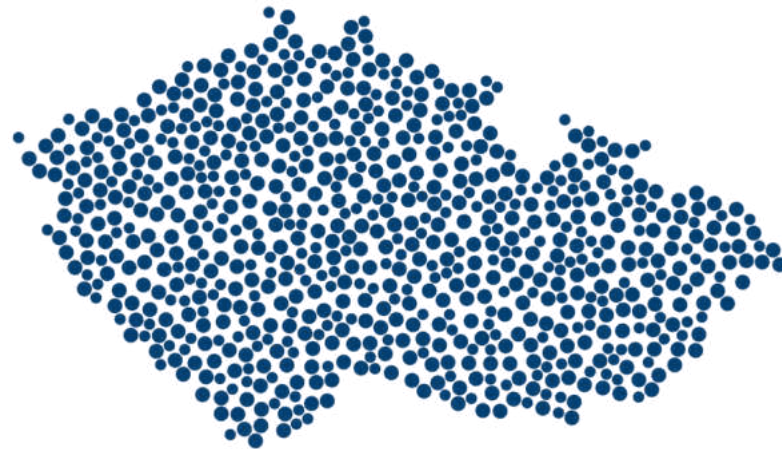




Korejský turistický ruch do České republiky po covidu-19

Michal Procházka, CzechTourism Korea

Covid-19 v Jižní Koreji

Léčebný systém 3T, jen 383 407 nakažených

Ke dni 9. Listopadu 2021

Program sociálního distancování

Důsledné **trasování a povinná karanténa** pro osoby, které byly v kontaktu s nakaženými

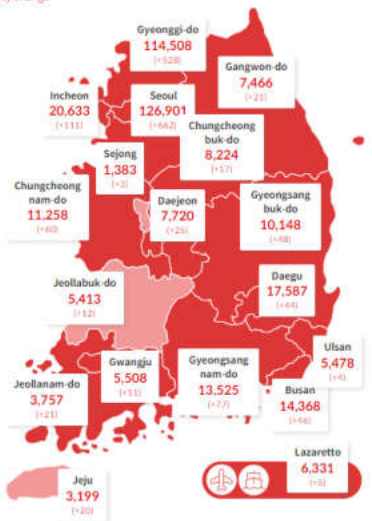
Uzavření hranic – zcela omezené cestování!

Povinná a monitorovaná 14-denní karanténa pro všechny příjezdy do země bez rozdílu (IT aplikace)

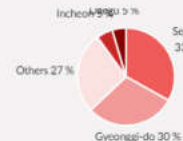
Systém vládní finanční podpory a pomoci občanů.

as of 12am 2021년 11.09.

Click on the city/province for the detailed updates
Numbers in () refer to daily change



Nation-wide



Cumulative number of deaths 2,998
Daily Change (+18)
Hospitalizations with moderate to severe symptoms 425
New hospitalizations 388
Confirmed Cases 383,407
Daily Change (+1715)

Incidence : Source: Census Data (as of January 2020), Ministry of the Interior and Safety

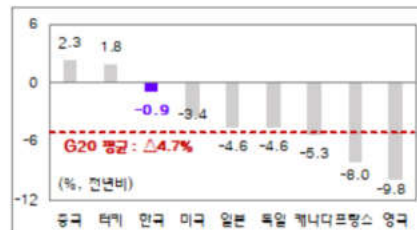


Covid-19 v Jižní Koreji

Korejský úspěch

- WHO: Korea ukazuje světu, že dokáže snížit počet potvrzených případů a **zabránit propuknutí nákazy** (červen 2020)
- OSN: Korea je na prvním místě v celkovém **indexu s nejnižším** počtem úmrtí na populaci, indexem reprodukce infekcí i účinnosti potlačení epidemie (červen 2020)
- OECD: Korea dosáhla výsledků karantény bez jakýchkoli drastických omezujících opatření, **minimalizovala ekonomické škody** a neúčinněji blokovala šíření viru (srpen 2020, Korea Economic Report 2020)

'20년 G20 주요국 경제성장률(IMF)



G20 선진국 '21년 GDP 수준 전망('19년=100, IMF)

1	한국	103.4	6	독일	98.4
2	미국	102.4	7	프랑스	97.8
3	호주	101.1	8	일본	97.7
4	캐나다	100.1	9	이태리	96.4
5	EU	98.9	10	영국	96.3

Vysvětlivky:

Míra hospodářského růstu v roce 2020 v době covid pandemie: Koreje (-0,9 %) na třetím místě mezi zeměmi G20 a očekává se, že míra hospodářské obnovy za dva roky (2020–21) bude nejvyšší mezi vyspělými zeměmi G20.

