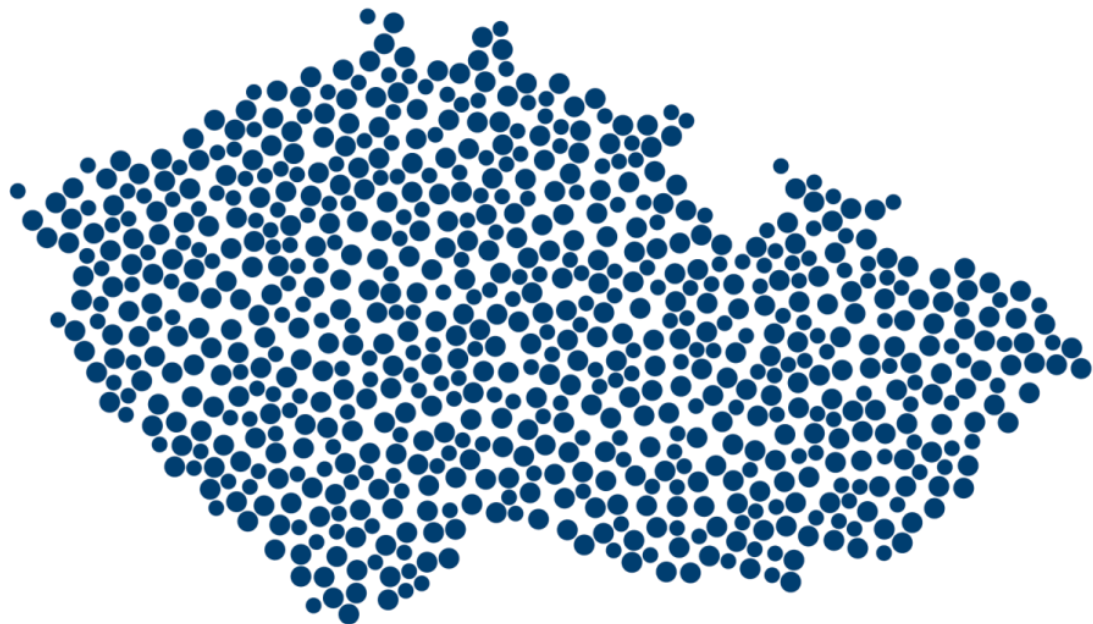




Exportní workshop – Zahraniční zastoupení Velká Británie

Současná ekonomická situace ve Velké Británii

- Ekonomický růst:** Očekává se růst HDP o 1,2 % v roce 2025, což podporuje poptávku po turismu.
- Inflace:** S inflací na 3,5 % a rostoucími životními náklady může být cestování pro britské občany dražší.
- Poptávka po staycations:** Zvýšená poptávka po domácích dovolených a krátkých víkendových výletech.
- Investice do zelených technologií:** Investice do udržitelného turismu a ekologických iniciativ.
- Maloobchodní výdaje klesají:** Méně peněz na luxusní dovolené kvůli nižší spotřebitelské důvěře a růstu životních nákladů.
- Pracovní trh:** Mírný růst nezaměstnanosti ovlivňuje schopnost Britů utrácet za dovolené.



Charakteristika britských turistů

- Pragmatismus a plánování:** Britští turisté jsou známí tím, že preferují důkladné plánování. Většina cestuje na základě doporučení přátel, recenzí a porovnávání možností online.

- Zájem o kulturu a historii:** Ačkoli britští turisté jsou často spojováni s plážovými destinacemi, mají také silný zájem o historické a kulturní destinace. Česká republika, s bohatou historií a kulturou, je pro ně atraktivní volbou.

- Důležitost pohodlí a přístupu:** Britové si velmi cení komfortu a přístupnosti. Většina turistů si vybírá destinace s dobrými leteckými spoji a kvalitní infrastrukturou.

- Věková kategorie:** Mladší turisté (do 35 let) se více zaměřují na zážitky, dobrodružství a unikátní destinace, zatímco starší turisté (35+) preferují pohodlné a tradiční destinace.



Nové předpisy pro britské občany cestující do zemí EU

1. Systém Entry/Exit (EES) – Zavedení od října 2025

•Co to je?

•Systém EES je nový systém EU pro automatizované kontroly hranic, který nahradí razítka v pasech sběrem biometrických údajů.

•**Jak to funguje:** Při příjezdu a odjezdu z Schengenské oblasti budou britští cestovatelé muset poskytnout:

- Platný pas
- Sken obličeje
- Otisky prstů

•**Účel:** Zajištění lepší bezpečnosti hranic a sledování doby pobytu, aby se zajistilo dodržování limitu 90 dnů pobytu v období 180 dnů.

•**Start:** Tento systém by měl být plně funkční od října 2025, s plným zavedením do března 2026. (abta.com)

2. Systém pro elektronické cestovní povolení (ETIAS) – Očekáváno na konci 2026

• Co to je?

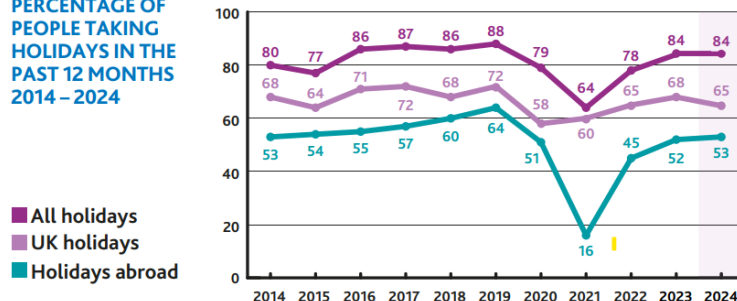
ETIAS je elektronické cestovní povolení, které bude vyžadováno od občanů, kteří nejsou povinni mít víza pro vstup do Schengenské oblasti.

- **Požadavky:** Aplikace na oficiálním webu EU (zatím není aktivní)
- Poplatek 7 € pro žadatele ve věku 18–70 let
- Platné údaje z pasu
- Osobní a cestovní informace
- **Platnost:** Povolení bude platné po dobu tří let nebo do vypršení platnosti pasu, podle toho, co nastane dříve.
- **Osvobozené osoby:** Děti do 18 let, dospělí nad 70 let, irští občané a britští občané s rezidentským statutem v EU jsou od ETIAS osvobozeni.
- **Implementace:** ETIAS bude aktivní na konci roku 2026. (travel-europe.europa.eu)

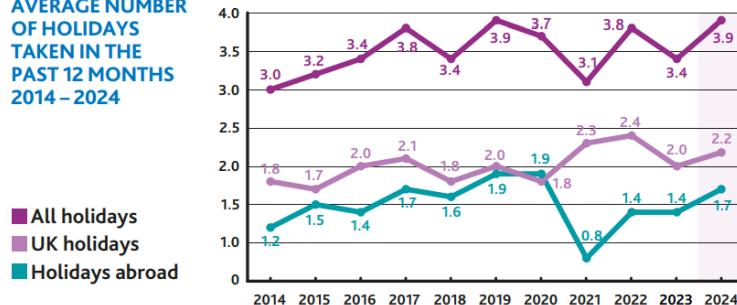
POPTÁVKA PO DOVOLENÝCH

- Počet dovolených: Vzrostl na 3,9 dovolené na osobu (oproti 3,4 předchozí rok).
 - Dovolené v zahraničí: 1,7 dovolené na osobu (nárůst z 1,4).
 - Dovolené ve Velké Británii: 2,2 dovolené na osobu (nárůst z 2,0).
 - Podíl cestujících: Zůstává stejný – 84% lidí cestuje.
 - Zahraniční cesty: 53% lidí cestuje do zahraničí (nárůst z 52%).
 - Dovolené ve VB: 65% (pokles z 68%).
- Závěr: Poptávka po dovolených byla silná, přičemž se jedná o „pravidelné cestovatele“, kteří cestují častěji než dříve.

