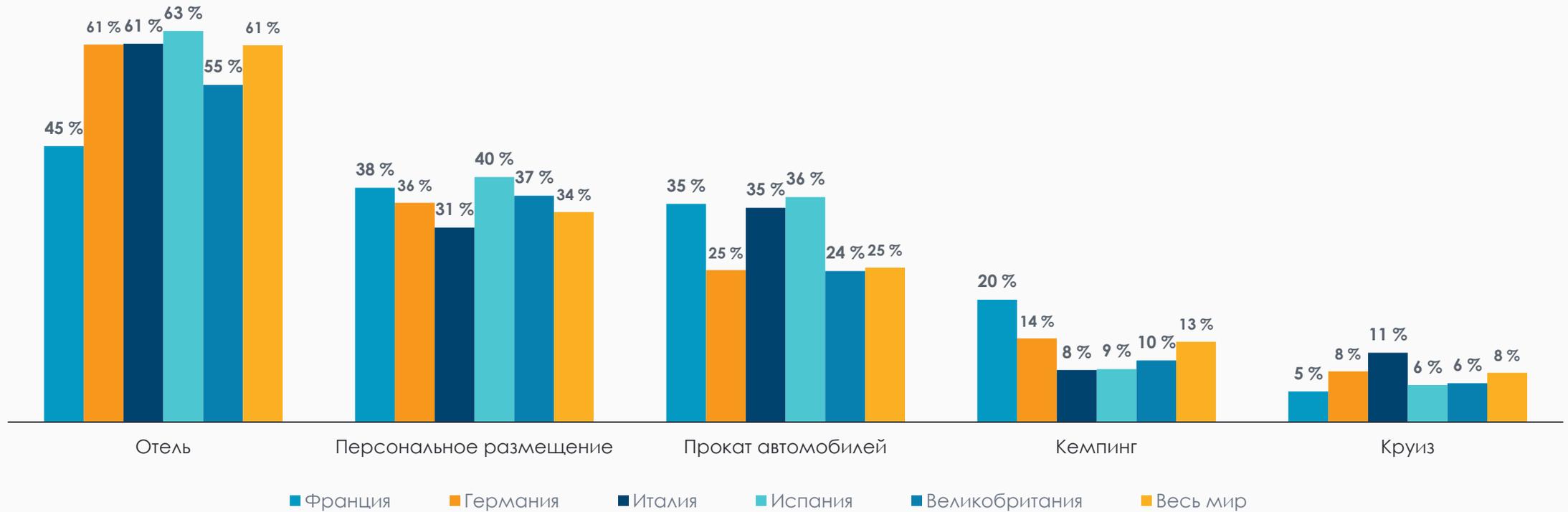
## Какими сервисами по размещению вы планируете воспользоваться для следующего путешествия?



Источник: исследование сферы путешествий, 1 квартал 2021, США, выборка: все респонденты, n=1 362 / весь мир n=11 161

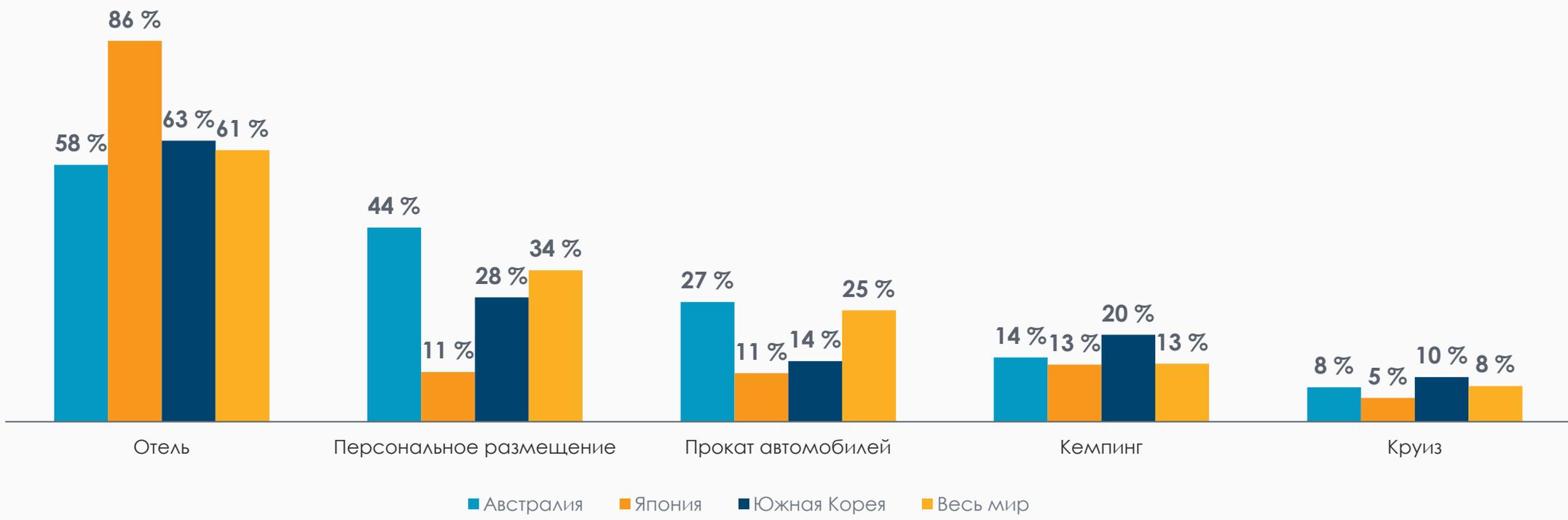
# Большинство предпочитает отели

Какими сервисами по размещению вы планируете воспользоваться для следующего путешествия?



# Большинство предпочитает отели

Какими сервисами по размещению вы планируете воспользоваться для следующего путешествия?



Источник: исследование сферы путешествий, 1 квартал 2021, выборка: все респонденты, Австралия n=1 230/ Япония n=1 200/ Южная Корея n=1 238/ Весь мир n= 11 161

## Воссоединение с близкими превалирует над отдыхом в качестве главной цели следующей поездки

Повышения уровня вакцинации и ослабление ограничений, связанных с COVID-19, побудили путешественников снова увидеться с друзьями и семьей в следующую поездку. Это особенно заметно среди более старших поколений американцев: 74 % выбрали встречу с близкими главной целью своей следующей поездки.