Čína: +2.3%, Turecko: +1.8%, Korea -0.9%, USA -0.9%, Japonsko -4.6%, Německo -4.6, Kanada -5.3%, Francie -8.0%, VB -9.8%

Covid-19 v Jižní Koreji

Program Better Korea

- Cesta k obnově
- *Obnova každodenního života prostřednictvím karantény založené na autonomii a odpovědnosti občanů.*
- **Proočkovanost 76% populace**, začne se očkování i u dětí
- **Postupné rozvolňování:**
 - 14-denní karanténní opatření se nahrazují systémem očkovacích průkazů a PCR testů.
 - Plně očkovaní Korejci už nemusejí při návratu ze zahraničních cest do povinné karantény – po předložení PCR testu
 - 76,5 % souhlas veřejnosti

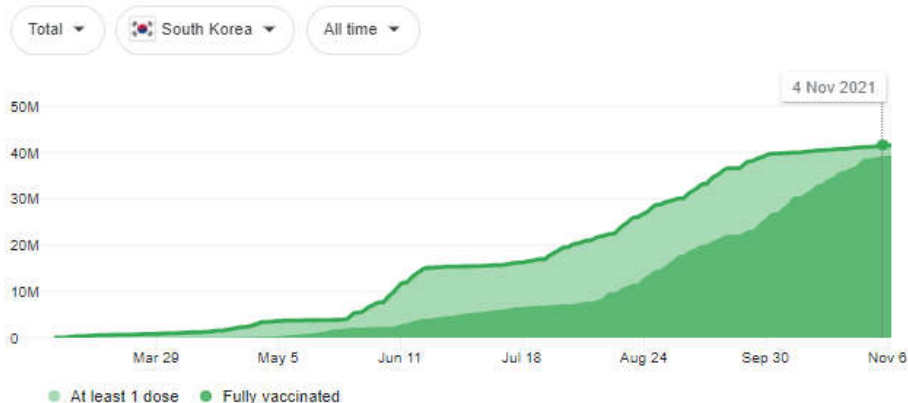


Korea: vývoj očkování populace

Statistics

Vaccinations

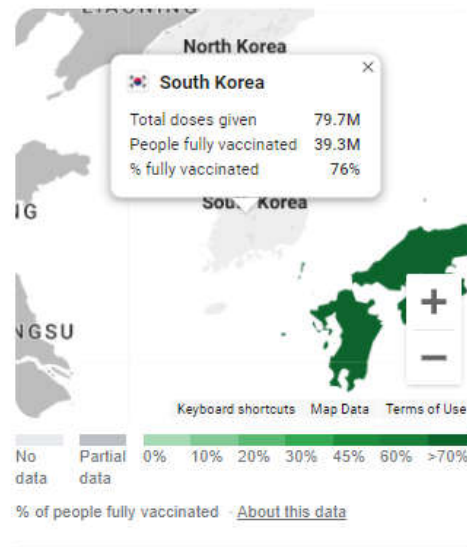
From [Our World in Data](#) · Last updated: 2 days ago



This data shows how many people have received at least one dose of a vaccine. People who are fully vaccinated may have received more than one dose. · [About this data](#)

Map of vaccinations

From [Our World in Data](#) · Last updated: 2 days ago

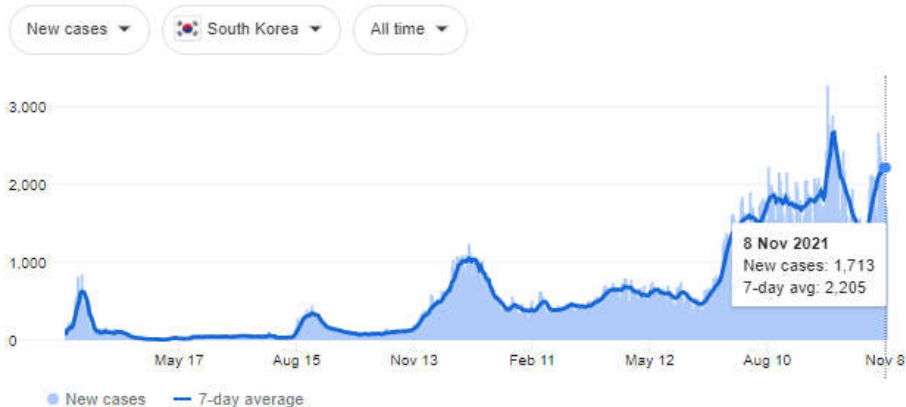


Korea: aktuální počet covid případů (říjen-listopad 2021)

Statistics

~ New cases and deaths

From [JHU CSSE COVID-19 Data](#) · Last updated: 1 day ago



Each day shows new cases reported since the previous day · [About this data](#)



COVID-19 vaccine

See updates and local info

Map of cases (last 14 days)

From [Wikipedia](#) and [others](#)



[About this data](#)

Kdy se začne opravdu cestovat z Koreje?