PERCENTAGE OF PEOPLE TAKING HOLIDAYS IN THE PAST 12 MONTHS 2014 – 2024



AVERAGE NUMBER OF HOLIDAYS TAKEN IN THE PAST 12 MONTHS 2014 – 2024



Kto cestoval za posledních 12 měsíců

Rodiny: Stále cestují více než jiné věkové skupiny.

•**Rodiny s většími dětmi:** Cestovalo 62% (oproti 56% u rodin s mladšími dětmi).

Věk:

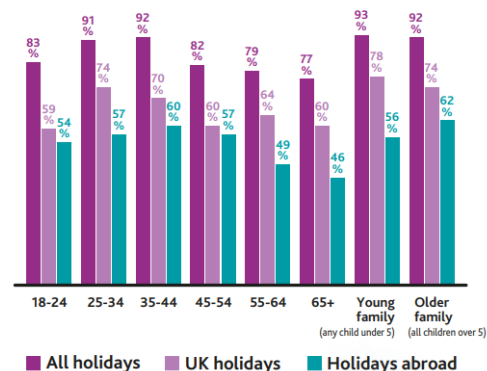
•**45-54 let:** Výrazný nárůst cestujících do zahraničí (z 47% na 57%).

•**35-44 let:** Nárůst z 55% na 60%.

•**65+ let:** Pokles z 49% na 46%.

•**18-24 let:** Pokles z 60% na 54%.

WHO TRAVELLED ON A HOLIDAY
IN THE PAST 12 MONTHS



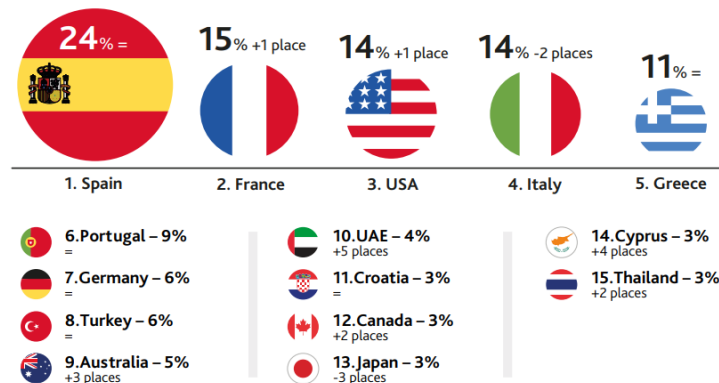
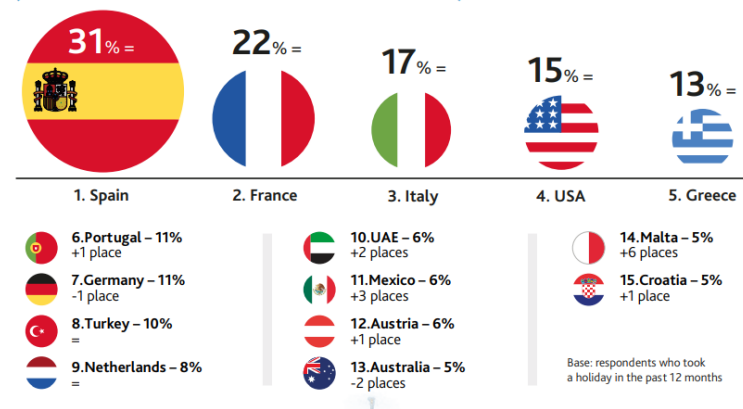
AVERAGE NUMBER OF
HOLIDAYS TAKEN
PER PERSON IN THE PAST
12 MONTHS BY LIFE STAGE

Average	3.9	2.2	1.7
Under 45 (no kids at home)	4.0	2.3	1.7
Younger family (any child under 5)	6.5	3.7	2.8
Older family (all children over 5)	5.3	3.0	2.3
Over 45 (no kids at home)	2.8	1.6	1.2

KAM LIDÉ CESTOVALI vs 2025 plans

- **Evropa:** 83% britských turistů si užilo dovolenou v Evropě za posledních 12 měsíců.
- **Nejoblíbenější destinace:** Španělsko zůstává nejoblíbenější destinací, následuje Německo a Portugalsko.
- **Zvýšení popularity:** Spojené arabské emiráty, Mexiko, Rakousko, Malta a Chorvatsko jsou oblíbenější než v předchozím roce.
- **"Coolcations":** Pojem pro hledání chladnějších destinací, ale naše data ukazují, že teplé

TOP COUNTRIES VISITED IN THE PAST 12 MONTHS
(DIFFERENCE IN RANKING COMPARED TO 2023)



DRUHY DOVOLENÝ

• **Plážové dovolené a městské víkendy** jsou stále nejpopulárnější typy dovolené.

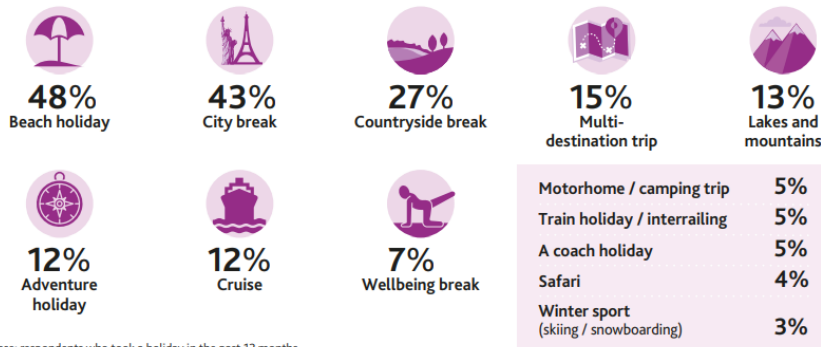
• **Plážová dovolená:** 48% turistů, 56% rodin.

• **Venkovské výlety:** 27%, nejvíce populární u lidí 55+ (32%).

• **Dobrodružné dovolené:** 12% cestujících, 29% u 18-24letých, 25% u 25-34letých.

