

# LUXUSNÍ TURISTIKA PO PANDEMII: NOVÁ KLIENTELA A OBLÍBENÉ DESTINACE



Luxusní turistika nedokázala uniknout účinkům pandemie Covid-19, která přinesla nové trendy do tohoto odvětví. Poradenská společnost Elefant Travel provedla studii, jejímž cílem bylo posoudit dopad pandemie na luxusní cestovní ruch po celém světě, definovat profil nového zákazníka a budoucí cestovní trendy po krizi.

Průzkum byl prováděn prostřednictvím rozhovorů s 19 z nejlepších luxusních cestovních kanceláří na světě ve Velké Británii, Dánsku, Švýcarsku, Francii, Německu, Lucembursku, Itálii, Portugalsku, Španělsku, Rusku, Turecku, Saudské Arábii, Jordánsku, Spojených arabských emirátech, USA, Indii, Japonsku a Hong Kongu.

## **Ekonomický dopad pandemie na luxusní cestovní kanceláře**

Studie ukazuje, že 63,2 % všech cestovních kanceláří zaznamenalo v předešlém roce pokles tržeb o více než 80 % v porovnání s rokem 2019. V roce 2020 hlásilo 84,3 % luxusních cestovních kanceláří méně než 1100 klientů ročně, zatímco více než 50 % z nich zaznamenalo v roce 2020 pokles pod 300 klientů.

Průměrné výdaje na osobu celkově významně poklesly. Navzdory poklesu, uvedlo 36,9 % všech cestovek průměrné úrovně výdajů nad 7 tisíc dolarů na osobu a cestu. Horní segment (ten, jehož průměrné výdaje se pohybují mezi 10 a 15 tisíci dolarů na osobu a cestu) byl v roce 2020 ten nejsilnější, a dokonce se zvýšil o 6 % ve srovnání s rokem 2019.

Zatímco většina lidí v roce 2019 cestovala 1 až 2 týdny, v roce 2020 došlo k nárůstu krátkých cest, zejména rychlých pobytů v regionu v důsledku přísných cestovních omezení.

Pokud jde o nejžádanější destinace cestovatelů, v roce 2019 to byly v tomto pořadí Jižní Afrika, Maledivy a Itálie. V roce 2020 jimi byly Maledivy, Dubaj a Keňa.

Co se týče přímého dopadu pandemie na zaměstnanost v luxusních cestovních kancelářích, 37 % muselo snížit počet zaměstnanců o 1 až 6 osob, 10 % mezi 6 a 20 lidmi a 36 % zůstalo v totožné pracovní síle. 5 % dotázaných uvedlo, že dokonce najímá více lidí.

42 % všech dotázaných agentur ze segmentu luxusní turistiky si nadále finančně vystačilo z vlastních rezerv, zatímco 47 % dostávalo vládní pomoc prostřednictvím půjček nebo přímé finanční pomoci a 10 % žádalo o půjčky soukromé banky.

Pokud jde o investice, 40 % agentur investovalo v roce 2020 do marketingových aktivit, zatímco 16 % se zdrželo jakéhokoli typu investic. 16 % investovalo do školení a vzdělávání zaměstnanců, 10 % do digitalizace a technologií, 5 % do najímání dalších lidí a dalších 5 % se spojilo s jinými agenturami.

## **Aktuální profil klienta sektoru**

Více než polovina klientů v sektoru plánuje výlety ve dvojici. V Německu a Indii mají muži tendenci rezervovat rodinné výlety více než ženy. Na druhou stranu ženy mají tendenci organizovat rodinné

výlety v Itálii, Portugalsku, Turecku, Švýcarsku a Japonsku.

V průměru jsou klienti v segmentu luxusní turistiky ve věku mezi 50 a 59 lety (53 %) a mezi 40 a 49 lety (36,8 %). Nejmladší luxusní cestovatelé (30 až 39 let) pochází hlavně ze Spojených arabských emirátů a Saudské Arábie, zatímco nejstarší z Evropy a USA.

Co se týče zaměstnání, dle průzkumu uvádí 63,2 % klientů v oblasti luxusního cestování, že jsou podnikatelé, zatímco 26,3 % má zaměstnání ve vrcholovém managementu.

Průměrný luxusní klient utratí mezi 35 tisíci až 50 tisíci dolarů ročně (36,8 %), zatímco ti nadprůměrní mají tendenci utrácet mezi 55 tisíci až 90 tisíci dolary (31,7 %).

V Evropě se průměrné roční výdaje pohybují mezi 45 tisíci a 50 tisíci. V Indii jde o částku mezi 20 tisíci a 25 tisíci dolary a v Hongkongu mezi 80 tisíci a 90 tisíci. Ruští cestovatelé jsou rekordmani s útratou mezi 100 tisíci a 150 tisíci dolary ročně.

Pokud jde o cestovní zájmy, hlavními požadovanými zájmy byly v loňském roce ostrovy a pláže, rodinné výlety, příroda, kultura, a nakonec vaření a kulinářské výlety.

### **Jaké jsou budoucí trendy v sektoru?**

Studie ukazuje, že 63 % agentur se domnívá, že zákazníci stráví plánováním méně času než dříve. Většina (78,9 %) je přesvědčena, že cestující budou v budoucnu požadovat od cestovních kanceláří více služeb než před pandemií, zatímco pouze 10 % tvrdí, že klienti si budou výlety rezervovat častěji online.

Co se týče role technologií, 73,7 % si myslí, že technologie bude důležitější než v minulosti, ačkoli lidé budou více hledat „lidský dotek“. 10,5 % souhlasí s tím, že technologie zlepší výkonnost cestovní kanceláře.

Z hlediska trendů se společnosti v oblasti luxusní turistiky domnívají, že klienti budou cestovat méněkrát ročně, ale cesty budou delší. Obecně se očekává, že cestování bude nákladnější než v minulosti.

Ochrana soukromí, izolace, kontakt s přírodou a destinace bez Covid-19 spolu s udržitelností a wellness budou nejdůležitějšími trendy budoucnosti.

Očekává se také zvýšení poptávky po soukromých vilách, protože cestující budou během dovolené hledat větší soukromí a izolaci. Ostrovní a plážové destinace budou i nadále jedny z nejvyhledávanějších dovolenkových variant.

### **Mezinárodní Covid-19 pas?**

Pokud jde o mezinárodní Covid-19 pas, 68,4 % dotázaných agentur se domnívá, že to bude v budoucnu požadavek na cestu do zahraničí. 30 % se domnívá, že tento pas by byl řešením pro obnovení mezinárodního volnočasového cestování, a 10 % tvrdí, že bez úspěšné vakcinace na hlavních trzích nelze očekávat oživení.

Pěsto se zdá, že většina společností vidí budoucnost optimisticky, přičemž 68,4 % uvedlo, že v roce 2021 se jejich podnikání ve srovnání s rokem předešlým zlepšilo, zejména od druhé poloviny roku. Pouze 5,3 % se domnívá, že oživení nebude možné do roku 2022.

Date: 2021-03-29

Article link: <https://www.tourism-review.cz/luxusni-turistika-trendy-v-sektoru-news11953>