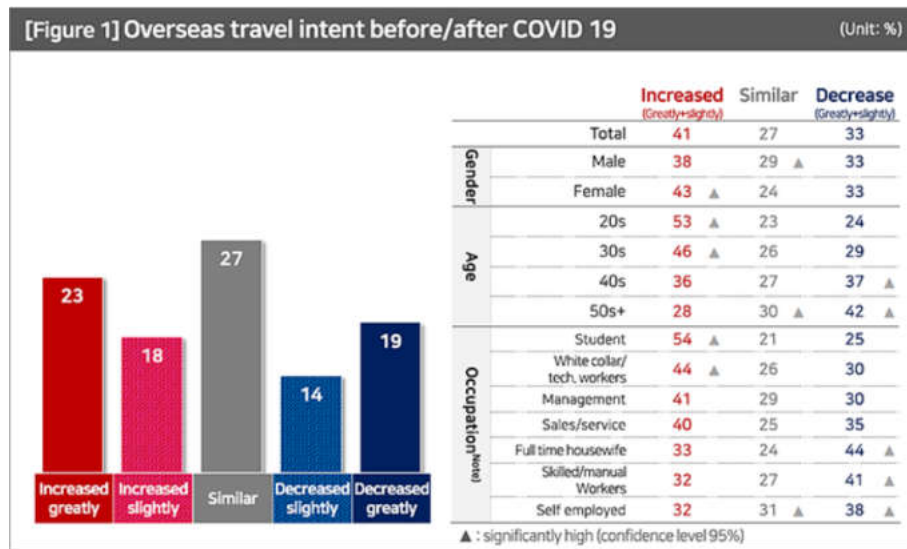
- EU zůstává prioritní destinací
 - 23,8 % respondentů chce jet po covidu-19 do Evropy. Česká republika na 6. preferenčním místě.
 - Dále Japonsko, Nový Zéland, USA
 - (Zdroj *consumerinsight.co.kr*)
- **První skupiny v ČR v listopadu 2021!!!**
- **Různá cestovní motivace:**
 - „Reconnecting“ – jet kamkoliv, kde bude jakžtakž bezpečno. **PŘÍMÝ LET**
 - Zvědavost/ nové obchodní příležitosti
 - Postcovidový ozdravný trip
 - Navštívit stará známá místa
 - Odložené líbáčky!
 - Vliv proočkování populace
 - Mladí lidé nechtějí propásnout svou „svobodu“



Kdy se začne opravdu cestovat z Koreje?

RESTART TRHU – jaro 2022?

- Polarizace obyvatel a jejich názoru na cestování
 - „Aspiring group vs 'abandoning group“
 - Demografické, geografické, generační rozdíly
 - Cestovat začnou nejdříve mladší a vzdělaní lidé (více ženy) ze Soulu či jeho okolí
 - Studenti, office workers, manažeři
 - Zdroj (Zdroj consumerinsight.co.kr 2020)
- Dynamická segmentace
 - Digitální nomádi, nové obchodní příležitosti, delší pobyty v jedné zemi, lepší zdravotní pojištění.
 - Připlatí si za bezpečnost – **Zákaznický SERVIS!**
 - Očekávané formy cestování: Menší skupiny individuálů s průvodcem a společná polo-privátní doprava



Q. These day, how has your intent to travel abroad changed, compared to before COVID 19?

Source : 2020 travel & COVID 19 survey by ConsumerInsight (Sample size 13,056; 95% confidence level with standard error at ±0.9%p)

Note) The original text is as follows: ▲ Undergrad or graduate student ▲ White collar/workers in technical areas ▲ Business/management/professionals ▲ Sales/service ▲ Full time housewife ▲ Skilled worker/general manual worker ▲ Self employed

Kdy se začne zase cestovat z Koreje?

První media trip ZZ Korea (24.-30.10. 2021)

- **TRASA:**
 - Praha – Křišťálové údolí – Karlovy Vary – Český Krumlov – Moucha Tour
- Velmi **pozitivní odezvy** v korejských médiích, obálky dvou časopisů, sociální média, media buzz
 - Korejci **byli překvapení, že situace není taková, jak vypadá v médiích**. Dobré hotelové služby! Život zpět v normálu
 - **Všichni byli ŠŤASTNÍ, že mohou znovu cestovat**
- **Řada zajímavých postřehů a nápadů:**
 - Téma: **NÁVRATU DO PRAHY**
 - **Post-covidová léčba** v Karlových Varech/ **ODLOŽENÉ LÍBÁNKY** / cestování za účelem hledání **obchodních příležitostí**
 - Citlivost k životnímu prostředí – **cestovat mimo davy**



Kdy se začne zase cestovat z Koreje?