• **Plavby, safari a zimní sporty:** Mladší věkové skupiny (18-34) dvakrát častěji než průměrní cestovatelé

FAVOURITE TYPES OF TRIP IN THE PAST 12 MONTHS

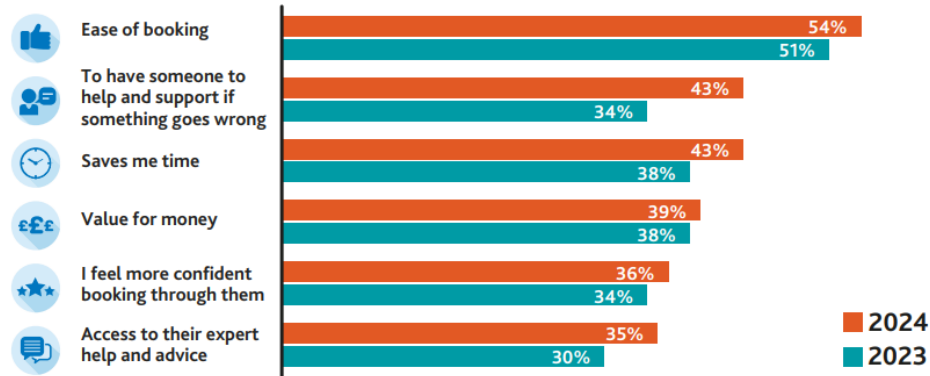


Base: respondents who took a holiday in the past 12 months

Booking habits

- 38% Britů** si rezervovalo dovolenou s cestovním profesionálem (nárůst z 34%).
- Výhody:** snadnost rezervace a garance pomoci v případě problémů (43%).
- Mladší věkové skupiny a rodiny s dětmi** čím dál častěji využívají služeb cestovních profesionálů.
- Rodiny s malými dětmi:** 36% v roce 2019, 55% letos.
- 18-24letí:** 48% rezervovalo s cestovním profesionálem letos (nárůst z 36% v roce 2019).

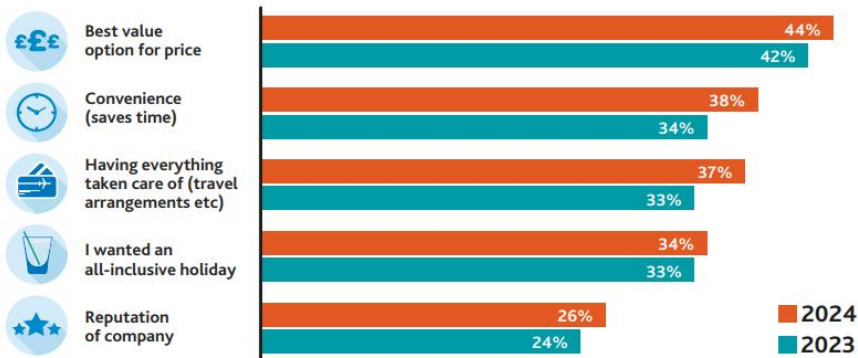
TOP REASONS FOR BOOKING WITH A TRAVEL PROFESSIONAL



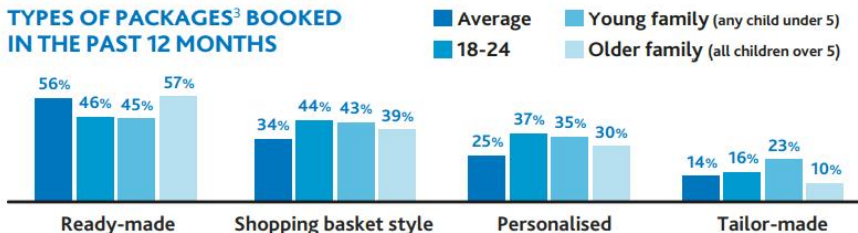
Balíčkové dovolené

- 62% Britů** využilo balíčkovou dovolenou v posledních 12 měsících (nárůst z 61%).
- Rodiny:** 77% rodin si zvolilo balíčkovou dovolenou (nárůst z 74%).
- 18-24letí:** 71% si vybralo balíčkovou dovolenou (nárůst z 65%).
- Výhody:** nejlepší hodnota za cenu (44%), úspora času (38%), vše zařízeno (37%).
- Předem připravené balíčky:** 56% lidí si zvolilo tento typ dovolené (nárůst z 51%).
- Mladší rodiny** více přizpůsobují své balíčkové dovolené než starší rodiny

TOP REASONS FOR BOOKING A PACKAGE



TYPES OF PACKAGES³ BOOKED IN THE PAST 12 MONTHS



Kdy cestujou

•**Růst celoročního cestování:** Lidé čím dál více cestují po celý rok, nejen v letních měsících.

•**Mladé rodiny (s předškolními dětmi):** Nejvíce plánují dovolenou v prosinci (27%)

•**Starší rodiny:** Nejoblíbenější měsíce jsou srpen (23%) a červenec (20%).

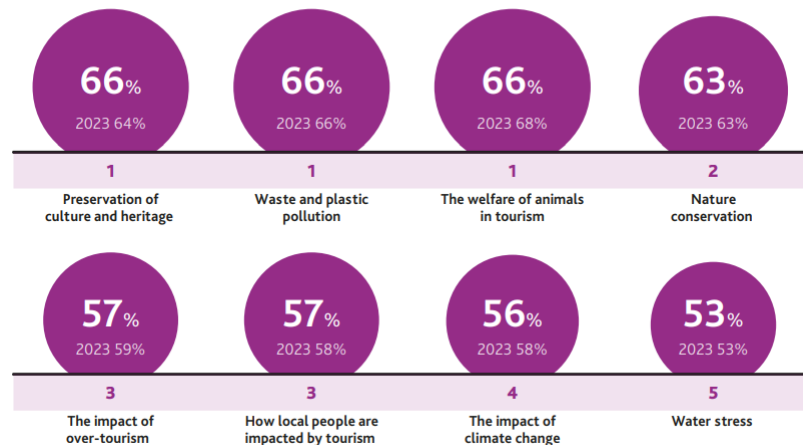
•**Skupiny bez dětí doma:** Preferují září pro klidnější dovolenou s posledními letními dny

	2024				2025							
	SEP	OCT	NOV	DEC	JAN	FEB	MAR	APR	MAY	JUN	JUL	AUG
Average*	23%	17%	15%	16%	9%	11%	12%	13%	17%	15%	15%	16%
Under 45 (no kids at home)	19%	13%	14%	17%	9%	10%	12%	13%	15%	16%	19%	18%
Young family (any child under 5)	10%	14%	18%	27%	9%	12%	9%	14%	15%	14%	16%	24%
Older family (all children over 5)	18%	16%	13%	18%	8%	8%	9%	12%	12%	13%	20%	23%
Over 45 (no kids at home)	31%	16%	13%	18%	8%	8%	9%	12%	12%	13%	20%	23%

UDRŽITELNÉ CESTOVÁNÍ

- **Udržitelnost** je stále důležitým tématem pro firmy i spotřebitele.
- **Top obavy** spotřebitelů: ochrana zvířat, kultury a dědictví, odpady a plastové znečištění.
- **Přírodní prostředí** je silným tématem pro veřejnost.
- **Nové opatření:** poplatky, daně a protesty místních obyvatel v některých destinacích.
- **Pokles obav** o overtourism a dopad na místní obyvatele.
- **Zvýšení obav** o ochranu kultury a dědictví (+2%).

TOP CONCERNS ABOUT THE IMPACT OF HOLIDAYS

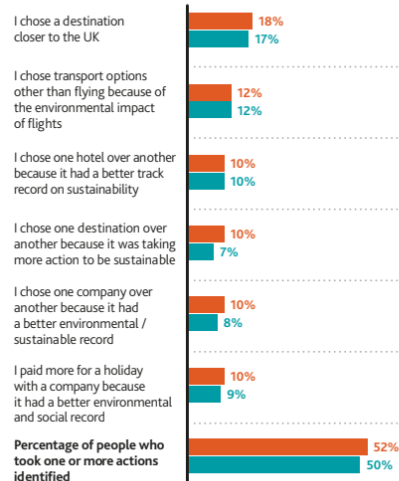


SPOTŘEBITELÉ A ODPOVĚDNÉ CESTOVÁNÍ

52% spotřebitelů dělalo během plánování dovolené odpovědná rozhodnutí ohledně životního prostředí (nárůst z 50%).