Представители Gen Z и миллениалы спешат развлекаться после года в изоляции: отдых (45 %), культурные активности (40 %) и спорт на открытом воздухе (30 %), и конечно же встреча с друзьями и семьей (62 %) - основные причины совершить путешествие для данных групп.

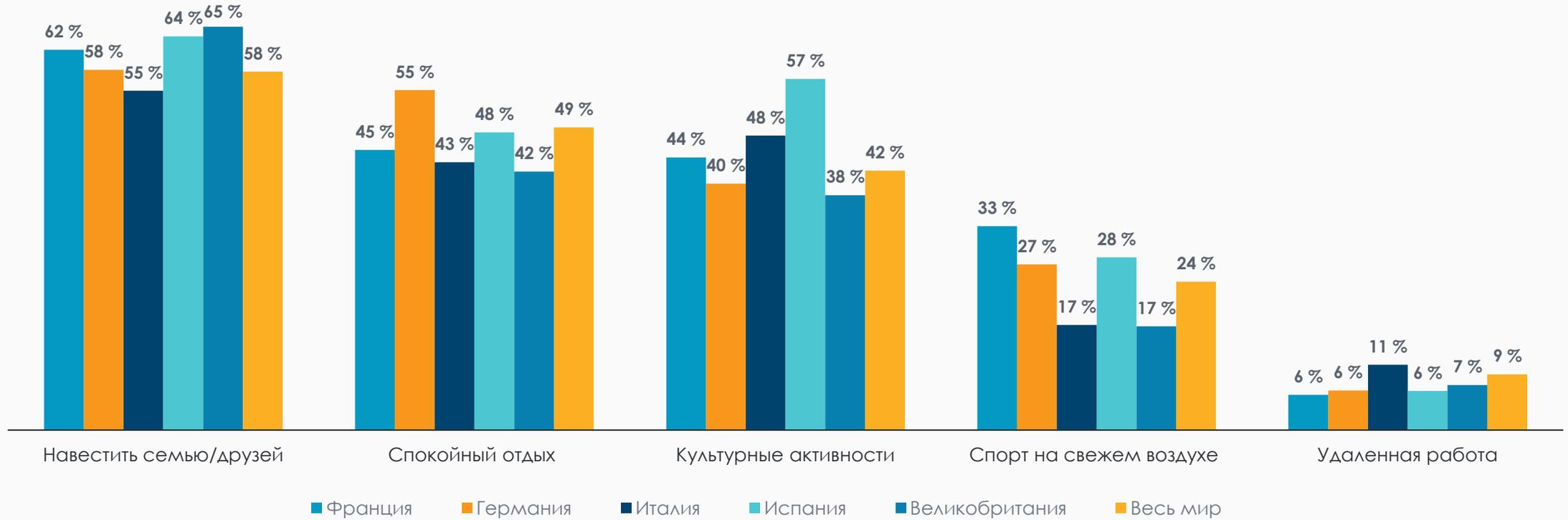
## Чем бы вы хотели заняться в вашем следующем путешествии?



Источник: исследование сферы путешествий, 1 квартал 2021, США, выборка: все респонденты, n=1 362 / весь мир n=11 161

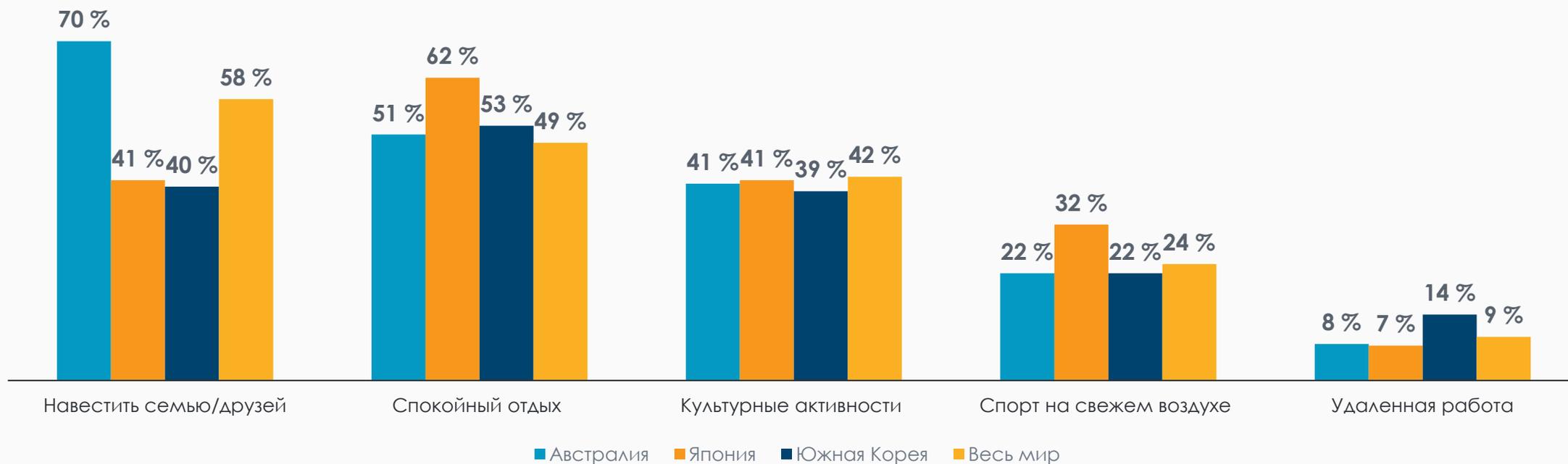
# Воссоединение с близкими превагирует над отдыхом в качестве главной цели следующей поездки

Чем бы вы хотели заняться в вашем следующем путешествии?



# Воссоединение с близкими превалирует над отдыхом в качестве главной цели следующей поездки

Чем бы вы хотели заняться в вашем следующем путешествии?

