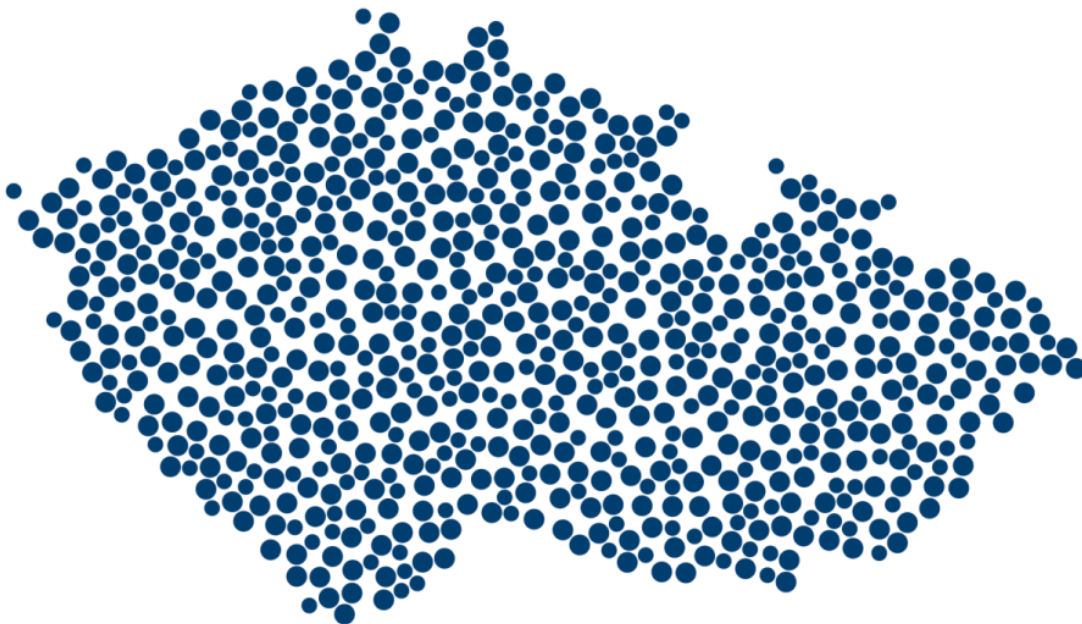




Exportní workshop – ZZ Skandinávie a Finsko

Obsah

- ❑ Aktuální situace na švédském trhu
- ❑ Cestovatelské trendy a chuť Švédů cestovat
- ❑ Příjezdy Švédů do ČR
- ❑ Aktivity CzechTourism Skandinávie a Finsko 2025

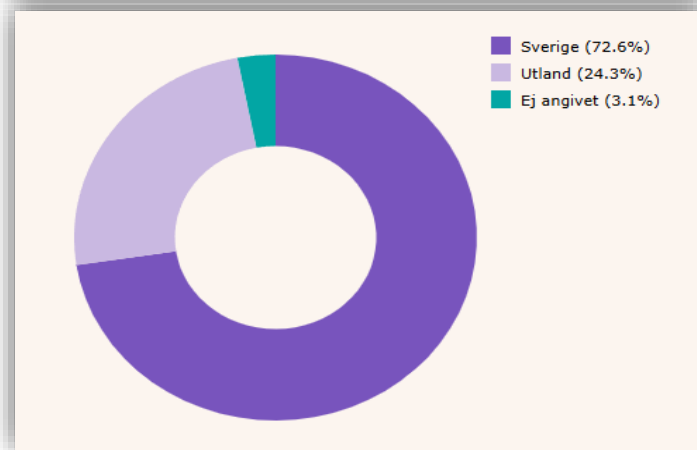
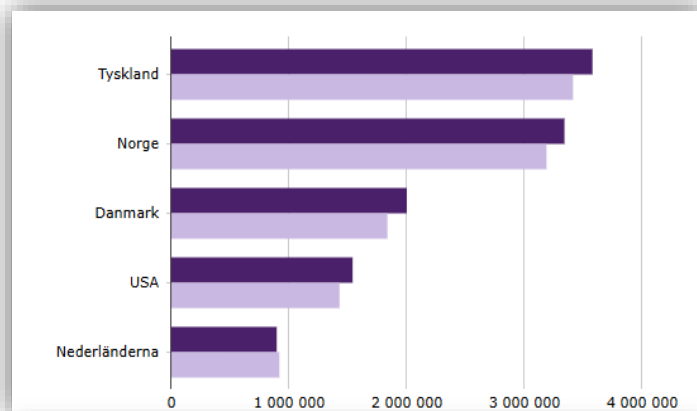


