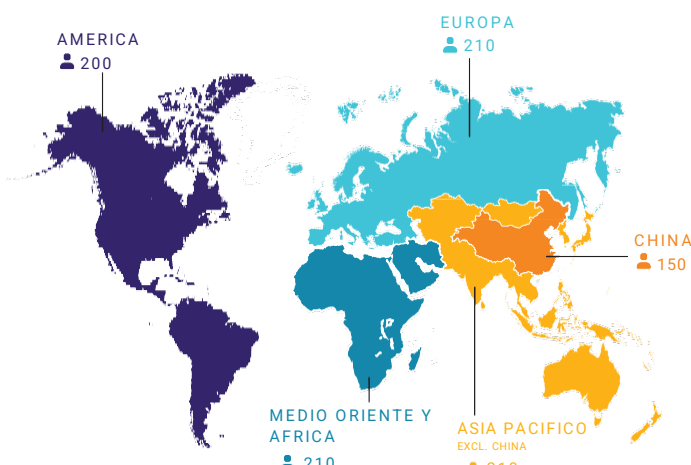


AIRPORT SENTIMENT TRACKER

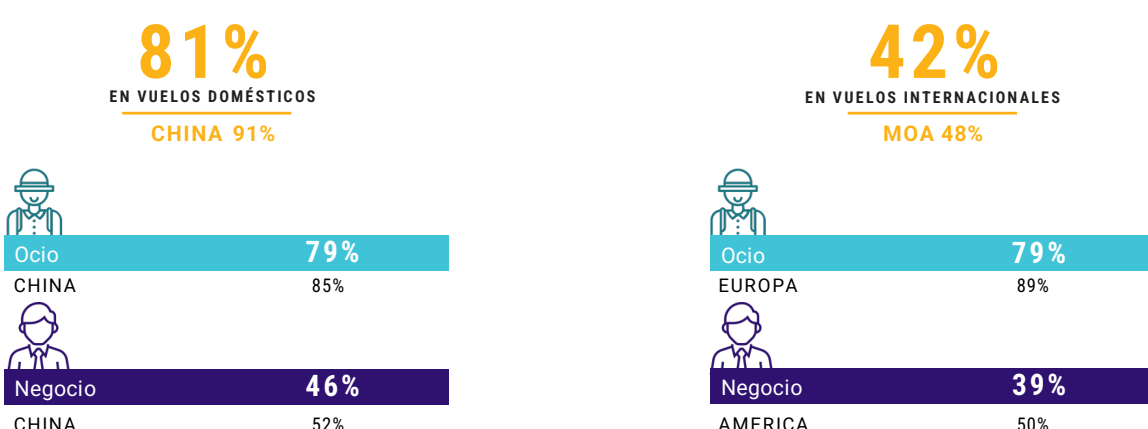
MARZO 2021 – 2da Oleada



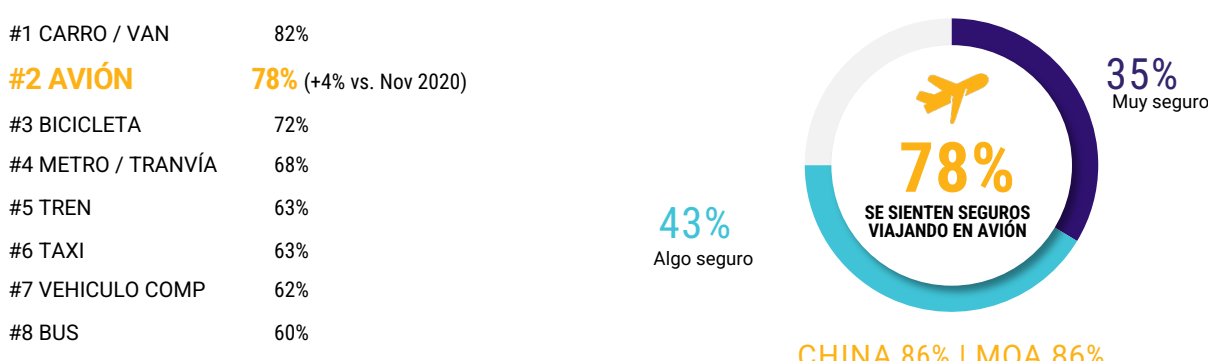
980 Viajeros aéreos encuestados, a través de la plataforma en línea de investigación de consumidores Attest, que han:

- Volado al menos una vez en los últimos 4 meses (es decir, entre diciembre de 2020 y marzo de 2021),
- Ya sea a nivel nacional o internacional,
- Ya sea por placer o por negocios.