PROBLÉMY K ŘEŠENÍ

- **Administrativní překážky:** Reciproční uznávání očkovacích certifikátů mezi EU a Koreou komplikuje cestování
 - Plánování PCR testů – laboratoř může testy před odletem klientů **ZTRATIT!**
- **Nedodržování pravidel a nošení roušek uvnitř**, obava z proti-asijských nálad
- **Infrastruktura**
 - Není jasné, co je zavřené, co otevřené, oslabená síť korejských průvodců, zavřené korejské ubytování
- **DOPRAVA:**
 - Polo-privátní transport, flexibilní, scale-up, půjčování aut
- Neustále se měnící pravidla



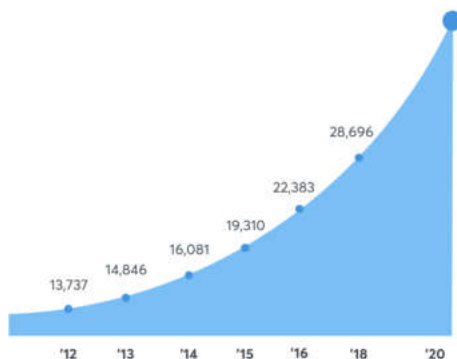
Na co lze navazovat?

KOREAN OUTBOUND TOURISM CONTINUES TO SURGE

Number of Korean Outbound Travelers¹
(Unit: Thousands)

• Over 60% of the population will travel in 2020

31,800



6th

in the world

Total outbound travel expenditure²

54%

of the population

Travels overseas at least once a year³

70%

of travelers

are Free Independent Travelers* (FIT)³

Source:

1. Korean Tourism Statistics (Korean Tourism Organization), Domestic Tourist Information Survey (Ministry of Culture, Sports and Tourism)

2. Mastercard Global Destination Cities Index (GDCI) <https://mstr.cd/2YPMb5J>

3. Travel Trend Report 2018 by Opentourism *Free Independent Traveler: An individual (or small group) traveling with a self-booked itinerary

Jeden z nejdynamičtějších trhů v Asii – predikce z roku 2017
V roce 2018 Korejci utratili na zahraničních cestách 33.4 mld USD.



Korejský trh obecně z doby před covidem

- Specifický long-haul s kulturní a jazykovou bariérou a rychle rostoucím HDP
- **Průměrná útrata 3-4500 USD na osobu** (včetně letenky, Zdroj: KTO).
- **Zdrojová města:** Greater Seoul (15 mil. obyvatel) satelitní města kolem Soulu, aglomerace Busan-Ulsan
- **Silný vliv marketingu**, celebrit, sociálních médií
- **Cenově extrémně citlivý, pružný trh**
- *Cestování za statutem, zkušeností, emocionálním prožitkem či únikem ze stresu, pracovního vypětí či tradiční, soutěživé a rodinné společnosti.*





Hromadná ubytovací zařízení dle krajů



415 166

Počet turistů v HUZ



-0,09%

Meziroční změna počtu
turistů 2018/2017

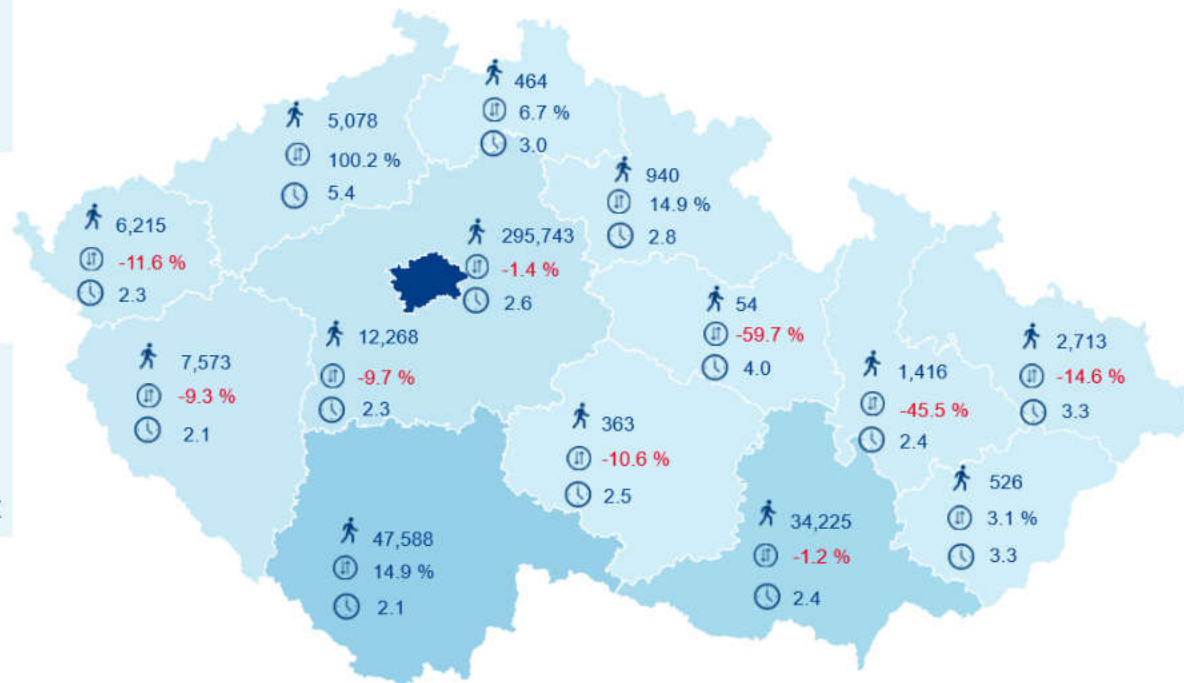
653 927

Počet nocí strávených v HUZ



2,58

Průměrná doba pobytu (dny)