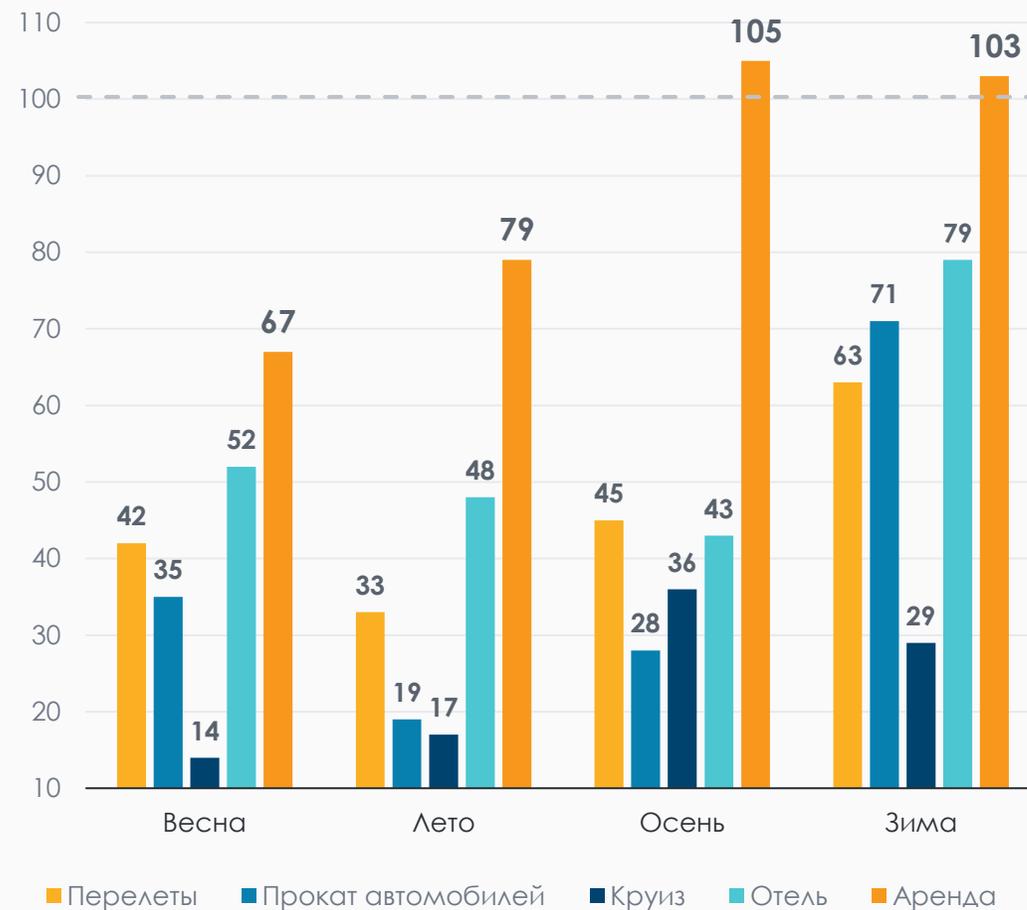


Источник: исследование сферы путешествий, 1 квартал 2021, выборка: все респонденты, Австралия n=1 230/ Япония n=12 00/ Южная Корея n=12 38/ Весь мир n= 11 161

## Полное восстановление начнется осенью

Проанализировав бронирования с 1 февраля по 15 марта в 2021 году, аренда жилья для отпуска демонстрирует заметный рост в 5% осенью 2021 по сравнению с показателями за тот же период в 2020.

## Индексированные бронирования по сезонам и по категориям, год от года

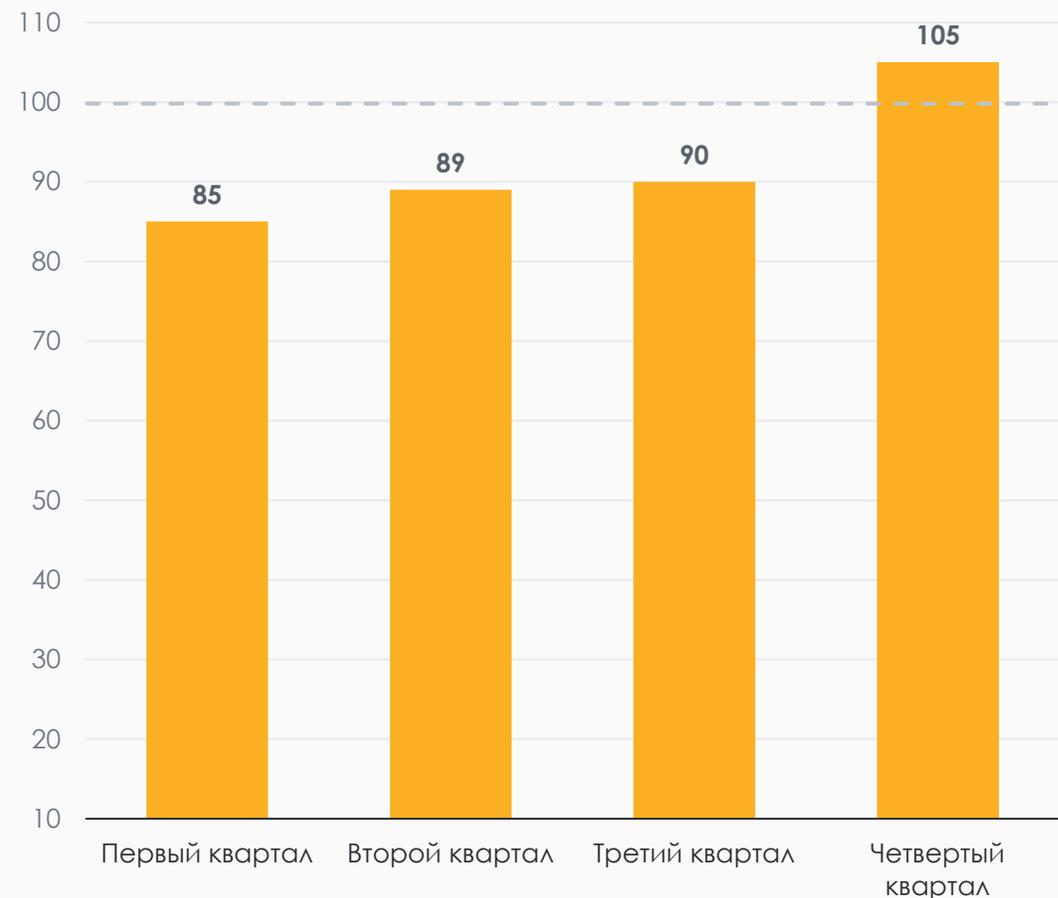


Источник: индексированные бронирования по сезону с 1 февраля по 15 марта в 2021 году, по сравнению с показателями за тот же период в 2020. Тот же список игроков из сферы туризма со стабильным отслеживанием продаж в выбранный период.

