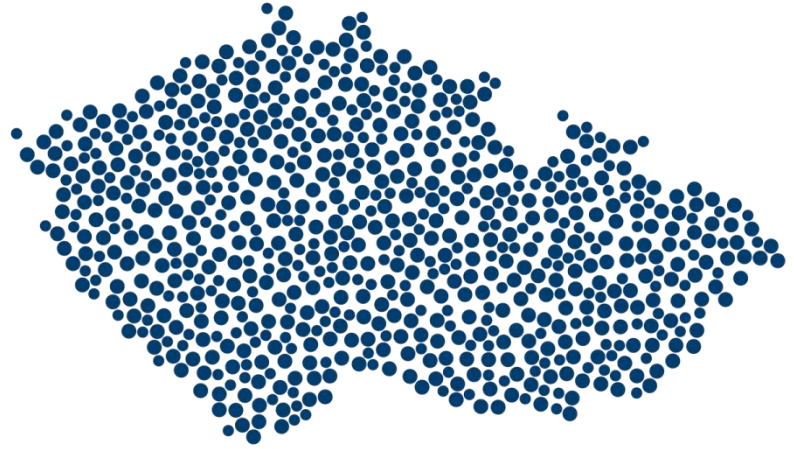


#VisitCzechRepublic



Exportní workshop – Zahraniční zastoupení Velké Británie a Irska

CzechTourism

Současná nálada na trhu

- Pozitivní prognózy ukazují, že počet výjezdů ze Spojeného království a Irska v roce 2024 překoná úroveň před pandemií.
- Přetrvávající **krize vysokých životních nákladů** vyvíjí tlak na spotřebitele. Navzdory vysoké inflaci a rostoucím cenám průzkum ukazuje, že většina britských spotřebitelů chce i nadále upřednostňovat cestování
- Britská cestovní společnost Travel Counsellors vykázala tržby ve výši 114 milionů během ledna 2023 (50% nárůst oproti úrovni před pandemií v lednu 2019.) a podobně pozitivní zprávy přinesla i společnost Ryanair, která za říjen až prosinec 2022 oznámila zisk ve výši 211 milionů eur.
- Ačkoli cestovní ruch po pandemii může být na vzestupu, cestovatelé stále častěji vyhledávají **cenově výhodné možnosti**. Průzkum společnosti GlobalData zjistil, že 48 % britských respondentů označilo "cenovou dostupnost" za hlavní faktor při rozhodování, kam jet na dovolenou. To by mohlo vést k většímu počtu turistů mimo sezónu a k omezení výdajů na luxusní služby.



Chování spotřebitelů

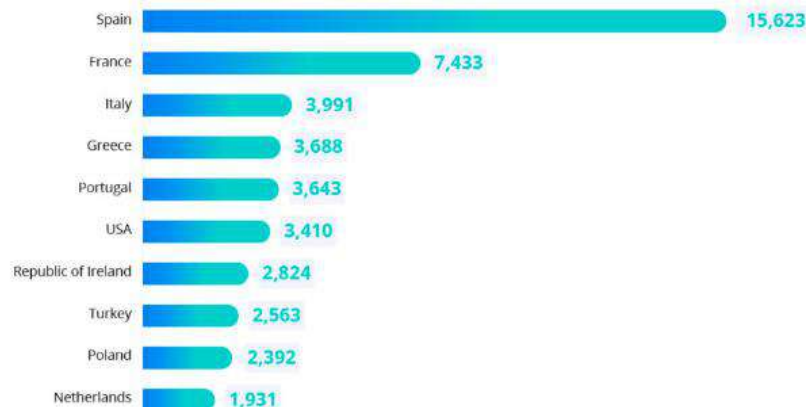
- Podle průzkumu Google Insights 45 % lidí, kteří hledají dovolenou online, zjistilo, že cena je vyšší, než očekávali. To naznačuje, že spotřebitelé hledají nízké ceny a nejlepší nabídky.
- Z průzkumu společnosti EasyJet vyplývá, že 70 % britských spotřebitelů je připraveno a ochotno upřednostnit dovolenou před ostatními výdaji.
- Údaje společnosti Google ukazují, že počet sólových cest po pandemii vzrostl o 761,15 % a například na platforme Instagram
- Stále více se do hledáček dostává sustainability tedy udržitelnost při cestování