Legenda

příjezdy turistů

- max
- střed
- min

Top kategorie

Hotel 4*

239 632

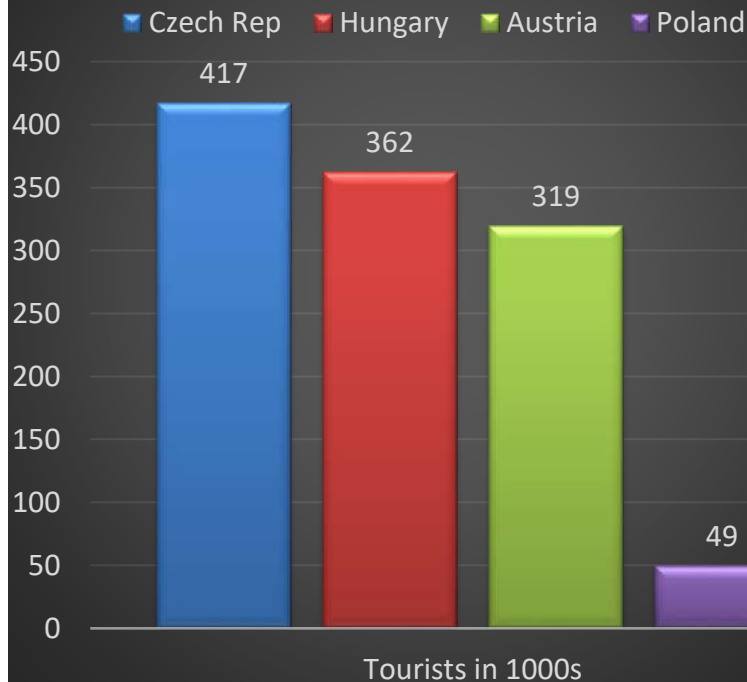
Hotel 3*

115 159

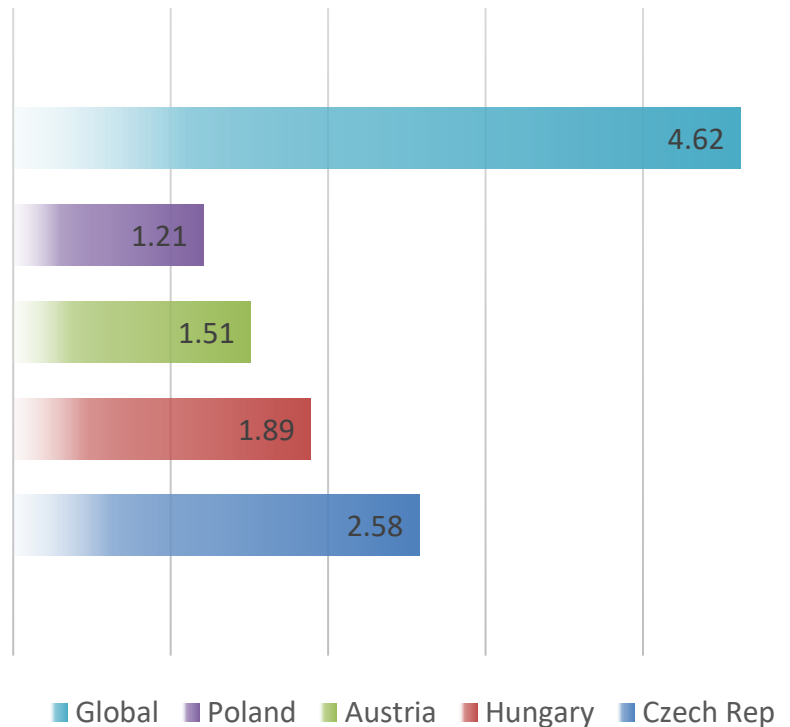
Hotel 5*

36 990

Korean Incoming to Eastern Europe 2018



AVERAGE STAY PER PAX



Spotřebitelské chování – korejský incoming

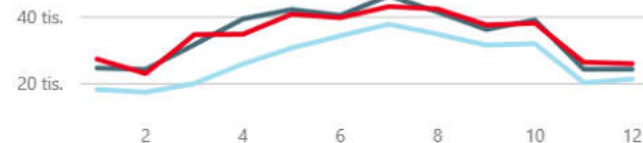
Česká republika byla jedním z TOP trhů v rámci Evropské Unie