## Продолжительность путешествий увеличится

По сравнению со средней продолжительностью поездки с 1 февраля по 15 марта в 2020 году (до первых карантинных мер в западных странах), бронирования в том же периоде в этом году демонстрируют прогрессивный рост и превысят продолжительность поездок до пандемии COVID-19 к 4 кварталу 2021.

### Индексированная продолжительность поездки по кварталам, год от года



Источник: индексированная продолжительность поездок по сезону с 1 февраля по 15 марта в 2021 году, по сравнению с показателями за тот же период в 2020. Тот же список игроков из сферы туризма со стабильным отслеживанием продаж в выбранный период.

## В ближайшие 12 месяцев путешествия будут в основном внутренними

Ограничения в передвижениях и озабоченность санитарными условиями заставляют пользователей выбирать внутренние поездки.

Это особенно заметно для старших поколений (92 % бумеров и тихого поколения /87 % Gen X по сравнению с 84 % для всех).

Gen Z и миллениалы более склонны к авантюрам: каждый четвертый планирует международную поездку, например, в Мексику, куда разрешен въезд туристам из США.

Всего 35 % планируют международную поездку в ближайшие 12 месяцев даже с условием получения вакцины и паспорта COVID-19. 69 % предпочтут внутренние поездки из-за пандемии COVID-19.

## Какие направления вы с наибольшей вероятностью забронируете для путешествий (перелеты, отели и т.д.)?

Страна	Внутренние Путешествия	Международные Путешествия
США	84%	34%
Франция	64%	58%
Германия	58%	67%
Италия	80%	50 %
Испания	83%	49%
Великобритания	67%	58%
Австралия	86%	35%
Япония	89%	29%
Южная Корея	65%	54%
<b>Весь мир</b>	<b>75%</b>	<b>48%</b>

Источник: исследование сферы путешествий, 1 квартал 2021, США, внутренние путешествия, выборка: все респонденты

\*Международные путешествия: респонденты, которые планируют совершить хотя бы 1 международную поездку в ближайшие 12 месяцев. США n=1362/ весь мир n= 11161/ Франция n=1232/Германия n=1222/ Италия n=1214 / Испания n=1205/ Великобритания n=1258/ Австралия n=1230/ Япония n=1200/ Южная Корея n=1238

## Индексированные бронирования авиабилетов по странам по пункту отправления и назначения

# Международные путешествия - скорее всего к морю

5 направлений показали наибольший рост в марте 2021, наглядно демонстрируя потребность в солнце и море.

Для американских путешественников лидерами стали Пуэрто-Рико, Багамские острова и Виргинские острова.

Для путешественников из Германии самыми трендовыми направлениями оказались Греция и Хорватия. Для других европейских стран картина примерно такая же.



Индексированные бронирования авиаперелетов по направлению, март 2021, по сравнению со средним значением в декабре 2020. Весь мир Самые трендовые направления - те, на которые был самый высокий спрос в марте 2021, а не направления с наибольшим числом путешественников.

# Причины отказа от поездок в основном связаны с пандемией

## По каким причинам вы не планируете путешествовать в ближайшие 12 месяцев?

	США	Великобритания	Франция	Германия	Италия	Испания	Япония	Южная Корея	Австралия	Весь мир
Я не хочу контактировать с COVID-19 в путешествии	29 %	30 %	25 %	35 %	30 %	25 %	40 %	51 %	29 %	36 %
Я жду улучшения обстановки	23 %	33 %	32 %	32 %	34 %	32 %	28 %	23 %	24 %	28 %
Я понес финансовые потери	24 %	16 %	16 %	21 %	11 %	26 %	15 %	9 %	24 %	17 %
Я не могу взять отпуск	19 %	11 %	15 %	8 %	24 %	21 %	21 %	10 %	18 %	16 %
Я хочу сделать прививку от COVID-19, прежде чем снова путешествовать	10 %	12 %	11 %	23 %	18 %	10 %	5 %	8 %	15 %	10 %
В моей стране необходимо сдать тест на COVID-19 до или после перелета	5 %	8 %	6 %	8 %	5 %	8 %	5 %	11 %	5 %	7 %
Из-за карантина/самоизоляции	9 %	9 %		11 %	7 %	12 %	5 %	6 %	10 %	7 %
Я не могу поехать в нужную мне страну (из-за закрытия границ)	5 %	4 %	2 %	7 %	1 %	8 %	4 %	6 %	8 %	5 %
<b>Выборка</b>	<b>293</b>	<b>171</b>	<b>208</b>	<b>215</b>	<b>91</b>	<b>104</b>	<b>609</b>	<b>430</b>	<b>134</b>	<b>2 255</b>

# В 2021 путешественникам необходимы возвратные билеты

Доля путешественников, с большей вероятностью склонная забронировать поездку, если бронирование будет полностью возвратным.

Страна	США	Франция	Германия	Италия	Испания	Великобритан ия	Австралия	Япония	Южная Корея	Весь мир
Доля респондентов	65 %	66 %	53 %	64 %	74 %	67 %	73 %	51 %	59 %	64 %
Выборка	1 362	1 232	1 222	1 214	1 205	1 258	1 230	1 200	1 238	11 161

Источник: исследование индустрии путешествий, 1 квартал 2021

Респонденты, которые отметили, что согласны / скорее согласны с утверждением "Я с большей вероятностью куплю билеты на самолет/поезд/круиз, если они полностью возвратные"

## Социальная дистанция и санитарные меры остаются в приоритете

Как пандемия COVID-19 изменила для вас важность следующих факторов в путешествиях? (более важно)

Страна	США	Франция	Германия	Италия	Испания	Великобритания	Австралия	Япония	Южная Корея	Весь мир
Возможность соблюдать социальную дистанцию	77 %	75 %	67 %	89 %	87 %	76 %	78 %	83 %	79 %	79 %
Доступность службы здравоохранения	71 %	70 %	72 %	86 %	84 %	72 %	75 %	77 %	76 %	76 %
Санитарные условия	79 %	77 %	79 %	89 %	89 %	78 %	81 %	82 %	78 %	81 %
Выборка	1 362	1 232	1 222	1 214	1 205	1 258	1 230	1 200	1 238	11 161

**3 из 4** американских путешественников отметили, что уделяют больше внимания социальной дистанции, доступу к медицинской помощи и санитарной безопасности во время поездки.