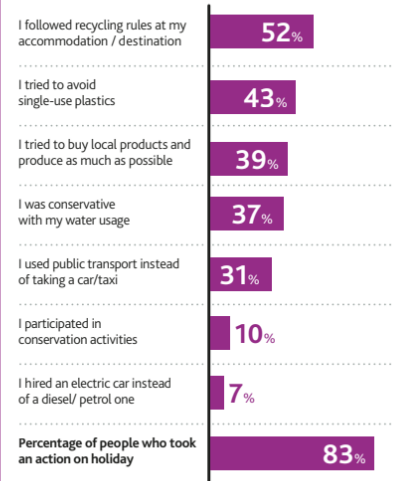
- **83% lidí podniklo během dovolené alespoň jeden krok pro udržitelnost.**
- **52% lidí následovalo pravidla pro recyklování v ubytování nebo destinaci.**
- **Trend se pomalu roste, ale je příliš brzy na to, abychom hodnotili, zda jde o dlouhodobý vzorec.**

ACTIONS PEOPLE TOOK WHILE PLANNING A HOLIDAY 2024 vs 2023



Base: respondents who took a holiday in the 12 months prior

ACTIONS PEOPLE TOOK WHEN ON HOLIDAY



- ❑ Online rezervace: Britové často plánují svou dovolenou online přes cestovní portály, jako je Expedia, Booking.com, nebo prostřednictvím cestovních agentur. Často hledají nejlepší nabídky na srovnávacích webech.
- ❑ Last-minute zájezdy: Ačkoliv mnoho Britů plánuje s dostatečným předstihem, rostoucí počet turistů volí také last-minute nabídky.
- ❑ Výběr podle doporučení: Britové se silně spoléhají na recenze a doporučení, ať už od přátel, rodiny, nebo online recenzí na platformách, jako je TripAdvisor

Proces rozhodování

- ❑ **Klíčové faktory při rozhodování:** rozpočet, klimatický dopad, popularita destinace.
- ❑ **Hodnota za peníze:** Britští turisté mají rádi výhodné nabídky, takže nabídka atraktivních balíčků nebo zážitků, které spojují cenu a kvalitu, je klíčová.
- ❑ **Flexibilita:** Růst digitálního nomádství a hybridní práce znamená, že mnoho turistů hledá destinace, kde mohou kombinovat práci a volný čas. 23%
- ❑ **Ekologické povědomí:** Udržitelnost získává na důležitosti. Destinace, které nabízejí ekologicky šetrné možnosti (např. zelené hotely, zážitky v přírodě), jsou atraktivnější
- ❑ **Výzkum a informace:** Silně spoléhají na recenze online, doporučení a sociální sítě, takže viditelnost na populárních platformách (TripAdvisor, Instagram) je zásadní.
- ❑ **Faktory ovlivňující rozhodování:** Důležité faktory při výběru destinace zahrnují dostupnost letů, kvalitu ubytování, snadnost cestování a zkušenosti z minulých dovolených.



Co Britové Chtějí ?

- ❑ **Zaměření se na zážitky:** Britští turisté vyhledávají kulturní a autentické zážitky. kulturu, lokální kuchyni a historii.
- ❑ **Personalizované nabídky:** cílené balíčky pro různé typy cestovatelů
- ❑ **Jednoduchost cestování:** Britští turisté si cení pohodlí, takže hledají snadné letecké spojení, bezproblémová doprava a anglicky mluvící průvodci jsou velmi oceňováni.
- ❑ **Komunikace:** Britští turisté očekávají jasnou komunikaci a vysokou úroveň zákaznického servisu. Britští turisté si cení transparentnosti a rychle sdílejí své zkušenosti online, takže podporujte pozitivní recenze a rychle reagujte na stížnosti.

Letecká spojení Velká Británie - Česko

- ☐ London Heathrow (LHR) -> Prague: British Airways
- ☐ London Gatwick (LGW)-> Prague: EasyJet, Wizz Air
- ☐ London Stansted (STN)-> Brno, Prague, Ostrava: Ryanair, Jet2 (sezónní)
- ☐ London Luton (LTN)-> Prague: Wizz Air, EasyJet
- ☐ London City Airport (LCY) -> Prague: British Airways
- ☐ Manchester (MAN)-> Prague: EasyJet, Ryanair, Jet2
- ☐ Birmingham (BHX)-> Prague: Ryanair, Jet2, Smart Wings, EasyJet (sezónní)
- ☐ Liverpool (LPL) -> Prague: EasyJet, Jet2 (sezónní)
- ☐ Edinburgh (EDI) -> Prague: Ryanair, EasyJet, Jet2
- ☐ Bristol (BRS)-> Prague: EasyJet, Ryanair, Jet2 (sezónní)
- ☐ Leeds Bradford (LBA)-> Prague: Jet2
- ☐ Glasgow (GLA) -> Prague: Jet2, EasyJet (nova linka), Jet2 (sezónní)
- ☐ Newcastle (NCL)-> Prague: Jet2 (sezónní)
- ☐ East Midlands (EMA)-> Prague: Ryanair, Jet2 (sezónní)
- ☐ Belfast (BFS) -> Prague: Jet2, EasyJet (sezónní)
- ☐ Dublin (DUB) -> Airlingus, Ryanair



Ve Velké Británii existuje „několik typů“ CK a TO

1. Touroperátoři:

Plnohodnotní touroperátoři:
Organizují celé balíky dovolených včetně letenek, ubytování a dalších služeb. Např. Jet2holidays

Specializovaní touroperátoři:
Zaměřují se na konkrétní typ dovolených, jako jsou luxusní dovolené, dobrodružné výlety nebo ekologické cestování. Např. Exodus Travels, G Adventures.

Touroperátoři obvykle přímo organizují celé zájezdy (letenky, hotely, transfery) a následně tyto balíčky prodávají přes **cestovní kanceláře** nebo online.

2. Cestovní kanceláře

Tradiční cestovní kanceláře: Tyto kanceláře mají kamenné pobočky, kde klienti mohou osobně přijít a rezervovat si dovolené. Např. TUI, Hays Travel.

Online cestovní kanceláře (OTAs):
Zákazníci si objednávají své dovolené online. Sem patří společnosti jako Expedia, Booking.com.

Cestovní kanceláře mohou být buď nezávislé, nebo spojené s velkými řetězci, a nabízejí balíčky touroperátorů i další doplňkové služby, jako je pojištění či pronájem aut.

3. Homeworking cestovní agentury

Tento systém je velmi rozšířený v Británii. Agenti pracují z domova a nabízejí personalizované služby, často se specializují na konkrétní typ dovolené.

Home-based travel agents jsou často nezávislí a pracují buď sami, nebo pod hlavičkou větších společností, jako jsou Travel Counsellors, přičemž se specializují na osobní přístup a budování dlouhodobých vztahů s klienty.