TOP trhy dle příjezdů

- ❑ Země dle příjezdů do Švédska (2024)
- ❑ Podíl DCR a příjezdového cestovního ruchu (2024)

Coolcationg

- ❑ Renomovaný cestovatelský časopis „Condé Nast Traveler“ označil tento trend za jeden z klíčových cestovních trendů roku 2024
- ❑ Stále však neexistují žádné statistiky, které by potvrzovaly, že „únik před horkem“ je pro turisty hnacím motorem cestovního trendu s názvem „coolcation“.
- ❑ Mezinárodní zájem o pojem „coolcation“ ale podle Googlu stále roste.



Globální trendy v cestování

V roce 2025 bude poptávka po cestování i přes globální nejistotu stále vysoká.
Dle nejnovější analýzy Visit Sweden má o návštěvu destinace zájem přibližně 80 mil. cestovatelů.

1. Autentičnost

- smysluplné inspirující zážitky
- „Hyperlokální“ zaměření: potraviny, tradice
- Vazby na místní obyvatele: příběhy
- Skryté poklady: méně známé destinace
- Zážitky: kulturní akce, oslavy

2. Wellbeing

- Soft travel: relaxační zážitky
- Spojení s přírodou: „Noctotourismus“ „Silent Travel“, nenáročná pěší turistika
- Digitální detox: cestování bez mobilu

3. Vědomá volba/ uvědomělé cestování

- Udržitelnost založená na důkazech
- Regenerativní cestování – příroda a rozvoj komunity
- Budget: „good value for money“, mimo sezónu

4. Bezproblémové a personalizované služby

Expedia: 68 % cestovatelů stráví 5 hod. času a využívá 10 zdrojů k plánování svých cest

- Nástroje řízené umělou inteligencí
- Jednoduché rezervační systémy

Jak být digitálně přítomný po celou dobu cestovního cyklu.

Rozdělení cesty zákazníka do 5-ti digitálních fází:

1. Snění

Cestovatelé se inspiřují vizuálním obsahem na SM.

- Instagram, Youtube, FB, TikTok apod.
- Sdílet a používat hashtagy a geotagy.
- Spolupráce s influencery

2. Plánování - Google Maps vyžívá 67%

Aktivně porovnávají destinace, zážitky a ceny.

- Optimalizace webu a jeho aktuálnost
- Přítomnost na stránkách s recenzemi
- Profil na Google Business a propojení na SM

3. Rezervace – 63% v on-line prostředí (49 % v 2019)

Často na poslední chvíli a v mobilech.

- Jednoduché rezervační systémy a OTAs.
- CTA

4. Zážitek

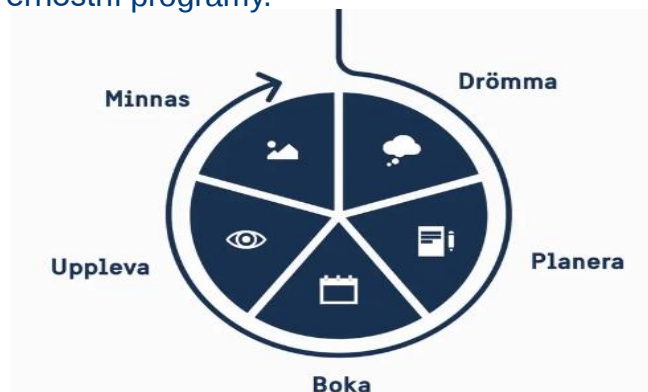
Během cesty používají digitální nástroje.

- Mobile-friendly web.
- Dostupná komunikaci (Messenger, WhatsApp)
- Info na místě, podpora sdílení na SM z místa.

➤ 5. Nezapomeňte na

Po cestě se podělí o své zážitky.