## Путешествия с питомцами все еще представляют сложности

**14 %** всех путешественников испытывают трудности в перелетах с питомцами (13 % в США), что представляет собой прекрасную возможность для авиакомпаний, особенно сейчас, когда самолеты заполнены не до конца.

## Вы путешествуете с домашними животными?

	США	Весь мир
У меня нет домашнего животного или я не планирую с ним путешествовать	43 %	51 %
Я путешествую с домашним животным, и для меня это не проблема	20 %	17 %
У меня есть домашнее животное, но путешествовать с ним на автомобиле невозможно или затруднительно	14 %	11 %
У меня есть домашнее животное, но летать с ним невозможно или затруднительно	13 %	14 %
У меня есть домашнее животное, но найти подходящее жилье для него невозможно или затруднительно	12 %	12 %
У меня есть домашнее животное, но путешествовать с ним на поезде невозможно или затруднительно	8 %	9 %

Источник: исследование сферы путешествий, 1 квартал 2021, США, выборка: все респонденты, n=1 362 / весь мир n=11 161

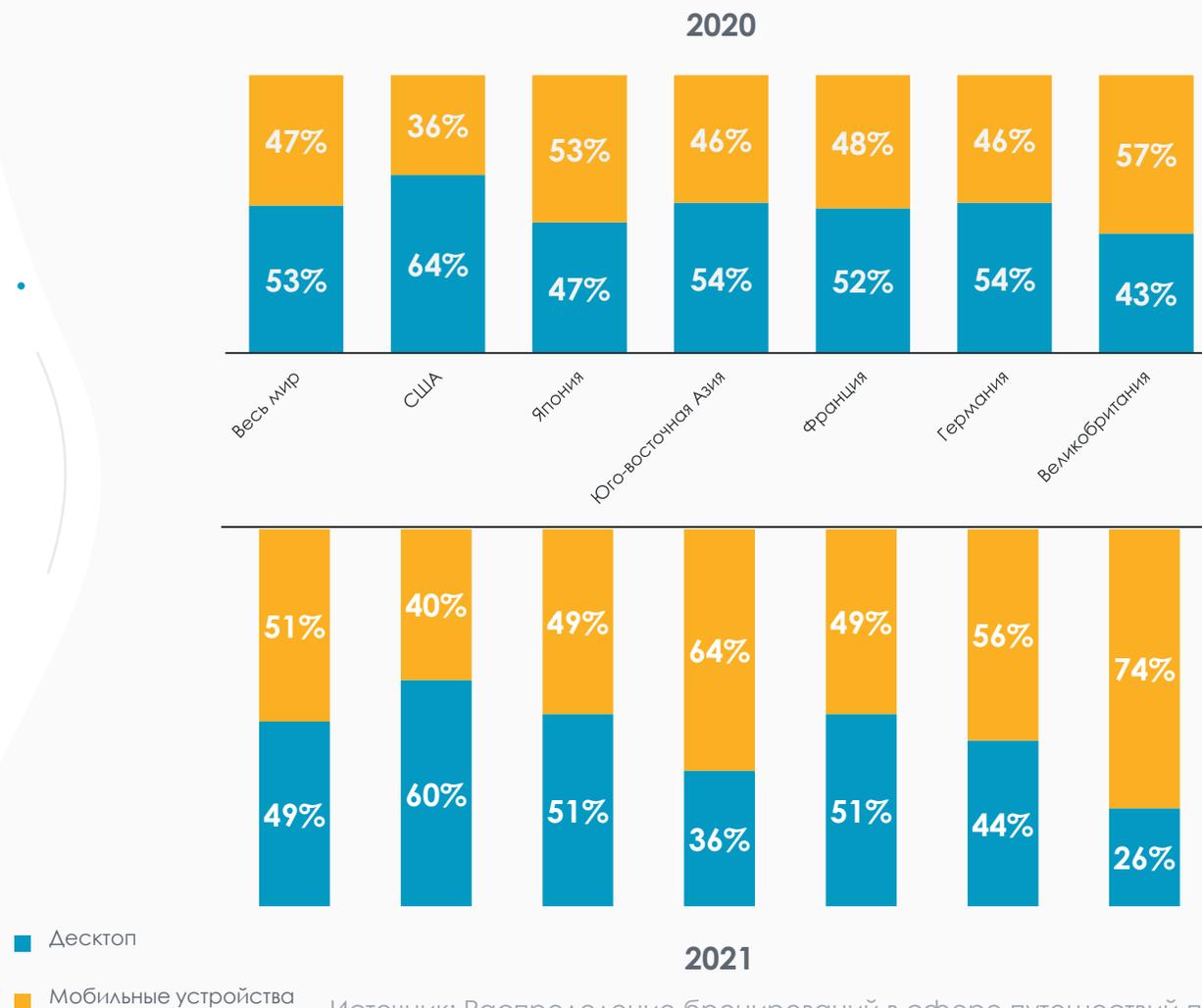


# Мобильные приложения

## Мир после пандемии COVID-19 переходит в мобильные приложения

Хотя все больше людей работают из дома в связи с ограничениями из-за COVID-19, путешественники все чаще бронируют поездки в мобильных браузерах, и мобильные устройства опередили десктопы, сгенерировав 51 % всех транзакций.

