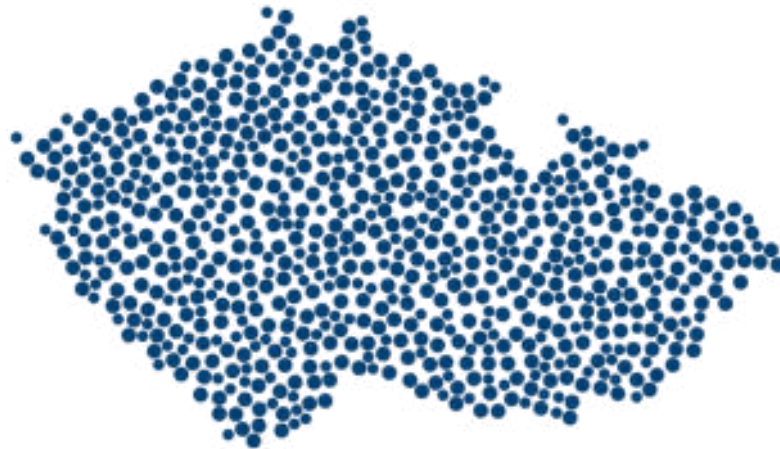


#VisitCzechRepublic



Exportní workshop – Zahraniční zastoupení Velké Británie a Irska

---

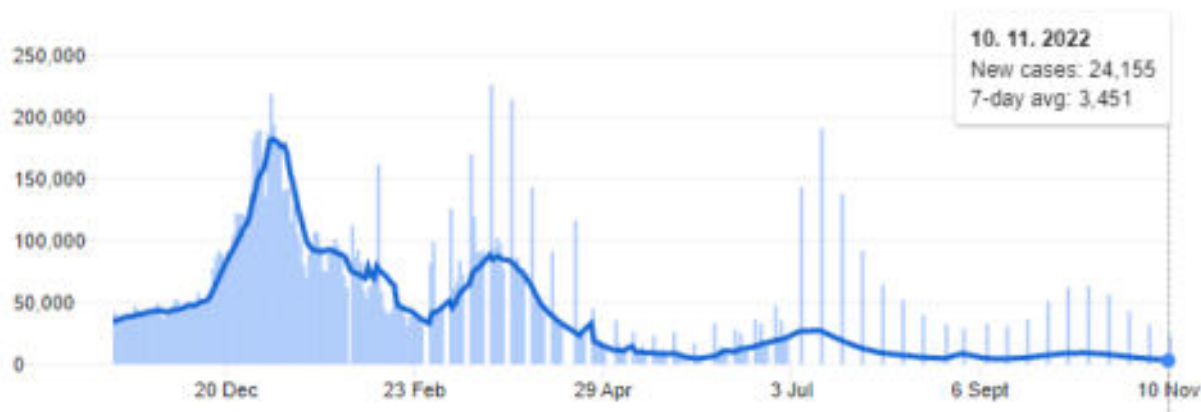
CzechTourism

- ☐ Život s covidem
- ☐ Sebevědomí zákazníka
- ☐ Booking trendy 2019 vs 2022
- ☐ Problémy v odvětví turismu
- ☐ Pandemie a Finanční krize – plánování
- ☐ Profesionálové v cestovním ruchu = balíčková dovolená
- ☐ Pohled touroperátorů
- ☐ Trendy v cestování
- ☐ Jak si Britové plánují dovolenou
- ☐ Profil turistu
- ☐ Vývoj příjezdů
- ☐ Marketingové aktivity
- ☐ Co nás čeká



# Život s Covidem

- Vláda Spojeného království zrušila povinnost testovat se PCR testy v únoru 2022.
- Vláda poté zrušila zbývající Covidová omezení (včetně povinnosti nosit roušky na veřejnosti v Březnu).
- Již není povinné se izolovat (i když máte Covid)
- Covidových případů stále přibývá, ale počet hospitalizací a úmrtí zůstává velmi nízký.
- Celková atmosféra ve Spojeném království a Irsku je taková, že "s Covidem prostě žijeme". Covid se stal nevyhnutelnou součástí našeho každodenního života.