Podrobná struktura britského trhu cestovního ruchu

☐ Cestovní operátoři (Tour Operators):

Plnohodnotní TO: Nabízejí širokou škálu balíčků (např. TUI, Jet2holidays), zahrnující lety, ubytování a transfery.

Specializovaní TO: Zaměřují se na určité segmenty trhu (např. Cox & Kings pro luxusní cesty, Explore pro dobrodružné výlety).

☐ Cestovní agentury (Travel Agencies):

Kamenné pobočky: Klasické prodejny, kde si zákazníci mohou rezervovat dovolené osobně (např. Hays Travel).

Online agentury: Poskytují možnost rezervace online (např. Expedia, On the Beach).

Specializované agentury: Zaměřují se na konkrétní typy cestování (např. Trailfinders pro dlouhé lety, Luxury Travel Agency pro luxusní dovolené).

☐ Home-based agentury:

Pracují z domova, ale mají přístup k široké nabídce produktů a často nabízejí personalizované služby (např. Not Just Travel, Travel Counsellors).

☐ Specializované nezávislé agentury:

Luxusní agentury: Specializují se na vysoce kvalitní a na míru šité zájezdy (např. Abercrombie & Kent, Scott Dunn).

Dobrodružné agentury: Nabízejí zážitky zaměřené na dobrodružství a zážitkový turismus (např. Explore, Intrepid Travel).

☐ Trh funguje díky spolupráci TO, cestovních agentur a home-based agentur, přičemž každý segment má svůj vlastní tržní prostor a specializaci. Specializované agentury a home-based agentury poskytují personalizované služby pro konkrétní potřeby klientů

Cestovní trendy a 2025 by Hilton

Spontánnost a last-minute cestování

- 39 % respondentů plánuje dovolenou 1–3 měsíce předem.
- 55 % podnikne 2–3 zahraniční cesty ročně, přičemž krátké spontánní výlety jsou běžné.

Nárůst sólo cestování

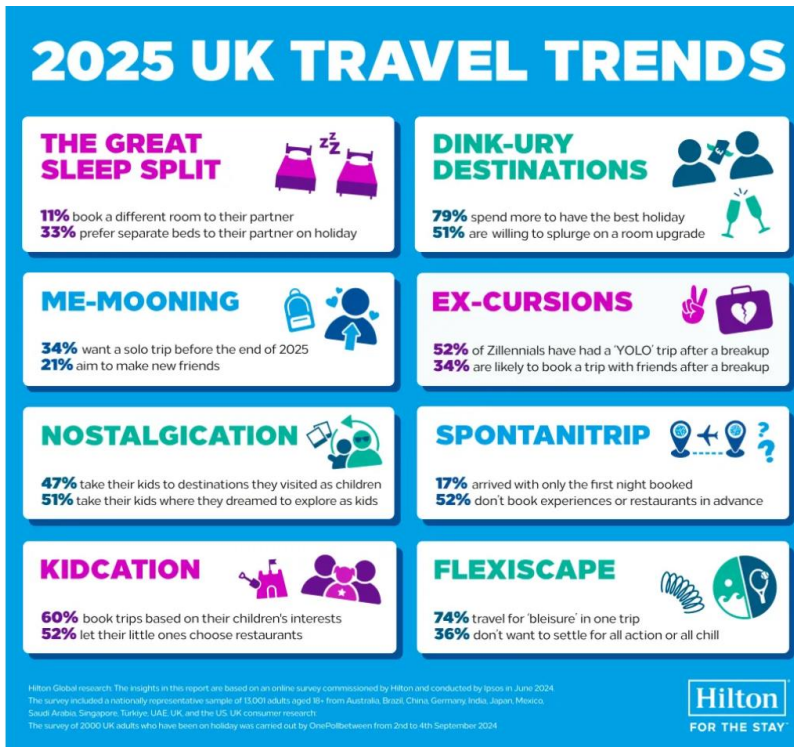
- 48 % cestovatelů plánuje alespoň jednu cestu o samotě.
- Ženy zvláště oceňují sólo cestování jako příležitost pro osobní růst a objevování.

Wellness a cestování s hlubším smyslem

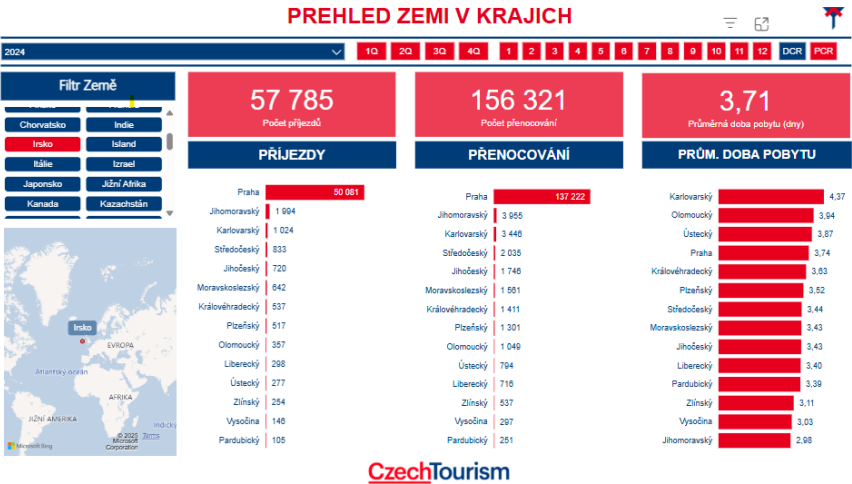
- Roste zájem o wellness, seberozvoj a unikátní zážitky.

Redefinice luxusu

- Cestovatelé více oceňují emoční luxus (autenticitu, pomalé tempo) než materiální přepych.
- Stále častěji dávají přednost nezávislému, butikovému ubytování.

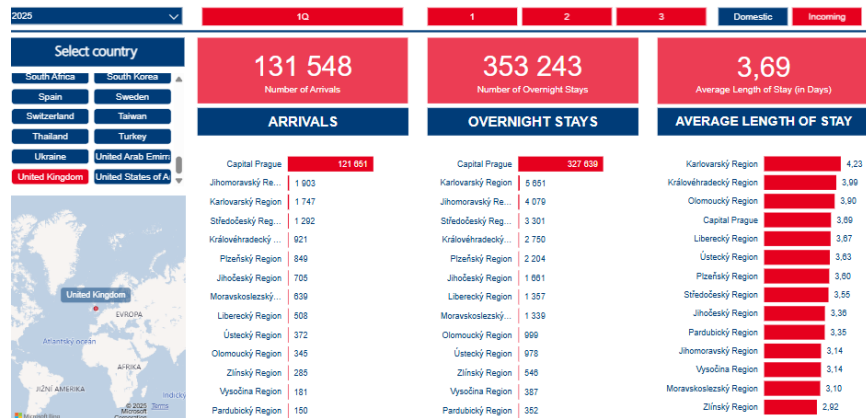


Cestování Britů a Irů v roce 2024



Zdroj :<https://tourdata.cz/data/hoste-v-hromadnych-ubytovacich-zarizeni-dle-zemi-2025-q/>