### Бронирования по типу устройства



Источник: Распределение бронирований в сфере путешествий по типу устройства, только мобильные браузеры, 1 квартал 2021 по сравнению с 1 кварталом 2020. Юго-Восточная Азия включает Индонезию, Сингапур, Филиппины, Вьетнам, Таиланд и Малайзию

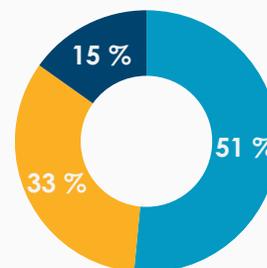
## Бронирования по типу сайта, 1 квартал 2021 по сравнению с 1 кварталом 2020

### Все больше путешественников по всему миру пользуются приложениями

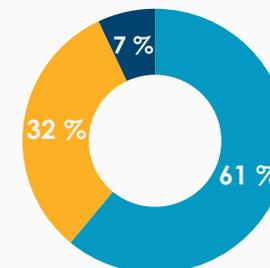
Компании из сферы путешествий с мобильным приложением заметили значительный рост использования приложений во всех регионах, особенно в Азиатско-Тихоокеанском регионе, где в приложения перешли и пользователи мобильных браузеров.

Несмотря на понижение активности в целом в 2020, десктоп потерял 10 пунктов год от года.

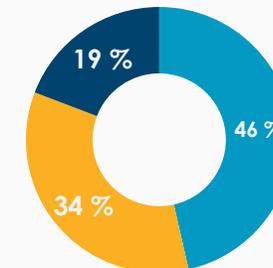
2020



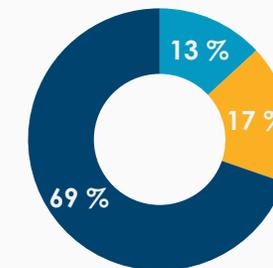
Весь мир



Северная и Южная Америка

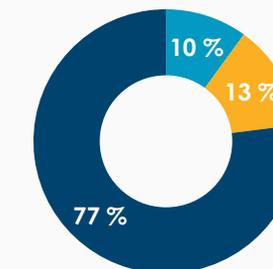
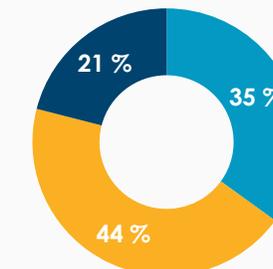
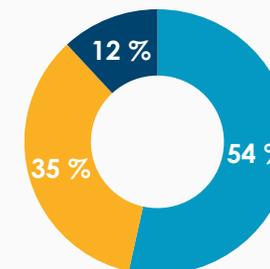
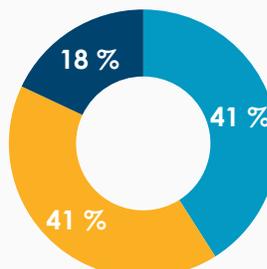


Европа, Ближний Восток и Африка



Азиатско-Тихоокеанский регион

2021



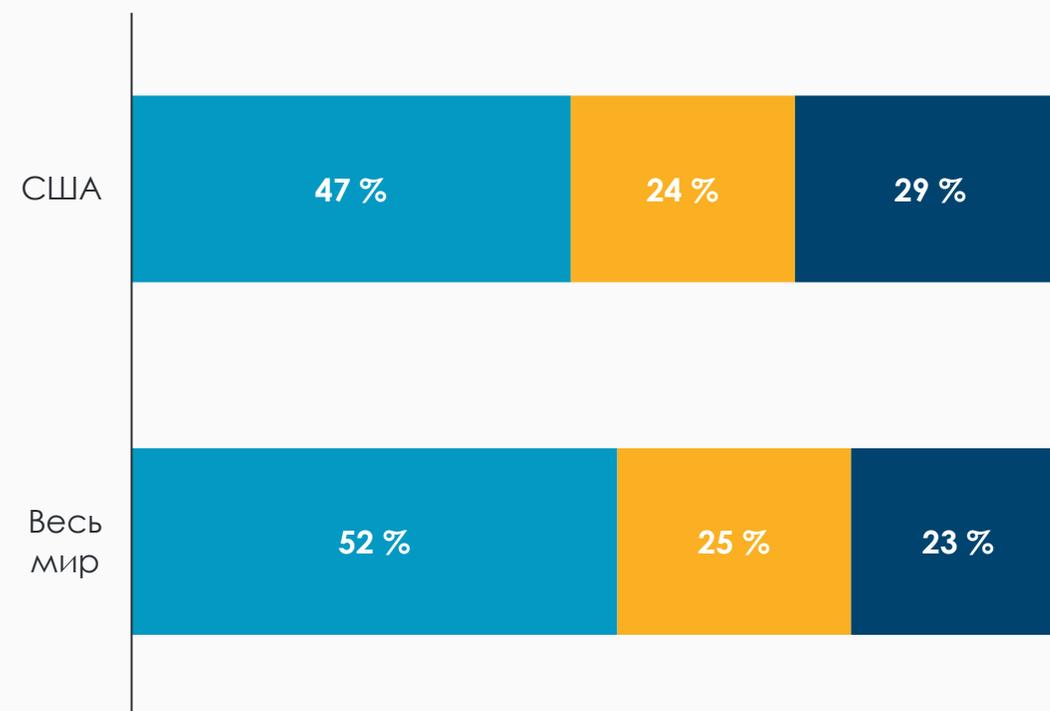
■ Приложение ■ Десктоп ■ Мобильные устройства

Доля бронирований по типу сайта для компаний в сфере путешествий с мобильным приложением, 1 квартал 2021 по сравнению с 1 кварталом 2020.