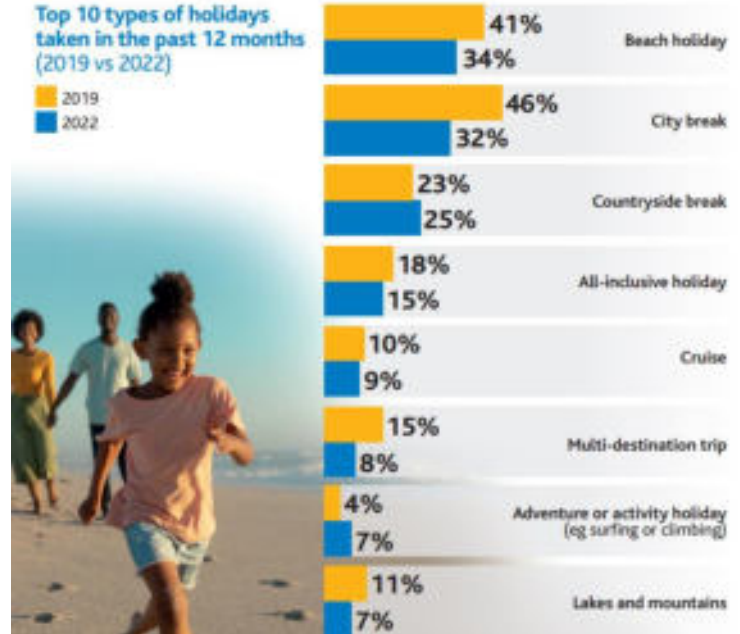


# Sebevědomí zákazníků je vysoké

- Když bylo v lednu oznámeno, že Covidová omezení budou brzy odstraněna, následoval masivní boom rezervací
- Začátek roku byl pro obchod na našich trzích mimořádně rušný; tradiční hlavní doba prodeje od ledna do března se protáhla až do května a června.
- Operátoři hlásí mnohem více rezervací na poslední chvíli ve srovnání s dobou před pandemií. Také se ale dozvídáme, že spotřebitelé plánují hodně dopředu. Na rok 2023 je stále více rezervací jak na krátké, tak na dlouhé vzdálenosti.



# Booking trendy





## Problémy v odvětví ve Spojeném království

- **Válka na Ukrajině**
  - Zpočátku měla malý, ale celkově to lidi neodrazuje od cestování a poptávka je stále velmi vysoká.
- **Celosvětový vzrůst cen - zajištění krize životních nákladů**
  - Válka na Ukrajině vede k nedostatku potravin, ropy/plynu a k růstu cen po celém světě. Průzkum ukázal, že naprostá většina (85 %) tour operátorů (kteří nabízejí dovolenou především skupinám se středním nebo vysokým příjmem) není v současné době touto situací ovlivněna, ale někteří (přibližně 26 %) se obávají, že by to mohlo mít větší dopad v příštím roce.
- **Zpoždění vydání cestovních pasů**
  - Zpočátku docházelo ke zpoždění pasů a víz, protože během boomu rezervací se jich hodně nahromadilo a byly narychlo obnovovány. Nyní jsou hlášena zpoždění až 10 týdnů, což má dopad na plány zákazníků. Očekává se však, že tato zpoždění budou trvat pouze po krátkou dobu.



***“Our customer profile is not overly affected by the cost of living issues”***  
Citace od jednoho z předních tour operátorů ve Spojeném království



# Problémy v odvětví ve Spojeném království

## • Nábor zaměstnanců

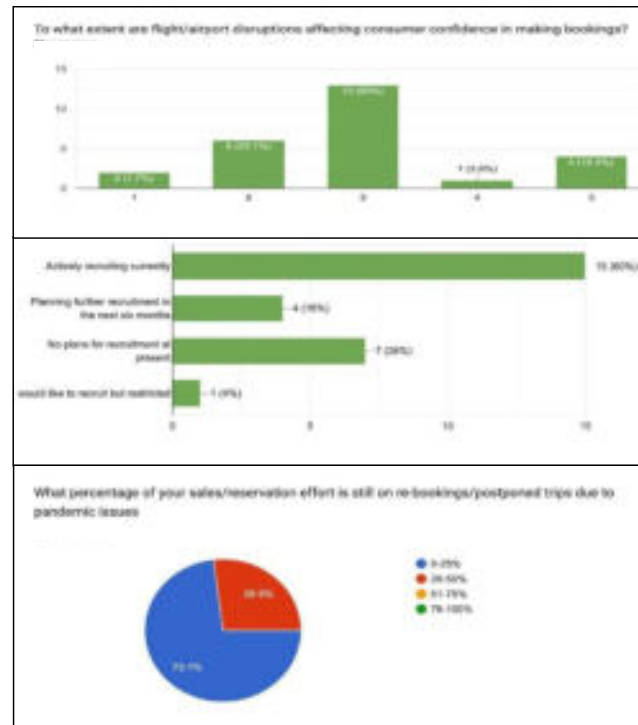
- Operátoři se snažili rychle znovu zaplnit místa, která se byla během pandemie vyprázdnila. 69 % tour operátorů pracuje s menším počtem zaměstnanců. Prioritou v prvním a druhém čtvrtletí bylo uspokojení příchozích objednávek. Nyní je prioritou obnovit plnou kapacitu jednotlivých oddělení a vyškolit nové zaměstnance. 60 % dotázaných nyní aktivně nabírá nové zaměstnance a dalších 16 % plánuje v brzké době další nábor.