Klíčová data na UK trhu

- 51,9 milionu návštěv v evropských zemích v roce 2022. To znamená, že návštěvy Evropy tvoří 79,5 % výjezdů obyvatel Spojeného království.
- Nejoblíbenější zemí, kterou obyvatelé Spojeného království navštívili v roce 2022, je Španělsko s 15,6 miliony návštěv na alespoň jednu noc. Následovala Francie se 7,4 milionu návštěv a Itálie s 3,9 milionu návštěv.
- Nejoblíbenějším ubytovacím zařízením byl hotel, přičemž 62 % lidí uvedlo, že se v posledních třech letech na dovolené ubytovalo v hotelu. Následovalo ubytování u rodiny nebo přátel (26 %) a ubytování se snídaní (23 %).

Top 10 countries visited by UK residents for at least one night (thousands)



Současné trendy

- "**Bleisure**" je na vzestupu - trend prodlužování služebních cest na dovolenou ve volném čase.
- **Sólo cestování** zaznamenalo prudký nárůst popularity, který podpořil rozvoj sociálních médií a digitálních nomádů.
- **Veřejná doprava** rychle získává na popularitě, aby se ušetřily emise, protože stále více cestovatelů se rozhoduje pro cestu vlakem, autobusem nebo metrem namísto jízdy autem nebo letu do cílové destinace. Odhaduje se, že železniční doprava je 12krát energeticky úspornější než letecká.
- Overtourism obrací cestovatele k **alternativním turistickým destinacím**, jako jsou venkovské oblasti a wellness hotspoty. Důležitá je jazyková vybavenost.
- Nejčastější typy dovolených: **plážová dovolená, citybreak, venkovská dovolená**



Problémy v odvětví ve Spojeném království

- **Celosvětový vzrůst cen - krize životních nákladů**
 - Inflace stále roste a pro některé skupiny cestovatelů je to velký problém.
- **Časté stávky (vlakové, letištního personálu,...)**
 - Ovlivňují dostupnost na letiště a do jisté míry také způsobují určitý storch v populace, zda se při cestě na dovolenou dostanou na letiště, či zda jejich letadlo poletí
- **Nedostatek pracovní síly**
 - Understaffing v cestovních kancelářích a agenturách
- **Válka na Ukrajině**
 - Stále je v povědomí Britů, ale již nemá takový vliv při výběru dovolené.



Top 3 tendence při plánování dovolené

- #1 **YOLO** (Žiješ pouze jednou)
- #2 **Cestování selfguided**
- #3 **Udržitelné cestování**



Příjezdy z UK Q1 2019/2022/2023



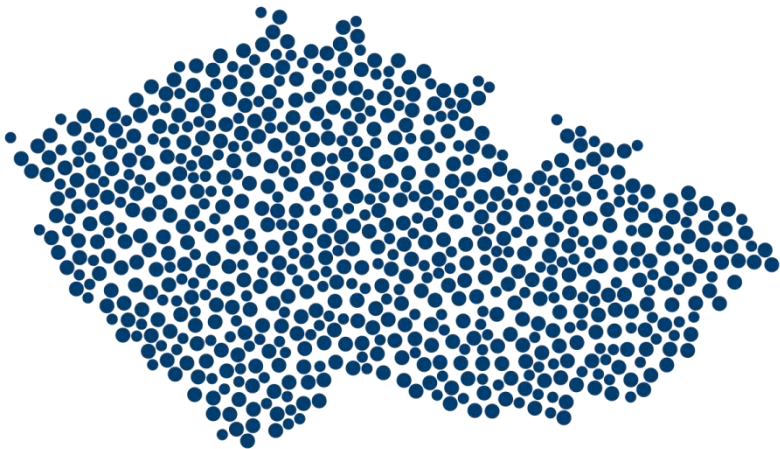
Vývoj příjezdů britských turistů do ČR 2012-2023 (2023 Q1-3)