## Половина пользователей приложений готовы делиться своими данными, чтобы получить персонализированный контент

Когда речь идет о согласии пользователей на сбор их данных в обмен на персонализированные предложения, более молодые поколения американцев более склонны согласиться. (65 % поколения Z и миллениалов, 52 % поколения X и 28 % бумеров и тихого поколения)

## Я согласен делиться своими данными с travel приложениями, чтобы получать персонализированный контент



■ Согласен ■ Затрудняюсь ответить ■ Не согласен

Источник: исследование сферы путешествий, 1 квартал 2021, США, выборка: все респонденты, n=1 362

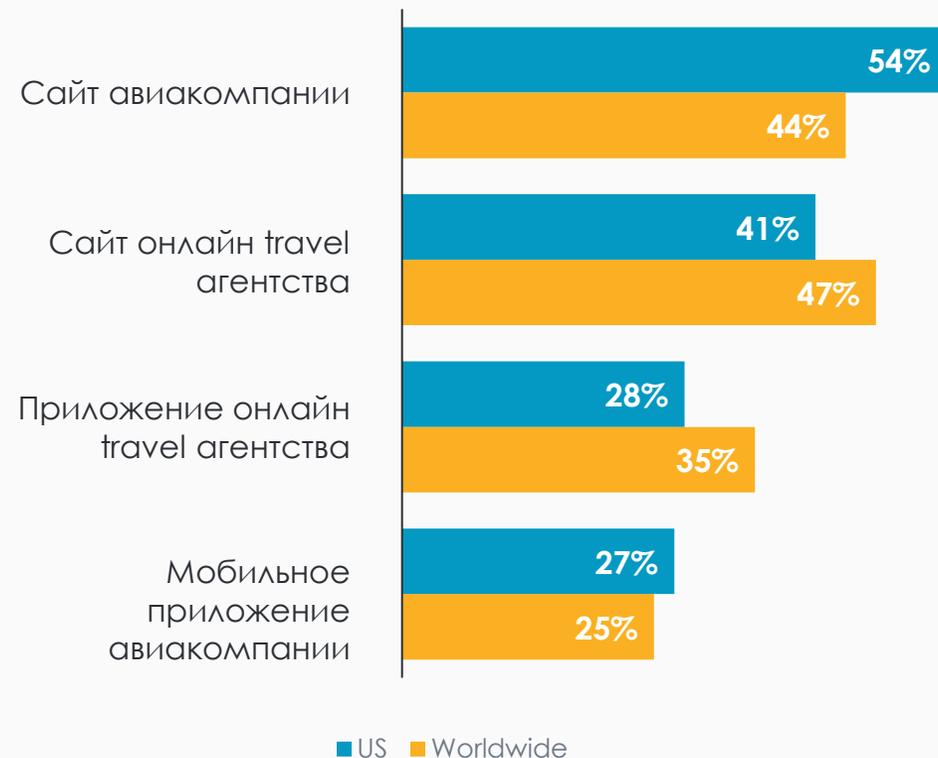
Источник: исследование сферы путешествий, 1 квартал 2021, весь мир, выборка: все респонденты n=11 161

## Бронируя авиабилеты, путешественники одинаково пользуются сайтами авиалиний и онлайн агентств (ОТА)

По всему миру больше бронирований совершается на сайте агентств, чем напрямую на сайте авиакомпаний.

Большинство американских путешественников (54 %) планируют забронировать билеты на самолет напрямую на сайте авиакомпании.

## Как вы с наибольшей вероятностью будете бронировать личные перелеты в ближайшие 12 месяцев?



Источник: исследование сферы путешествий, 1 квартал 2021, США, выборка: n=584, весь мир, выборка: n=5 274

Респонденты, которые планируют забронировать авиаперелет

## Сайты отелей и агентств по размещению также используются практически одинаково при бронировании размещения

И в данной категории американские путешественники предпочитают бронировать напрямую на сайте отеля/размещения, чем использовать сайт агентства: 3 из 5 путешественников из США планируют забронировать отель напрямую на сайте отеля для следующей поездки.

## Как вы с наибольшей вероятностью будете бронировать отель или другое размещение в ближайшие 12 месяцев?



Источник: исследование сферы путешествий, 1 квартал 2021, США, выборка: n=769, весь мир, выборка: n=6 730

Респонденты, которые планируют забронировать отель

## 6 из 10 путешественников по всему миру бронируют аренду автомобиля напрямую на сайте провайдера

Старшие поколения в большинстве своем планируют забронировать автомобиль в аренду на сайте компании-провайдера. Более молодые пользователи бронируют автомобили как на сайте провайдера, так и на сайте агентства по аренде автомобилей.

## Как вы с наибольшей вероятностью будете бронировать аренду автомобиля в ближайшие 12 месяцев?



Источник: исследование сферы путешествий, 1 квартал 2021, США, выборка: n=299 / весь мир, выборка n=1 939

Респонденты, которые планируют забронировать автомобиль в аренду



# Рекомендации

# 2021: приготовьтесь к взлету

## Как не потеряться на пути к восстановлению



Данные наших исследований показывают, что восстановление уже близко, и вместе с ним стоит ожидать трансформации всей индустрии путешествий.



Поведение путешественников изменилось, как и цели поездок и способы бронирования, и у них появились новые потребности относительно безопасности и уверенности.



Узнайте, как провайдерам создать пользовательский опыт, который будет соответствовать всем новым ожиданиям и поможет повысить число бронирований.

- 4 аспекта, которые помогут повысить число бронирований
- Советы по рекламным кампаниям, которые повысят конверсию уже сейчас и подготовят вас к восстановлению в осенний/зимний сезон.



## 4 способа увеличить число бронирований

### Главное из нашего исследования

**Предоставьте возможность бесплатной отмены бронирования**, чтобы путешественники не беспокоились относительно возможной отмены внутренних или международных перелетов.

**Продолжайте соблюдать меры социальной дистанции и рассказывайте о предпринимаемых санитарных мерах**, чтобы успокоить путешественников.

**Оптимизируйте ваш мобильный сайт и приложение:** мобильные устройства участвуют во все большем числе транзакций.

**Обратите внимание на ваши опции путешествий с питомцами**, чтобы мотивировать пользователей, испытывающих сложности в путешествии с домашними животными, рассмотреть бронирование поездки через вашу компанию.



## Получите максимум от летнего периода

Задействуйте ключевые рынки, внутренние перелеты, тренды образа жизни



Используйте географический таргетинг для своих кампаний, чтобы предлагать путешественникам варианты внутренних перелетов в ближайшие 6-12 месяцев.



Приоритезируйте внутренние перелеты, аренду автомобилей, отели и жилье для отпуска.



Протестируйте баннеры, которые рассказывают историю о воссоединении с близкими.



Получите их согласие! Обеспечивайте отличный пользовательский опыт и объясняйте пользователям, что они получают в обмен на свои данные, чтобы получить больше информации и создать свою базу данных.