## • Odkládané rezervace

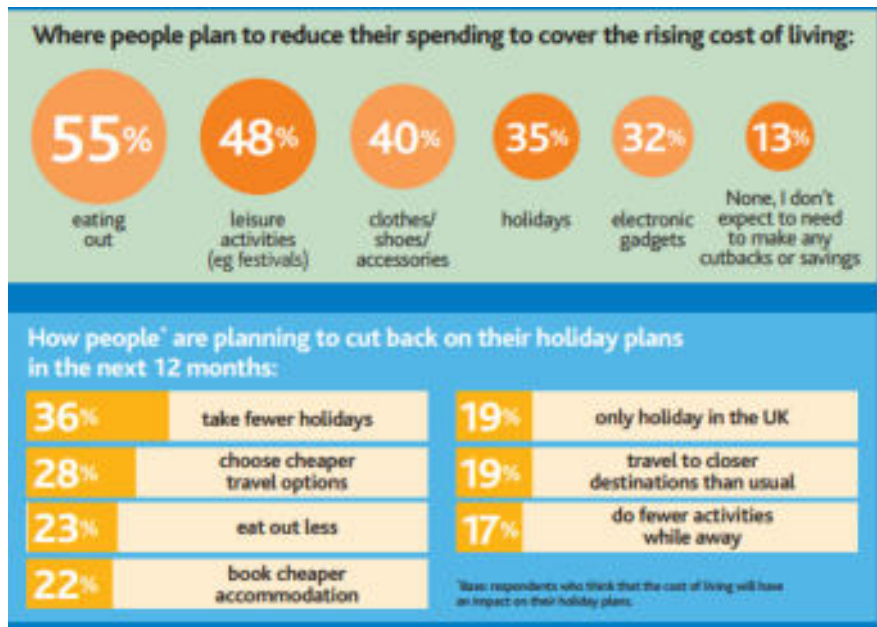
- Odkládané rezervace z roku 2020 a 2021 byly přesunuty do roku 2022. V některých destinacích je problém s dostupností nových rezervací, takže operátoři hledají alternativy. Nicméně pouze 27 % provozovatelů uvedlo, že je to stále problém - zdá se, že jsme vstoupili do fáze nového obchodu (namísto přeregistrací).

## • Narušení provozu letecké společnosti/letiště

- Letecké společnosti se obtížně vyrovnávají s nahromaděnou poptávkou cestujících, kteří chtějí cestovat. Více než 75 % dotázaných operátorů nicméně uvedlo, že to má negativní vliv na rezervace.



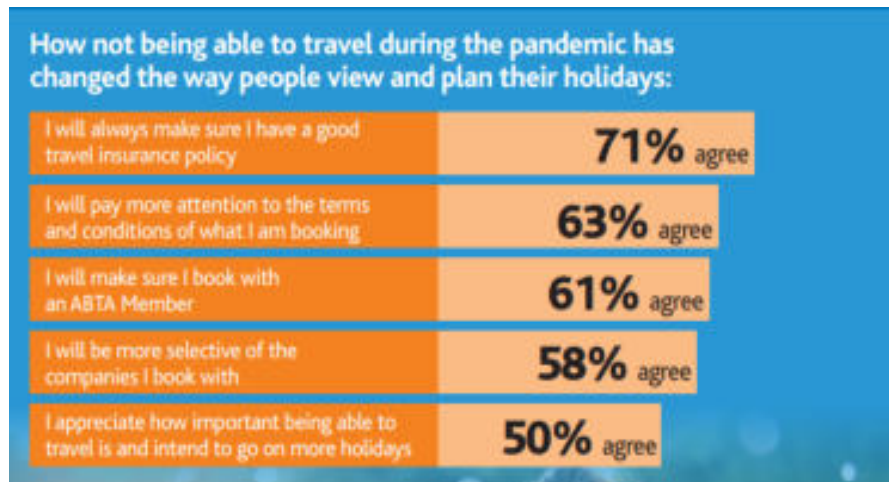
# Finanční krize – plánování dovolené





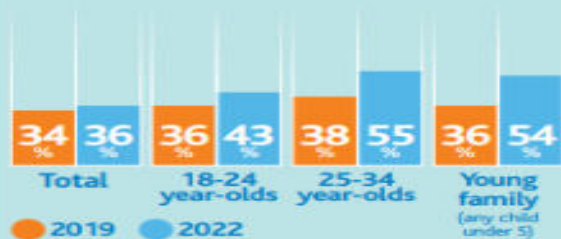
# Jak pandemie změnila plánování dovolené

- ☐ Kvalitní cestovní pojištění
- ☐ Pravidla a podmínky
- ☐ ABTA člen, AITO člen
- ☐ Kvalita prodejce
- ☐ Budu cestovat víc