- **70% FIT vs. 30% Balíčkáři**
- Přímý let **Koreanair, ČSA, ale i dobré spojení** s dalšími aerolinkami (LH, KLM, AF, BA, LOT, QR, EK...)
- **Kvalitu za výhodnou cenu**
- **Širší spektrum segmentů:** FIT, Rodiny s dětmi – matka s dcerou, Leisure, Honeymoons, Handal salgi – delší pobyty,
- **Rozvinutý marketingový obsah:** Nejen stará architektura, Praha, Český Krumlov a pivo, ale také organická kosmetika, zámecké ubytování, tandemové seskoky, Českosaské Švýcarsko, Jižní Moava a víno, Půjčování automobilů
- **Bohemian:** Česko jako snadný a zajímavý únik ze stereotypu, stresu a tlaku současné korejské a stále tradiční společnosti.
- **Korejská komunita v Praze**



Sezonální srovnání

Legenda ● 2016 ● 2017 ● 2018



Spotřebitelské chování – korejský incoming

Typický cestovatel: ženy, dívky 20-30 let, s pečlivě naplánovanou cestou. Před odjezdem navštíví kadeřníka, vezme si svoje nejlepší šaty, chce se reprezentovat a snít si sen o evropské romantice. (Korejské FIT: sama i s kamarádkami).

Zdroj: Expedia, únor 2021



Multiple Adults

Share: 3.8%
Avg Spend per
PAX: USD 23



Family Travellers

Share: 19.2%
Avg Spend per
PAX: USD 42



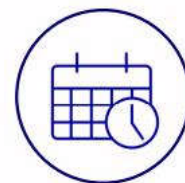
Single Travellers

Share: 48.7%
Avg Spend per PAX:
USD 256



Two Adults

Share: 28.2%
Avg Spend per PAX:
USD 122



3.1 Days

Average Length
of Stay

Source: 1st Party Expedia Group Hotel Booking Data for Czech Republic
Points of Sale Used: All South Korean points of sale under Expedia Group
Dates: 7 December 2020 – 31 January 2021 (Last 8 Complete Weeks)
This document and the information contained within this document are confidential and proprietary to Expedia. It may not be duplicated or distributed to any third party without prior written consent from Expedia. Any other use is strictly prohibited.

7

POSITIONING BRANDU

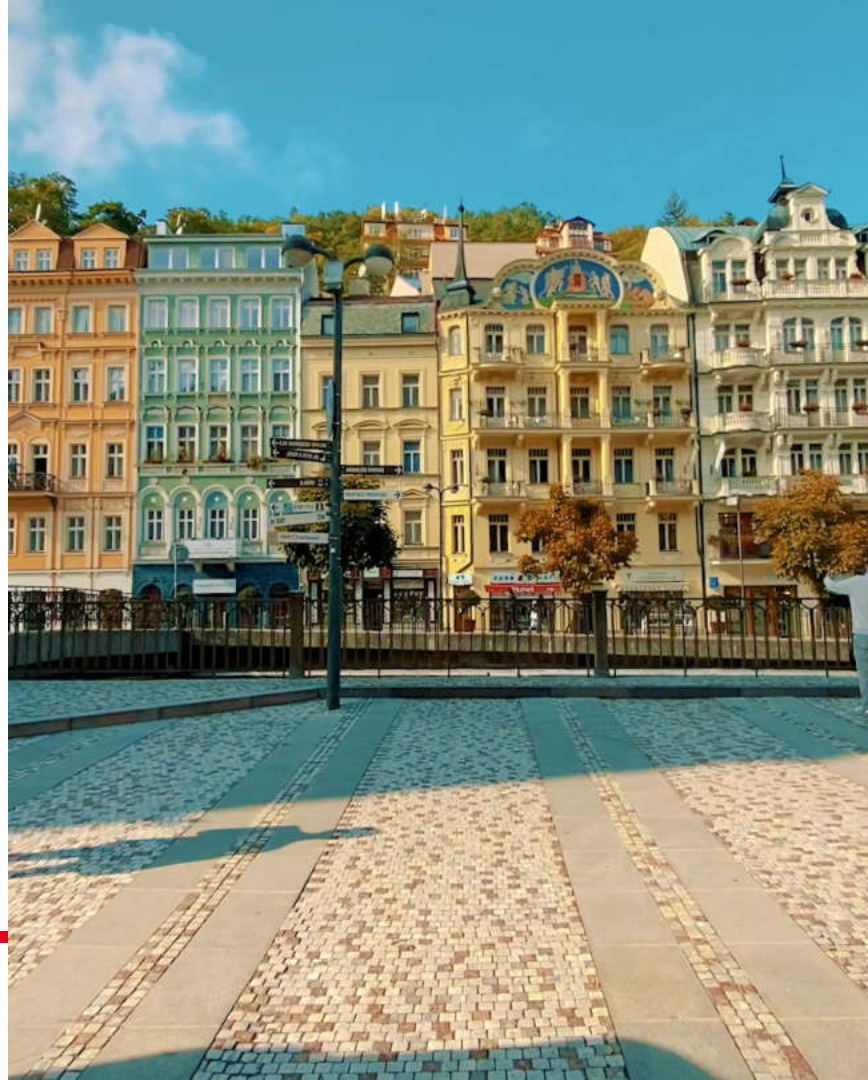
- **Praha** jako jedno z nejkrásnějších měst na světě
- **Autentický zážitek evropského stylu** v romantických městech a to za výhodnou cenu.
- **První evropská destinace** na letecké dopravě ze Soulu, **která je snadno dostupná a bezpečná.**
- PIVO A ČESKÉ SPECIALITY!
- **Hlavní konkurenti:** Budapešť, Rakousko, Berlín, Amsterdam, Slovinsko