Vývoj příjezdů irských turistů do ČR 2012-2023 (2023 Q1-3)



#VisitCzechRepublic



Marketingové aktivity 1-7/ 2023

CzechTourism

B2B eventy

AITO press klub

14. března zorganizoval tým ZZ Londýn AITO press klub ve spolupráci s asociací nezávislých tour operátorů, kterého se zúčastnilo přes 50 zástupců médií a cestovních kancelářů.

BGTW event

2.května zorganizoval tým ZZ Londýn event ve spolupráci s British Guild of Travel Writers, kterého se zúčastnilo přes 50 zástupců médií a freelancerů.

Travel Gossip Roadshow

Travel Gossip roadshow v Liverpoolu proběhla 19.4.. V rámci této akce mělo ZZ UK možnost navázat nové kontakty v rámci travel agents a tour operátorů ve spádové oblasti Liverpoolu a Manchesteru.



B2B eventy

ANTOR Meet The Media - Březen

Prezentace České Republiky s nabídkou novinek pro 50 vybraných médií společně s ANTOR asociací



ANTOR Meet the Trade - Květen

Prezentace České Republiky s nabídkou novinek pro 50 vybraných cestovních kanceláří a homeworkers společně s ANTOR asociací



Traverse content campaign #Czech30

Online content campaign s vybranými influencery a blogery navazující na přímo na konferenci Traverse 2022 oslavující 30 let od vzniku České republiky. Tato kampaň vznikla jako dodatečná motivace pro účastníky konference, aby vyprodukovali více obsahu v návaznosti na svůj pobyt v Česku. Využívány jsou veškeré kanály sociálních médií. Výběr online content creators probíhal ve spolupráci s Traverse.

Give it a share!



Termín: 1.6.2023 – 30.9.2023



Bohemia Glassware & The Sparkling World of Liberec



National Geographic Traveller food festival

B2C veletrh nejen pro odběratele prestižního magazínu National Geographic Traveller. Zúčastnili jsme již třetího ročníku tohoto festivalu, kterého se účastnilo na 7000 osob. S partnery Jižní Moravou, městem Brnem a Národním vinařským centrem jsme poskytli návštěvníkům degustace vína koktejlů a také řízené degustace v tzv. Wine and spirit theatre

Termín: 15.-16.7.2023



Czech Soiree

- 13.7.2023
- Oslava 30 let České republiky a CzechTourism
- Účast 130 novinářů, online content creatorů a zástupců travel trade



TOP Press trips

- Sunday Times
- The Independent
- Telegraph
- The Times
- City A.M.
- NatGeo Traveller



The town of Mikulov was established in the 12th century and is in South Moravia's wine region.
PHOTOGRAPH BY EŽE PRUCHOVÁ, ALAMY STOCK PHOTO

TRAVEL

How to plan a weekend in South Moravia, Czech wine country

Why you should visit Cesky Krumlov, the 'Prague-in-miniature' that's embracing responsible tourism

Behind its romantic medieval castle and pretty, cobbled lanes, this Czech town is getting creative when it comes to looking for new ways to make tourism work for everyone. Finds [Jenny Elliott](#)