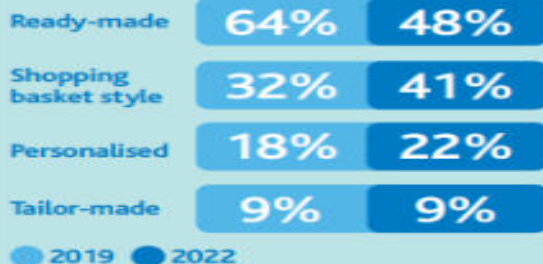


# Profesionálové v cestovním ruchu a balíčková dovolená

Percentage of people booking a holiday through a travel professional in the last 12 months:



Types of package holidays people went on in the previous 12 months<sup>2</sup>



Why people booked with a travel professional:



Why people booked a package holiday:



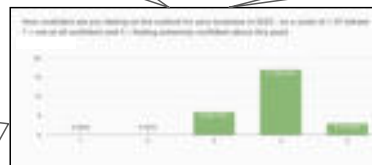
# Pohled tour operátorů

- V roce 2022 proběhl průzkum s více než 200 britskými tour operátory.
- I když mnoho z nich hlásilo provozní problémy v červnu/červenci, většina hlásila mimořádně bujný trh a silný růst. Mnoho z nich bylo tak zaneprázdněno řešením poptávky, že nebylo schopno plánovat nové produkty/destinace jako obvykle v tomto termínu.
- Zde je několik citací od dotazovaných tour operátorů:

Velmi pozitivní čísla pro long haul dovolené.

Jsme nadšeni, naše balíčky se prodávají nad očekávání.

Předpokládáme pokračování trendu rezervace na poslední chvíli, ale již nyní pozorujeme silnou poptávku na rok 2023.



Vyhledky jsou dobré, ale z provozního hlediska je to náročné.

Očekáváme, že lidé budou více dobrodružnější než byli v minulém roce, a budou si rezervovat dovolené s větším předstihem.

Vnímáme silný nárůst, který stále pokračuje

# Trendy v cestování

- #1 **YOLO** (Žiješ pouze jednou)
  - Rezervace long haul stoupají
  - Destinace z Bucket listu jsou populární, To do list ještě populárnější
  - Válka na Ukrajině posiluje nejistotu toho co na nás v budoucnu ještě může čekat. (a s tím možný zákaz cestování)
  - 61 % zákazníků v průzkumu společnosti AITO uvedlo, že v roce 2022 měli v plánu, že pojedou na stejný nebo i větší počet dovolených, na které byli zvyklí jezdit před pandemií.
  - V roce 2023 se toto číslo zvýší na 89 % a více než 35 % respondentů plánuje v příštím roce cestovat více než před pandemií.

Zdroj: Spike Insights/ Adventure Travel Networking



# Trendy v cestování

- **#2 Cestování selfguided**

- Skupinové cestování již není atraktivní pro zákazníky, kteří se stále obávají Covidu. V současné době zaznamenáváme nebývalý nárůst poptávky po selfguided dovolených.
- DMC, kteří poskytují podrobné informace a asistenci, budou na tomto trhu vynikat.
- Cestovní kancelář Exodus Travel oznámila, že od začátku pandemie prudce vzrostla poptávka po zájezdech „selfguided tours“, přičemž počet poptávek a rezervací se zvýšil přibližně o 20 %. Od roku 2020 zavedli více než 100 nových self guided trips.



# Trendy v cestování

## • #3 Udržitelné cestování

- V souvislosti s pořádáním summitu G28 v Glasgow v roce 2021 se pozornost přesouvá zpět k životnímu prostředí, které bylo kontroverzním tématem již před covidem.
- Operátoři propagují svoji ekologickou uvědomělost, své zásady udržitelnosti a svoji spolupráci s místními obyvateli, protože spotřebitelé vyhledávají autentické zážitky v místních komunitách.
- 90 % zákazníků hledá při cestování udržitelné možnosti.
- 74 % zákazníků by si vybralo destinaci, ubytování nebo dopravu, která podporuje místní komunitu a kulturu, i kdyby byla dražší než standard.