1 LOS VIAJES DE OCIO DOMÉSTICO LIDERARON LA RECUPERACIÓN DEL TRANSPORTE AÉREO especialmente en China

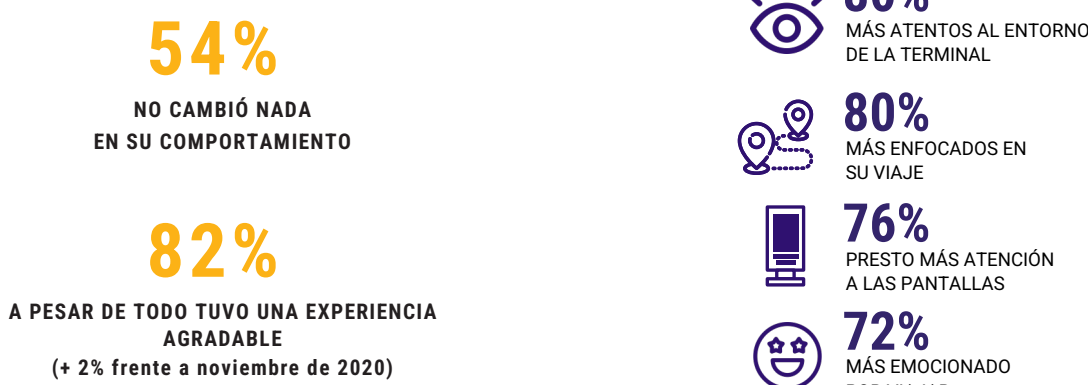


2 EL AVIÓN ES PERCIBIDO COMO EL MEDIO DE TRANSPORTE NO PERSONAL MÁS SEGURO



3 LOS PASAJEROS AÚN DISFRUTAN DE LA EXPERIENCIA EN AEROPUERTO ...

Y ESTÁN MÁS ALERTA Y CON MENTALIDAD ATENTA



4 VISITAR LAS TIENDAS SIGUE SIENDO UNA PARTE IMPORTANTE DE LA EXPERIENCIA DEL AEROPUERTO



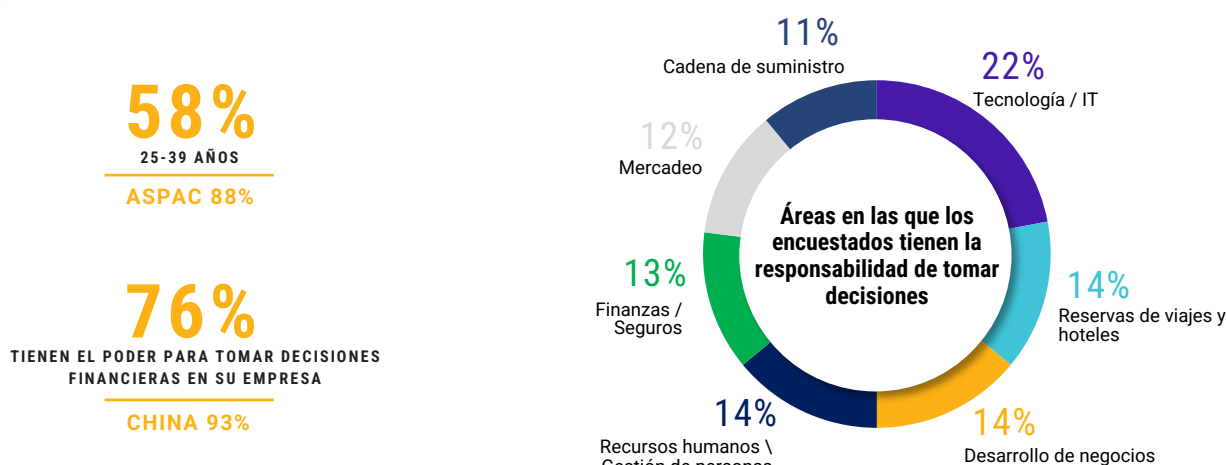
5 LA MAYORÍA DE PASAJEROS AÚN ESTÁN COMPRANDO EN TODAS LAS CATEGORÍAS EN TIENDAS DE AEROPUERTO

63% REALIZÓ UNA COMPRA* VIAJEROS DE NEGOCIO 68%

*Base: 834 'encuestados es decir, los que visitaron las tiendas

Categoría	Compró por encima de lo habitual	Compró igual de lo habitual	Compró por primera vez
ELECTRONICS	31%	35%	12%
BELLEZA (Fragancias, Cosméticos, etc.)	29%	38%	9%
ALCOHOL	29%	36%	11%
TABACO tabaco alternativo y otros productos de nicotina	31%	35%	10%
MODA Y ACCESORIOS	33%	32%	10%
CONFITERÍA	29%	36%	9%
JOYAS Y RELOJES	29%	34%	10%

6 UNA AUDIENCIA JOVEN Y ACTIVA CON UNA ALTA PROPORCIÓN DE TOMADORES DE DECISIONES EMPRESARIALES



Para obtener más información, póngase en contacto:

Louissette Andrieu
Responsable de Proyectos de Marketing y Desarrollo Empresarial
Louissette.Andrieu@jcdecaux.com