6 days ago · Comments

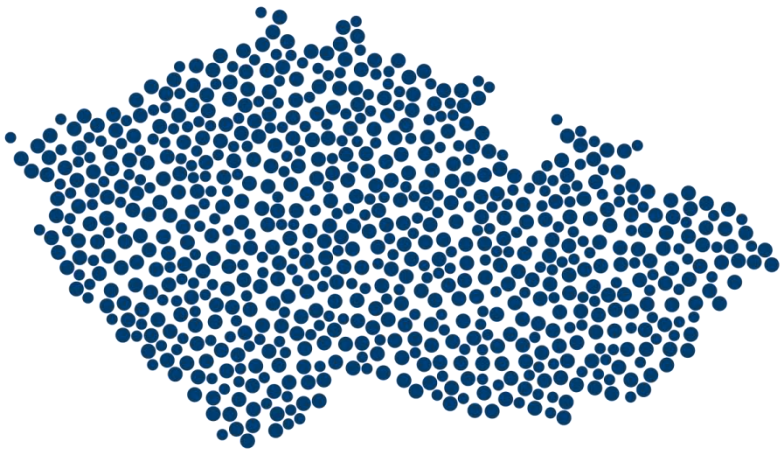


Brno city guide: your weekend break sorted

The functionalist aesthetic makes its residents' penchant for parties — and for a weekend of culture and cocktails — should be first on your list.



#VisitCzech**Republic**



Marketingové aktivity 8-12/2023

CzechTourism

Podzimní/zimní kampaň s aerolinkou Jet2

Integrovaná podzimní/zimní kampaň s aerolinkou Jet2 a tour operátorem Jet2 holidays, kteří jako jediní operují na celém britském trhu a obsluhují veškerá hlavní letiště v UK. Kampaň zahrnuje kreativní propagaci České republiky v předvánočním období za účelem posílení bookings v tomto období za užití kreativního obsahu na sociálních sítích, e-mail marketingu a blog postů na webu Jet2.



Plánované press tripy

- Chateaux of Central Bohemia (srpen)
- Great railway journey (září)
- Slunce ve skle (září)
- Crystal valley (říjen)
- Christmas trips with BA a BA holidays



WTM 2023 6.-8.Listopad



MICE 24hour retreat 13/14 Listopad

- Nový koncept networkingové akce
- 24h s 20 britskými nákupčími
- Tortworth Court
- Pre-scheduled meetingy
- Team building aktivity



Co nás čeká 2024

▫ Propagace Czechia jako destinace pro aktivní dovolenou

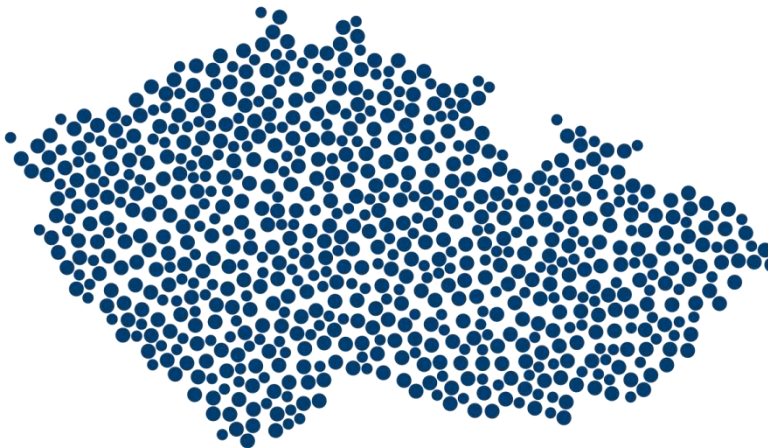
- Aerolinková kampaň (Jet2, British Airways)
- WTM London 2024
- National Geographic Traveller Food Festival
- Individuální press tripy

- B2B: Prohloubení spolupráce s tour operátory a cestovními agenturami. Zaměření na významné hráče na trhu prostřednictvím FAM tripů, edukace cestovních agentur a spolupráce při vytváření nových produktů na trhu. Zvláštní pozornost věnována produktům aktivní dovolená, vlaková turistika a city breaks.
- PR: Spolupráce s B2B a B2C médii – zaměření na klasická tradiční print média, která velmi ovlivňují veřejný prostor (Guardian, The Independent, Telegraph, The Times, Evening Standard). Spolupráce s tvůrci online obsahu (inluenceři/blogeři) se zaměřením na publikum mileniálů a mladší cílové skupiny.



#VisitCzechRepublic

Děkuji za pozornost !



Katarína Hobbs
Email: hobbs@czechtourism.com



Kateřina Buglová
Email:
buglova@czechtourism.com