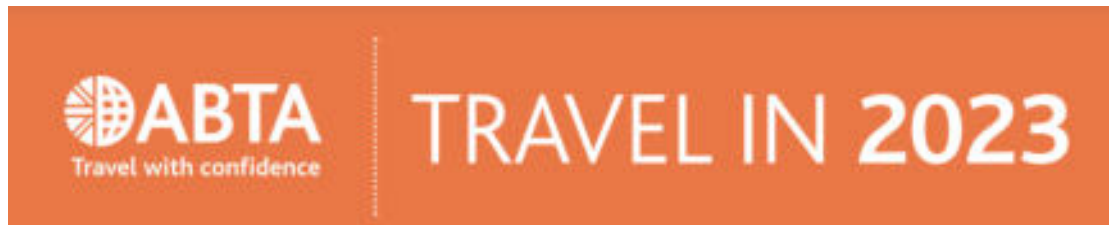
# Jak si Britové plánují dovolenou? 😊

- ❑ Více než polovina (58 %) Britů plánuje příští dovolenou v pracovní době.
- ❑ Průměrný zaměstnanec stráví plánováním dovolené 29 minut každý týden, což představuje více než 3 pracovní dny v roce na nákupy dovolené. To se rovná bonusovému prodlouženému víkendu, se kterým jste možná nepočítali 😊
- ❑ Zajímavé je, že Londýňané tráví nejvíce času v práci plánováním dovolené, 39 minut týdně, což je o 34 % více, než je celostátní průměr.



# Cestování v roce 2023

- ☐ All inclusive
- ☐ Hybernační dovolená
- ☐ Getaways to get away -  
Dovolená k úteku
- ☐ Early birds in action
- ☐ Svědomitý cestovatelé



# Profil turistu

- ❑ Country-loving traditionalists - milující venkov, typicky empty nester s tradičními hodnotami, menší počet rodinných příslušníků
- ❑ Průmerný příjem 20-45 k
- ❑ Tento segment je starší, zejména ve věku nad 50 let
- ❑ Dovolená 2 – 3 do roka
- ❑ Na jejich poslední dovolené to bylo : dovolená pro 2, rezervována přímo
- ❑ 59% preferuje ubytování s „personal touch“ (B&B)
- ❑ Chtějí: přírodu, čistotu, preference v local tourism



# Profil turistu

- ❑ Fun in the Sun - Rodiny hledající sluníčko nebo letní dovolenou.
- ❑ Průměrný příjem 22-45k –
- ❑ 2 dovolené do roka se „sociálnějším“ alternativou ubytování , jako jsou karavany nebo prázdninové kempy.
- ❑ 41% cestuje v létě (seasonal holidaymakers)
- ❑ Průměrný vek 35-55 let



# Profil turistu

- ☐ Fuss free value seekers – bezstarostní , hledající dobrou, levnou cenu s pohodlný, krátkým dopravným spojením
- ☐ Empty nesters s nízkým rozpočtem
- ☐ Průměrný příjem 20 k
- ☐ 2 dovolené do roka
- ☐ Hledají dobré ceny a slevy
- ☐ Tento segment turistů se dělí podle věku – pod 25 let a nad 65 – pravděpodobně odráží dominance „rozpočtu“ v jejich životní fáze: teda studenti a důchodci
- ☐ Průměrný vek 35-55 let



# Profil turistu

- ❑ Free and easy mini breakers – mladí, svobodní
- ❑ Průměrný příjem 25 k – 45k
- ❑ 2 dovolené do roka – kratší dovolená
- ❑ City break pro dva 1 – 3 noci
- ❑ Shopping, galerie, muzea, kulturní akce
- ❑ Preference hotelů , ne B&B
- ❑ Jednoduchá a rychlá dostupnost,
- ❑ na dovolené mohou dopřát spoustu aktivit, festivaly, sportovní akce
- ❑ Tento segment turistů se pohybuje kolem 30 let





# Profil turistu

- ☐ Aspirational Family Fun – Aspirativní rodinná dovolená
- ☐ Po většině žijící v Londýně s vysokými příjmi
- ☐ Chodí na dovolenou pravidelně – aktivity pro rodiny
- ☐ Průměrný příjem 35 k – 45k
- ☐ 3 dovolené do roka – delší letní dovolená, kratší mini break
- ☐ Preference hotelů
- ☐ na dovolené si mohou dopřát spoustu aktivit, festivaly, sportovní akce, parky, zoo,
- ☐ Tento segment turistů se pohybuje pod 50 let



# Vývoj příjezdů britských turistů do ČR 2012-2022 (Q1-3)



### Filtr Země

Spojené arabské...  
Srbsko a Čern...  
Švédsko  
Thajsko  
Turecko  
Spojené státy  
Španělsko  
Švýcarsko  
Tchaj-wan  
Ukrajina  
**Velká Británie**



**214,975**

Počet příjezdů

### PŘÍJEZDY

| Práha           | 170,203 |
|-----------------|---------|
| Jihomoravský    | 3,122   |
| Karlovarský     | 4,316   |
| Jihočeský       | 3,741   |
| Středočeský     | 3,382   |
| Moravskoslezský | 2,772   |
| Královéhradecký | 2,757   |
| Přerovský       | 2,460   |
| Ústecký         | 1,929   |
| Olomoucký       | 1,890   |
| Žilinský        | 1,516   |
| Liberecký       | 1,312   |
| Vysočina        | 950     |
| Pardubický      | 825     |