↑ Cestování Britů v roce 2025 1QY ↑



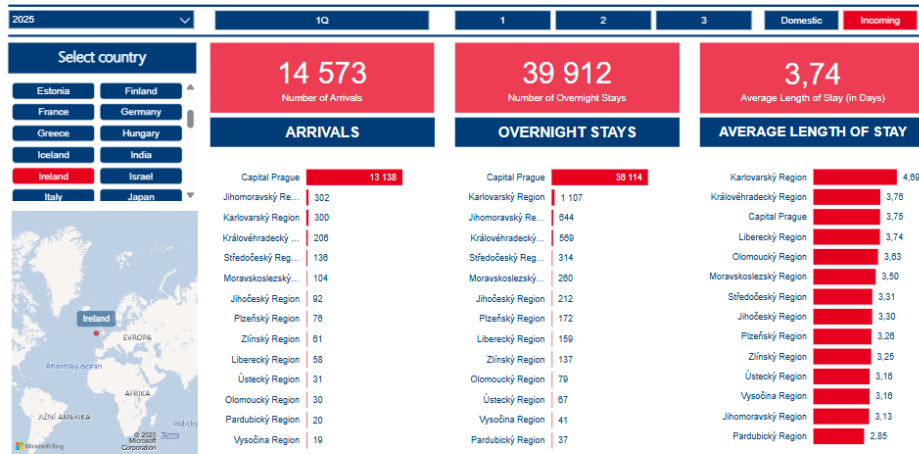
Hosté v hromadných ubytovacích zařízeních podle zemí 1. čtvrtletí 2025

	DCR/PCR	Počet příjezdů	Podíl	YOY 25/24	Počet přenocování	Podíl	YOY 25/24	Průměrná doba pobytu ve dnech
Rezidenti		2 177 413	52,49%	1,07 %	5 545 325	52,57%	-0,84 %	3,55
Nerezidenti		1 970 580	47,51%	1,86 %	5 002 418	47,43%	2,22 %	3,54
Německo		452 695	10,91%	-8,81 %	1 336 623	12,67%	-7,64 %	3,95
Polsko		180 563	4,35%	28,50 %	420 812	3,99%	31,39 %	3,33
Slovensko		163 578	3,94%	-6,33 %	318 223	3,02%	-6,81 %	2,95
Velká Británie a Severní		131 548	3,17%	16,76 %	353 243	3,35%	16,96 %	3,69
Itálie		113 320	2,73%	4,02 %	310 432	2,94%	4,23 %	3,74
Ukrajina		79 523	1,92%	13,85 %	182 750	1,73%	20,36 %	3,30
Spojené státy		67 035	1,62%	4,28 %	168 682	1,60%	5,50 %	3,52
Francie		59 973	1,45%	2,86 %	159 367	1,51%	2,73 %	3,66

Zdroj : <https://tourdata.cz/data/hoste-v-hromadnych-ubytovacich-zarizeni-dle-zemi-2025-q/>

↑ Cestování Irů v roce 2025 1QY ↑

COUNTRY OVERVIEW IN REGIONS



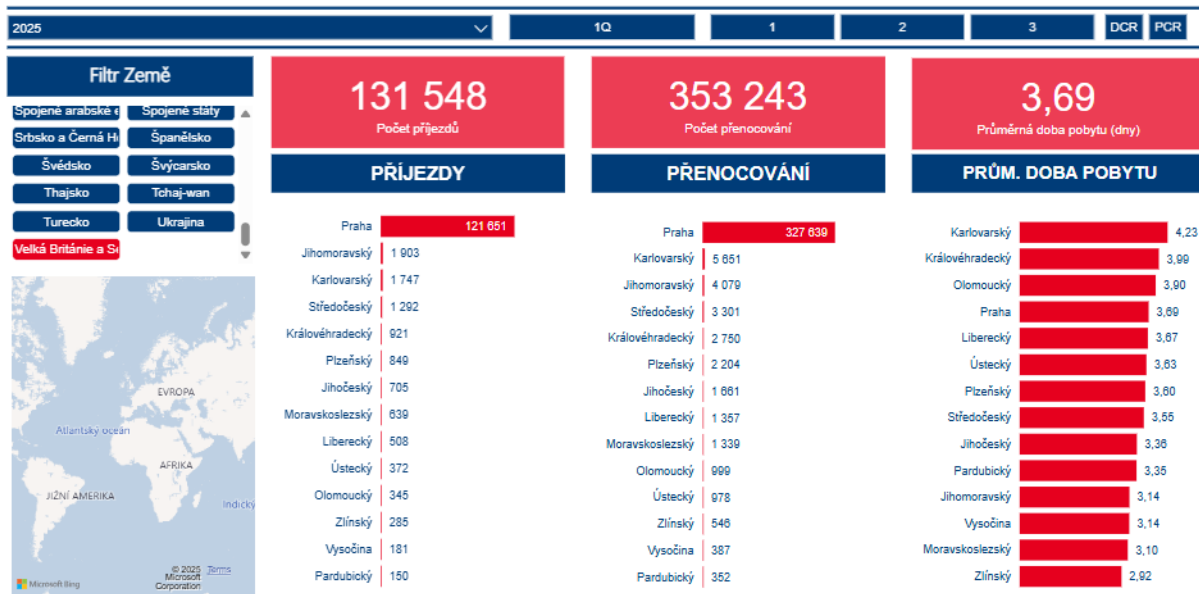
CzechTourism

Nizozemské království	34 700	0,84%	-1,19 %	95 717	0,91%	-7,38 %	3,76
Tchaj-wan	32 509	0,78%	-11,36 %	54 286	0,51%	-9,87 %	2,67
Čína	29 987	0,72%	38,87 %	58 063	0,55%	50,61 %	2,94
Maďarsko	29 285	0,71%	-15,12 %	58 510	0,55%	-20,51 %	3,00
Turecko	26 970	0,65%	23,85 %	68 004	0,64%	23,91 %	3,52
Ostatní evropské země	24 386	0,59%	-7,47 %	59 471	0,56%	-5,10 %	3,44
Rumunsko	22 410	0,54%	6,62 %	53 558	0,51%	1,69 %	3,39
Řecko	17 494	0,42%	-6,56 %	54 594	0,52%	-3,18 %	4,12
Belgie	15 621	0,38%	-11,54 %	37 794	0,36%	-14,50 %	3,42
Švýcarsko	15 252	0,37%	-17,39 %	37 195	0,35%	-16,88 %	3,44
Irsko	14 573	0,35%	1,90 %	39 912	0,38%	0,51 %	3,74
Japonsko	14 057	0,34%	13,36 %	27 679	0,26%	11,59 %	2,97
Indie	12 653	0,31%	13,81 %	31 115	0,29%	16,25 %	3,46

Zdroj :<https://tourdata.cz/data/hoste-v-hromadnych-ubytovacich-zarizeni-dle-zemi-2025-q/>