Covid video ZZ Korea

Dream about Czech Republic,
we are waiting for you.

Author: @ikkyualy



Výstupy ZZ Korea: jaro 2021

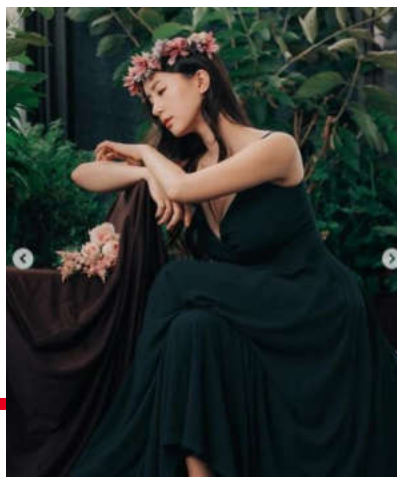
- Asijská IMAGE kampaň na **Expedit.com**
 - korejská lokalizace
- Sustainability: **CESTA MIMO DAVY**
 - Pilotní projekt s lokální agenturou Millennium Destination
- Budování SoMe: **@visitczechrepublic_kr**
 - Czech Beer Influencers Tour po Koreji
 - Mucha Muse Challenge
 - Kurzy Vaření na IG/ Ochutnávka moravského vína
 - Testování české organické kosmetiky s médii
- **Festival české kultury** v Pyeongtaeku, Putovní výstava českých hradů a zámků
 - Spolupráce na kulturních akcích se ZÚ Soul a ČC Soul
- **Monitoring trhu a travel industry**, stali jsme se přidruženými členy KATA. Zastoupení v executive comite SKAL Seoul.
- **PR České republiky** – každý měsíc dvě tiskové zprávy do médií
- Spolupráce se ZÚ Soul, **advocacy kampaň**



Výstupy ZZ Korea: podzim 2021

Mucha Muse Challenge

- Photo-event a kampaň s **modelkami a influencerkami** na sociálních médiích (IG, FB)
- **Spolupráce s Mucha Museum a Mucha Foundation**, prestižními hotely v Soulu
- Soutěžní akvizice, velký ohlas, zásah v médiích (2,5 mil OTS, Konverze na IG: cc 45 000)
- Výstup: Výstava na 2022



Výstupy ZZ Korea: podzim 2021

PRVNÍ TRIPY DO ČESKÉ REPUBLIKY

- **Finnair Media Trip 24.-30.10.:** Praha – Křišťálové údolí – Karlovy Vary – Český Krumlov – Mucha Tour .
 - 30 článků v top médiích, 2 obálky časopisů
- **KLM Famtrip Trip 26.11.-1.12:** Praha Vánoční Trhy – Český Krumlov – Telč – Brno – Olomouc – Sustainability Tour
 - CK a TO: *Hana Tour, Very Good Tour, Naeil Tour...*
- **TRAVEL HOLIC INFLUENCER TRIP – Rental cars trip:** Natáčení instagramských a youtube videjí, v-logu: Vánoční trhy - Praha – Jižní Čechy – Pardubický kraj – Cesta z města (travelholic.co.kr)



Marketingový plán na 2022 – nabídka ke spolupráci

Spolupráce s leteckými společnostmi na rozlétání destinace ČR a Prahy

- Kampaň s leteckým operátorem (bude upřesněno) cílená na mladé FIT
- Spolupráce na tripech a eventech (Koreanair, Finnair, KLM, Turkish Airlines, Qatar Airways)

Kampaň s velkým tour operátorem k propagaci destinace v jeho hlavní nabídce (před hlavní sezónou) pro balíčkové zájezdy.