**558,755**

Počet přenocování

### PŘENOCOVÁNÍ

| Práha           | 409,877 |
|-----------------|---------|
| Jihomoravský    | 15,201  |
| Karlovarský     | 12,297  |
| Středočeský     | 8,201   |
| Jihočeský       | 8,083   |
| Královéhradecký | 7,079   |
| Moravskoslezský | 7,068   |
| Přerovský       | 6,834   |
| Olomoucký       | 4,472   |
| Ústecký         | 4,305   |
| Žilinský        | 3,952   |
| Liberecký       | 3,324   |
| Vysočina        | 2,238   |
| Pardubický      | 1,823   |

**3.60**

Průměrná doba pobytu (dny)

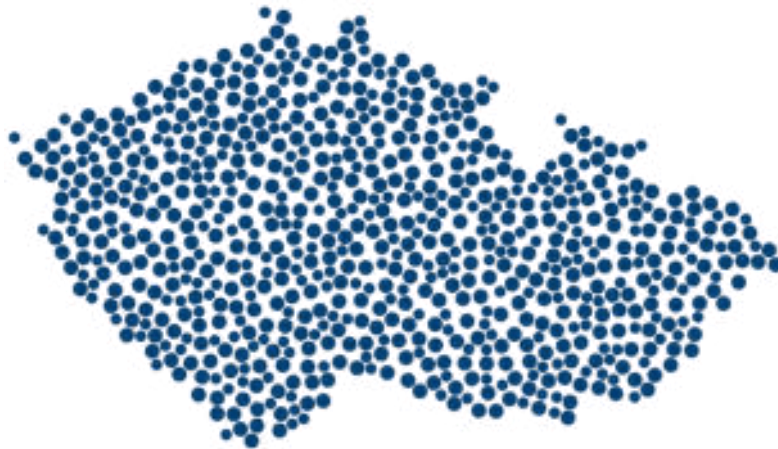
### PRŮM. DOBA POBYTU

|                 |      |
|-----------------|------|
| Karlovarský     | 3.88 |
| Přerovský       | 3.78 |
| Olomoucký       | 3.65 |
| Práha           | 3.64 |
| Žilinský        | 3.61 |
| Královéhradecký | 3.57 |
| Moravskoslezský | 3.55 |
| Liberecký       | 3.53 |
| Středočeský     | 3.42 |
| Vysočina        | 3.36 |
| Ústecký         | 3.23 |
| Pardubický      | 3.21 |
| Jihočeský       | 3.18 |
| Jihomoravský    | 3.10 |

# Vývoj příjezdů irských turistů do ČR 2012-2022 (Q1-3)



# #VisitCzechRepublic



## Marketingové aktivity 2022

---

CzechTourism



# Konference Traverse 2022

**Popis:** Největší konference pro tvůrce online obsahu o cestování v Evropě, jejíž 9. ročník se letos konal v Brně. Společně s Brnem a Jižní Moravou jsme připravili pro 300 blogerů, influencerů a youtuberů nabitý týden zážitky včetně 70 různých poznávacích zážitků před konferencí, dále 2 konferenční dny nabitě 40 workshopy a 11 tzv. Post tours do 9 regionů, kterých se zúčastnilo vybraných 100 účastníků, aby poznali celou Českou republiku.

**Termín: 13.-23.9.2022**

**Výsledky: probíhá sběr dat**





# National Geographic Traveller food festival

**Popis:** B2C veletrh pro odběratele prestižního magazínu National Geographic Traveller. Zaměřovali jsme se na propagaci tradičních českých nápojů (pivo, víno) ve spolupráci s Národním vinařským centrem a Budvarem UK. Návštěvníkům byly nápoje představeny prostřednictvím degustací společně s prezentací Jižní Moravy a dále Jižních Čech (Budvar).

Organizace večerního doprovodného eventu s řízenou degustací vín pro vybrané média a influencery.