Cestování Britů v roce 2025

PŘEHLED ZEMÍ V KRAJÍCH

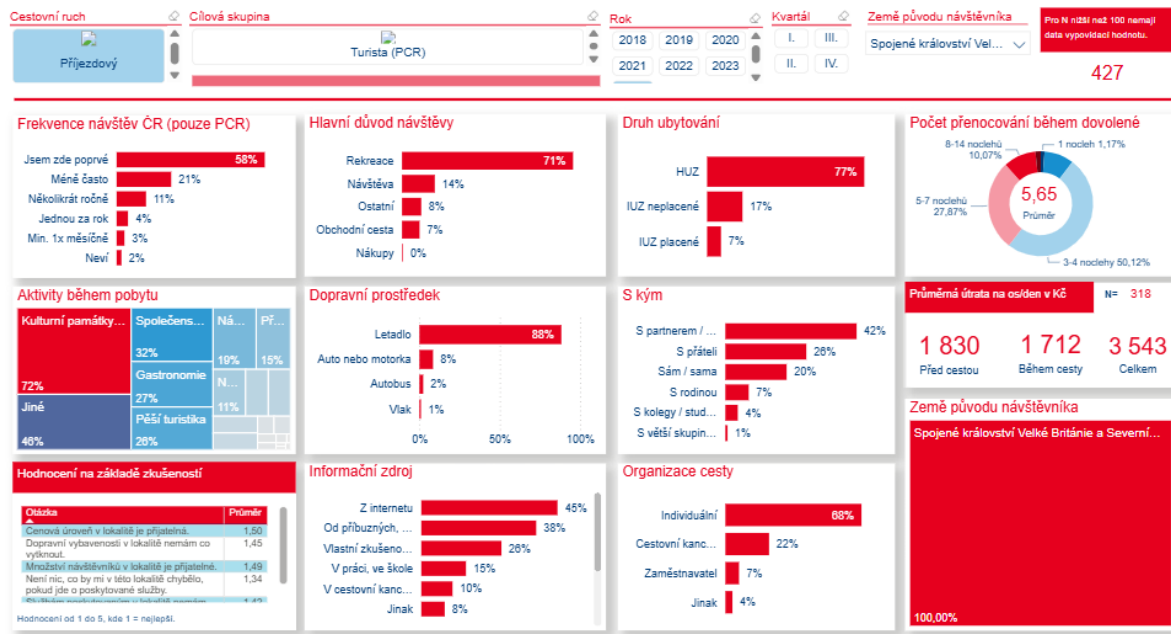


CzechTourism

Zdroj

<https://tourdata.cz/data/hoste-v-hromadnych-ubytovacich-zarizeni-dle-zemi-2025-q/>

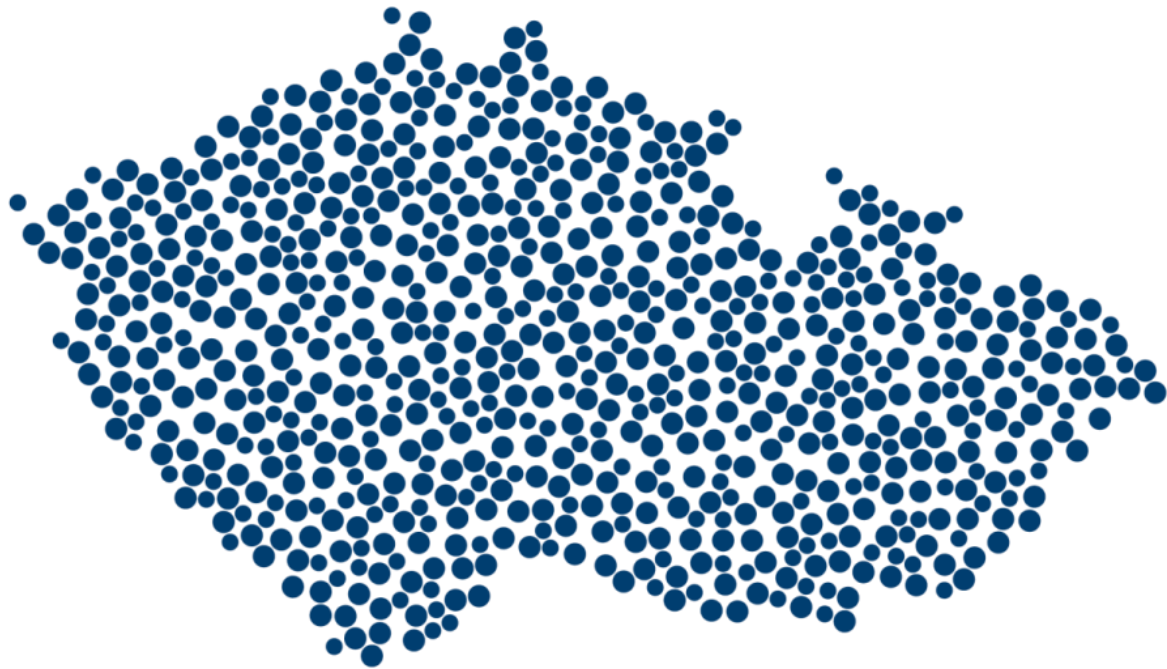
Cestování Britů v roce 2024 - Tracking



CzechTourism

Zdroj:

<https://tourdata.cz/data/tracking-domaciho-a-prijezdoveho-cestovniho-ruchu/>



Marketingové aktivity

Cíle marketingových aktivit

- ☐ Udržování dobré image ČR – blízká, bezpečná, zajímavá a neobjevená evropska destinace s velmi dobrou infrastrukturou
- ☐ Prodlužování pobytu v Praze – aktivity, zážitky, jednodenní výlety
- ☐ Zvyšování útraty
- ☐ Rozvoj produktu Česko vlakem – citybreaky v regionech

Práce s médiami

Stay here...

Best Even if it's a relatively unknown village, the most beautiful places in the world are often found in the most remote corners of the globe. In the heart of the Czech Republic, there are several small towns that are worth a visit. One of the most beautiful is the town of Telč, which is a UNESCO World Heritage site. It is a small town with a beautiful castle and a beautiful church. It is a great place to visit if you are looking for a quiet and beautiful place to stay.

Discover The town of Telč is a beautiful place to visit. It is a small town with a beautiful castle and a beautiful church. It is a great place to visit if you are looking for a quiet and beautiful place to stay.

Best Even if it's a relatively unknown village, the most beautiful places in the world are often found in the most remote corners of the globe. In the heart of the Czech Republic, there are several small towns that are worth a visit. One of the most beautiful is the town of Telč, which is a UNESCO World Heritage site. It is a small town with a beautiful castle and a beautiful church. It is a great place to visit if you are looking for a quiet and beautiful place to stay.

4 TOP THINGS TO DO

Discover The town of Telč is a beautiful place to visit. It is a small town with a beautiful castle and a beautiful church. It is a great place to visit if you are looking for a quiet and beautiful place to stay.

Best Even if it's a relatively unknown village, the most beautiful places in the world are often found in the most remote corners of the globe. In the heart of the Czech Republic, there are several small towns that are worth a visit. One of the most beautiful is the town of Telč, which is a UNESCO World Heritage site. It is a small town with a beautiful castle and a beautiful church. It is a great place to visit if you are looking for a quiet and beautiful place to stay.



South Moravia in five days

Don't miss... The region of South Moravia is a beautiful place to visit. It is a small region with a beautiful landscape and a beautiful history. It is a great place to visit if you are looking for a quiet and beautiful place to stay.

Discover The region of South Moravia is a beautiful place to visit. It is a small region with a beautiful landscape and a beautiful history. It is a great place to visit if you are looking for a quiet and beautiful place to stay.