# Вдохновляйте путешественников на новые приключения

## Повышайте охват и привлекайте новых клиентов с помощью кросс-канальных стратегий

Начинайте выстраивать отношения с пользователями уже сейчас, чтобы подготовиться к летнему периоду перелетов и осеннему восстановлению всей индустрии.

Используйте интересные рекламные форматы, такие как интерактивные баннеры или видео рекламу, чтобы продемонстрировать ваши предложения и передать важное сообщение:

- Возвратные билеты и бесплатная отмена бронирования
- Социальная дистанция и санитарная безопасность
- Поездки в рамках социальной дистанции
- Размещение для путешественников с питомцами

Запускайте рекламу на смарт-ТВ и видео кампании, чтобы привлечь релевантные аудитории во время стриминга контента.

Таргетируйте релевантные аудитории с помощью собственной информации и наших массивов коммерческих данных:

- Семейные путешественники
- Миллениалы
- Удаленно работающие
- Любители пляжного отдыха
- Экотуристы



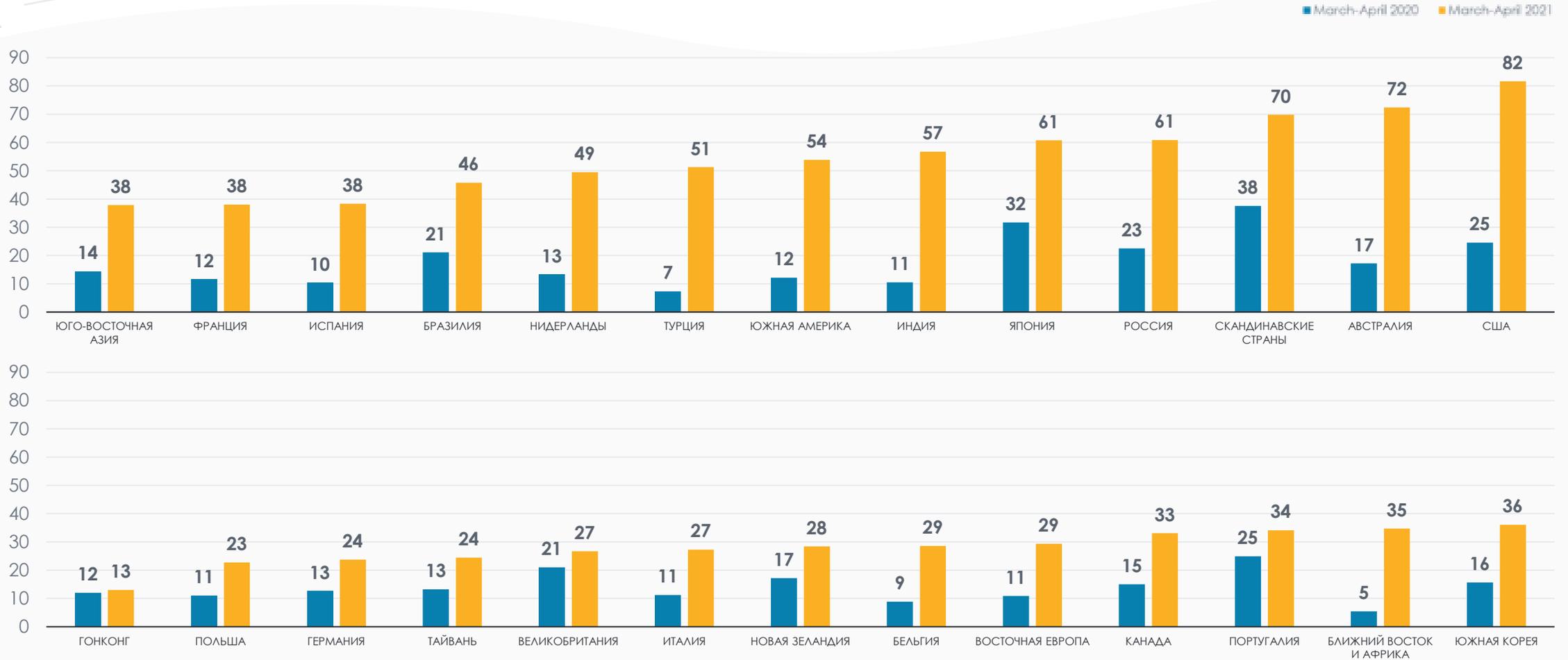


# Приложение



# Бронирование путешествий по странам, год от года

## Индексированные бронирования по сравнению с показателями в декабре 2019\*



\*Источник: индексированные бронирования по странам запроса, внутренние и международные путешествия, все категории путешествий, весь мир, 4 недели 2021 и 2020 (15 марта - 11 апреля 2021 и 16 марта - 12 апреля 2020). По сравнению со средним значением в декабре 2019 (до пандемии). Тот же список 815 игроков из сферы туризма со стабильным отслеживанием продаж в выбранный период.

# Методология

Это исследование сочетает органические данные наших клиентов из индустрии путешествий и данные нашего опроса.

Органические данные: 815 игроков из сферы туризма - клиентов Criteo в более 20 стран, генерирующие 1.6 млрд бронирований в год (220 млн бронирований в США).

Данные опроса 11 161 респондентов из 9 стран:

Страны	Респонденты
Австралия	1 230
Франция	1 232
Германия	1 222
Италия	1 214
Япония	1 200
Южная Корея	1 238
Испания	1 205
Великобритания	1 258
США	1 362



Чтобы узнать больше маркетинговых инсайтов, свяжитесь с [Criteo](https://www.criteo.com).

## О Criteo

Criteo (NASDAQ: CRTO) – глобальная технологическая компания, которая способствует успеху маркетологов по всему миру, предоставляя надежные и эффективные решения для рекламы. 2 600 сотрудников Criteo работают совместно с более чем 20 000 клиентов и тысячами публических издателей для создания действенной рекламы во всех каналах с использованием передовых технологий машинного обучения и беспрецедентных массивов данных.

Criteo обеспечивает компаниям любого масштаба доступ к технологии, необходимой для лучшего понимания потребителей и удовлетворения их нужд. Более подробная информация доступна на сайте [www.criteo.com/ru](https://www.criteo.com/ru).