**Termín: 16.-17.7.2022**

**Výsledky:** Účast na veletrhu – 5700 návštěvníků;  
účast na press eventu 60 osob

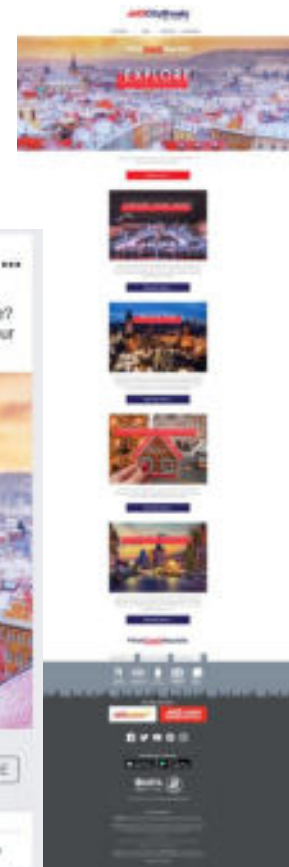
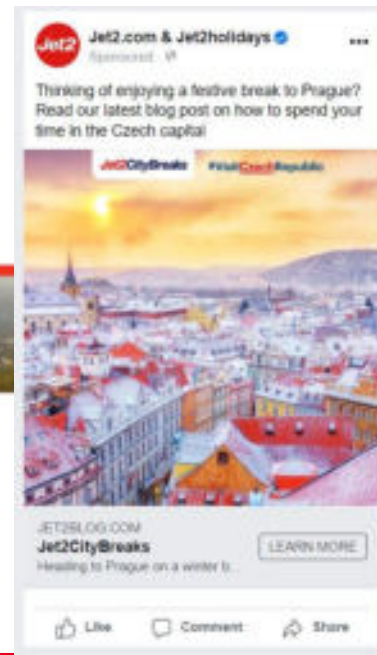


# Podzimní/zimní kampaň s aerolinkou Jet2

**Popis:** Integrovaná podzimní/zimní kampaň s aerolinkou Jet2 a tour operátorem Jet2 holidays, kteří jako jediný 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.