South Moravia, Czechia

The province of South Moravia is a beautiful place to visit. It is a small province with a beautiful landscape and a beautiful history. It is a great place to visit if you are looking for a quiet and beautiful place to stay.



Czech Republic: Why you should take a train travel adventure around Czechia this summer - six exciting places to visit

Discover The Czech Republic is a beautiful country with a beautiful landscape and a beautiful history. It is a great place to visit if you are looking for a quiet and beautiful place to stay.



The central European wine region giving France a run for its money

In South Moravia, forgotten grape varieties are making a comeback, natural winemaking thrives and cellar doors are free of tourist crowds



Prague Czechia

City of Prague is the capital of the Czech Republic. It is a beautiful city with a beautiful landscape and a beautiful history. It is a great place to visit if you are looking for a quiet and beautiful place to stay.



Prague Czechia

City of Prague is the capital of the Czech Republic. It is a beautiful city with a beautiful landscape and a beautiful history. It is a great place to visit if you are looking for a quiet and beautiful place to stay.

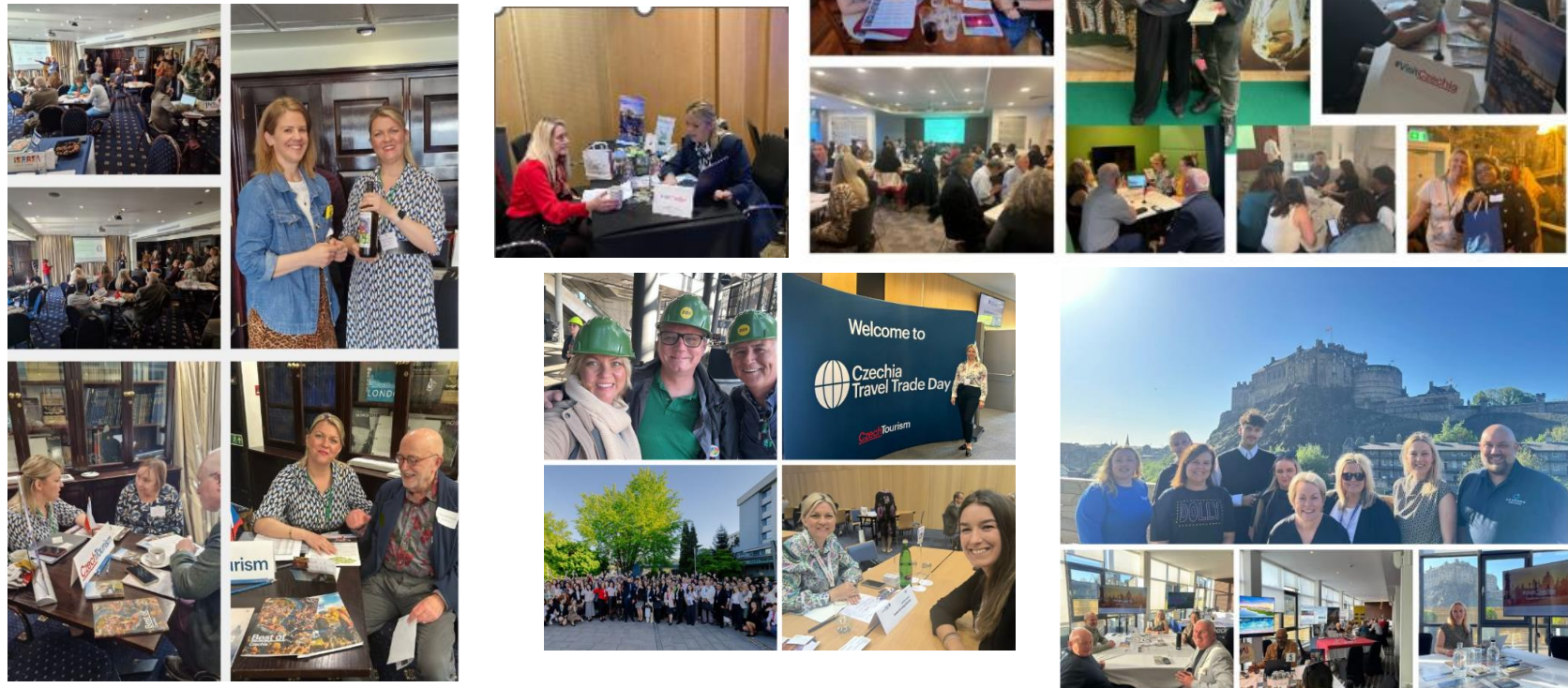


Prague Czechia

City of Prague is the capital of the Czech Republic. It is a beautiful city with a beautiful landscape and a beautiful history. It is a great place to visit if you are looking for a quiet and beautiful place to stay.



B2B spolupráce, workshopy



Plánované promo akce 2024

☐ Červen

PT Evening Standard Lázeňství

Rádio kampaň v Irksu

PT Vodáctví

☐ Červenec

Waypoint

NGT food traveller festival

MICE veletrh Meeting UK

☐ Září

PT golf

PT Aktivní dovolená

☐ Listopad

World Travel Market

MICE workshop

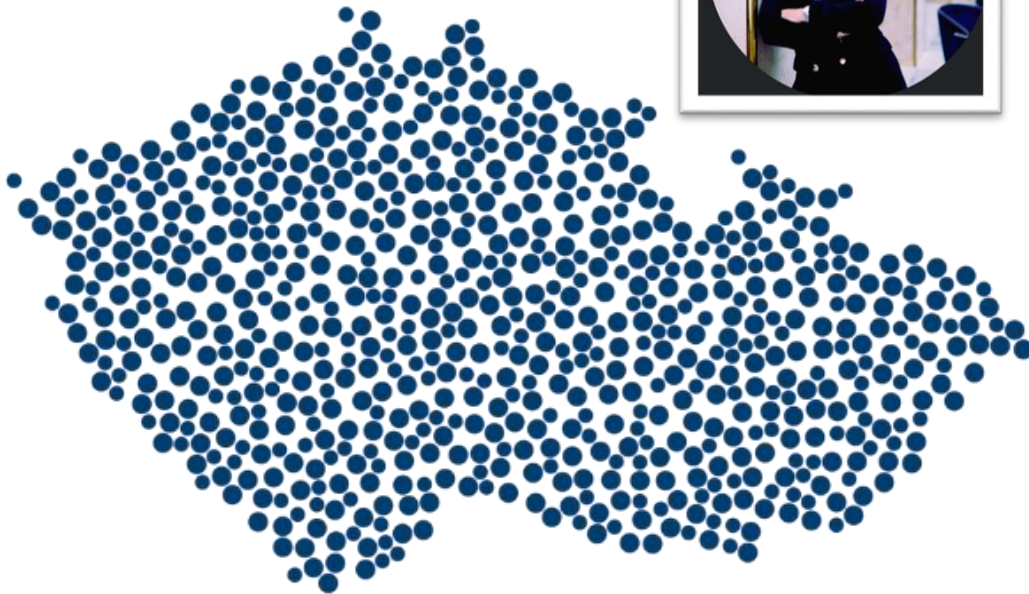
National Geographic Traveller Festival 2025



Prezentace a Workshop UNEXPECTED Czechia pro CK a TO



Děkuji za pozornost!



Katarína Hobbs

Email: hobbs@czechtourism.com

Tel: +44 7766 073 793