- Hana Tour, Naeil Tour
- Spolupráce s HANA KEB na cestovatelských kartách VIVA

PROMOTION

유럽의 일상을 살아가는 시간, 체코 프라하 반달 살기

남반구에서 겨울을 보낼 수 있다면, 겨울의 일상을 즐기기 위해 유럽을 방문하는 것은 좋은 선택입니다. 이번 겨울, 유럽의 일상을 즐기기 위해 유럽을 방문하는 것은 좋은 선택입니다. 이번 겨울, 유럽의 일상을 즐기기 위해 유럽을 방문하는 것은 좋은 선택입니다.

프라에 반달하기 상품은?

- 프라하 시내를 걷고 싶다면? 프라하 시내를 걷고 싶다면? 프라하 시내를 걷고 싶다면?
- 프라하 시내를 걷고 싶다면? 프라하 시내를 걷고 싶다면? 프라하 시내를 걷고 싶다면?
- 프라하 시내를 걷고 싶다면? 프라하 시내를 걷고 싶다면? 프라하 시내를 걷고 싶다면?

선미블수속터 좋은 도시, 프라하

프라하의 매력은 오래된 역사와 아름다운 풍경에 있습니다. 프라하의 매력은 오래된 역사와 아름다운 풍경에 있습니다. 프라하의 매력은 오래된 역사와 아름다운 풍경에 있습니다.

Marketingový plán na 2022 – nabídka ke spolupráci

Velký famtrip pro cestovní kanceláře k obnově trhu (březen/ duben 2022)

- Budování nových itinerářů (Křišťálové údolí - Liberecko, Ústecký kraj, Karlovy Vary, Střední Čechy, Jižní Čechy, Vysočina, Střední, Východní, Jižní Morava, Severní Morava)
- Vítaná spolupráce s regiony, hotely, lokálními brandy, obchodními sítěmi a dodavateli služeb atd
 - Hotely, restaurace, dopravní společnosti, incomingovky, průvodci
 - Móda, outletry
 - Český porcelán, sklo
 - Organická kosmetika
 - České víno a pivo
 - Design a české sklo
 - Kulturní a společenské eventy
- Plán do budoucna: Golf, vážná hudba



Marketingový plán na 2022 – nabídka ke spolupráci

INFLUENCER TRIP Urban Hiking k tématu udržitelného cestovního ruchu, květen 2022

- Praha, Brno, Olomouc, Litomyšl, Liberec, Kroměříž, Znojmo
- Zahrady a parky našich měst
- Nové trendy cestovního ruchu:
 - Pozitivní impakt, méně odpadu a uhlíkové stopy (carbon offsetting)
- Community life - **Live like locals:**
 - Města pro lidi a nikoliv pro auta: hipster kavárny, butiky, kulturní kluby, cyklistika, farmářské tržště, revitalizační zóny, food tour
- Tematické túry: Kafka, Mucha, Líbáňkáři

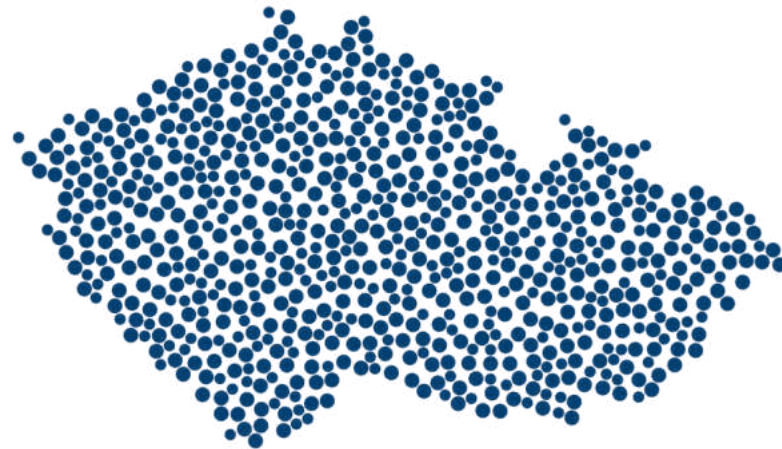


Marketingový plán na 2022 – nabídka ke spolupráci

CESTA Z MĚSTA: procházky za kulturním a přírodním dědictvím (červen 2022)

- Natáčení youtube a IG videjí s profesionální agenturou a asijskými influencery
- Podpora nových produktů kulturního cestovního ruchu:
 - českých tradic, venkovské turistiky, aktivního cestovního ruchu a tématu sustainability
- Vítaná spolupráce s regiony, hotely, lokálními brandy, obchodními sítěmi a dodavateli služeb atd
 - Hotely, restaurace, dopravní společnosti, incomingovky, průvodci
 - Móda, outletry
 - Český porcelán, sklo
 - Organická kosmetika
 - České víno a pivo





Děkuji za pozornost!

V případě zájmu mě neváhejte kontaktovat:

Michal Procházka, prochazka.m@czechtourism.com