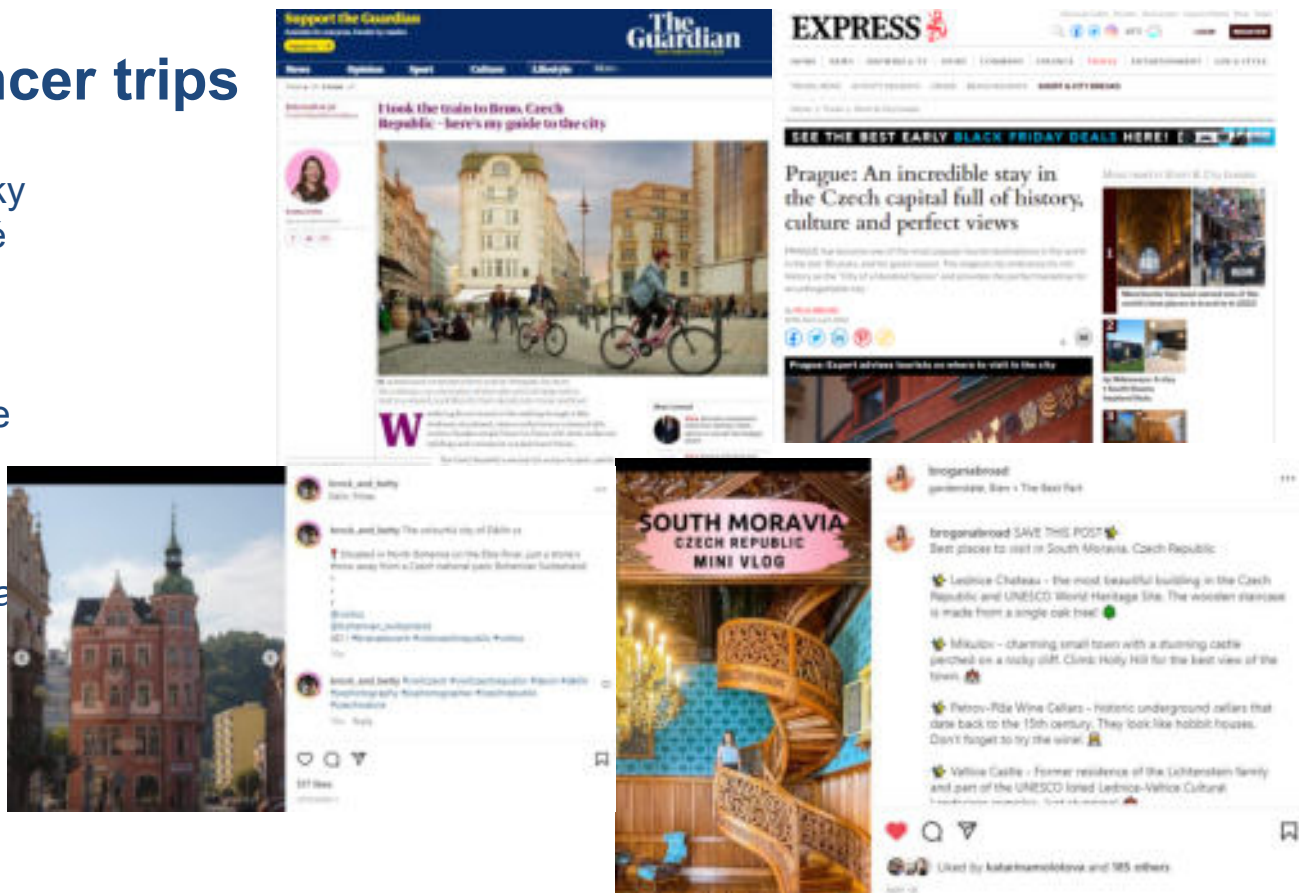
**Termín: 3.10.-10.12.2022**

**Výsledky: TBC**



# Press trips/Influencer trips

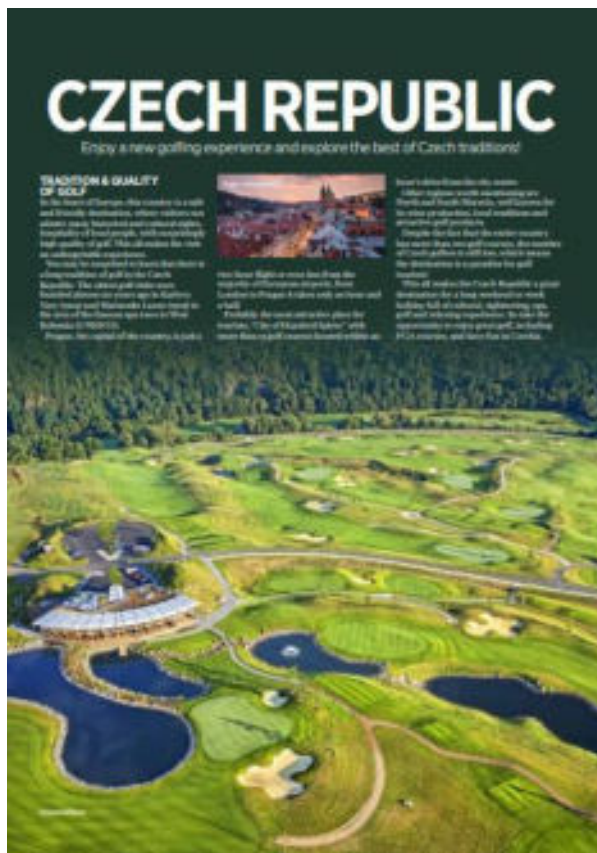
- ❑ Propagace České republiky jakožto atraktivní turistické destinace prostřednictvím článků v top médiích vytvořených na základě press tripů dále propagace prostřednictvím tvorby online obsahu na platformách a sociálních sítích prestižních bloggerů a influencerů
- ❑ Média: Financial Times, Guardian, Daily Mail, The Sun, Sunday World, National World, Daily Express, etc.





# Golfing holidays

- ❑ Propagace České Republiky jako ideální destinace pro Golfovou turistiku na sezónu léto-podzim 2022 a jaro 2023
- ❑ Speciální příloha „Golf Escapes 2022“ – magazínu Today's Golfer - největšího golfového časopisu v UK / Evropě. (136 000 odběratelů tištěné verze)
- ❑ FAM-PRESS trip – říjen 2022



# Trade akce B2B a MICE

- ❑ Meet the Media UK a Irsko
- ❑ Meet the Trade – ANTOR
- ❑ Destination Workshop MICE



# Co nás čeká 2023

- PROPED se ZÚ – incomingová mise irských médií a distributoru vína na Jižní Moravu
- Spolupráce s českou golfovou asociací na press a FAM tripu
- Aerolinková kampaň s Jet2
- MICE event v rámci WTM
- WTM London 2023
- MICE FAM trip ve spolupráci s Czech Convention Bureau
- National Geographic Traveller Food Festival
- Great Railway Journey hromadný press trip na podporu udržitelného turismu
- Individuální press tripy



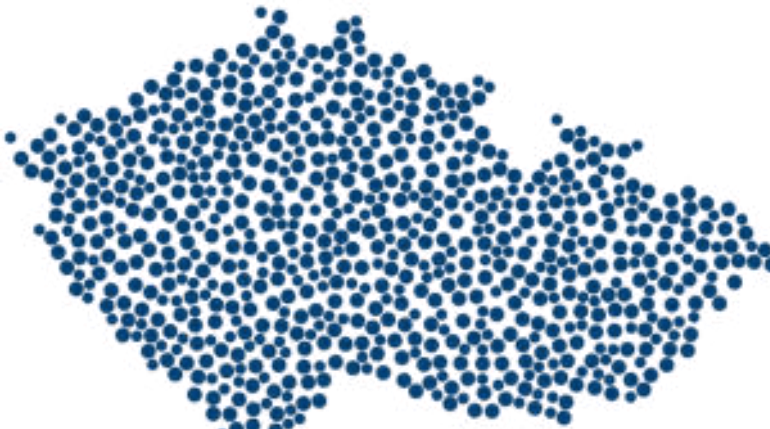


# #VisitCzechRepublic

Děkuji za pozornost !



Katarína Hobbs  
Email: [hobbs@czechtourism.com](mailto:hobbs@czechtourism.com)



Kateřina Buglová  
Email: [buglova@czechtourism.com](mailto:buglova@czechtourism.com)