- Podporovat recenze a sdílení na SM
- Využívat zpětné vazby k budování důvěry
- Věrnostní programy.



Švédové si letos chtějí splnit vysněné zážitky

Generace Z – důraz na vytváření celoživotních vzpomínek, poznávání světa zcela novým způsobem a sdílení zážitků s blízkými. Plánuje během roku dva nebo více zážitků (často spojených s cestováním)

Jaké zážitky jsou letos nejdůležitější?

- Cestování a turistika (88 %)
- Zážitky spojené s jídlem (86 %)
- Živá hudba (78 %)
- Zážitky spojené s filmem (73 %)
- Historické zážitky (73 %)
- Outdoorové aktivity (71 %)
- Umění a kulturní zážitky (70 %)
- Zážitky spojené s rodinou (69 %)
- Wellness a wellbeing (68 %)
- Divadlo (66 %)

- ✓ Méně utrácet za oblečení a materiální věci
- ✓ Více za svatby a rodinné události
- ✓ Čas strávený s blízkými je stejně důležitý jako samotný zážitek (33 %)



NEJOBLÍBENĚJŠÍ DESTINACE ŠVÉDŮ

1. Španělsko (2 525 000 počet cest)
2. Dánsko 2 487 000
3. Norsko 1 455 000
4. Německo 1 414 000
5. Itálie 997 000
6. Finsko 993 000
7. Řecko 924 000

Největší pokles – Turecko. Napětí vystupňovalo v době švédské žádosti o členství v NATO.

Výrazný pokles počtu rezervací zájezdů do USA za první dva měsíce 2025 (až - 30 %)

Plány na 2025

- 41 % Švédů uvedlo, že bude letos cestovat přibližně stejně jako loni.
- 6 % respondentů uvedlo, že omezí cestování kvůli obavám o klima.

Způsob cestování do zahraničí

- Celkem 17,7 miliónů cest / 2,1 cesty na osobu
- Letecky téměř 60 %
- Nárůst cest vlakem na zahraniční dovolenou z 4 % na 6 %

Cestování po Švédsku

- Pokles vnitrostátních letů a nárůst cest po železnici.
- Přes 21 % vlakem, pouze 4 % létají.

Letecká dostupnost ze Švédska

ARN-PRG léto 2025

NORWEGIAN – 8 x týdně

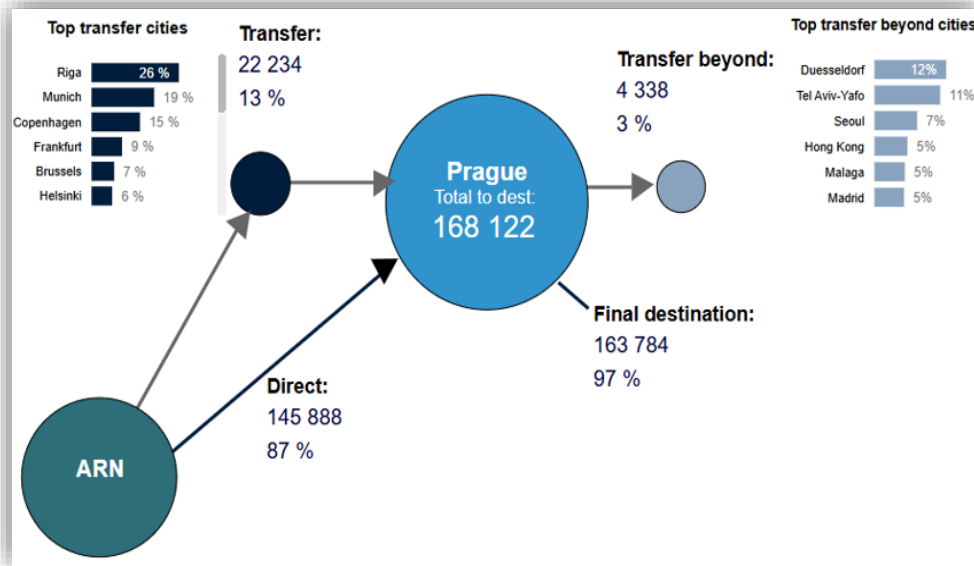
SAS – 6 x týdně

Eurowings – 3 x týdně

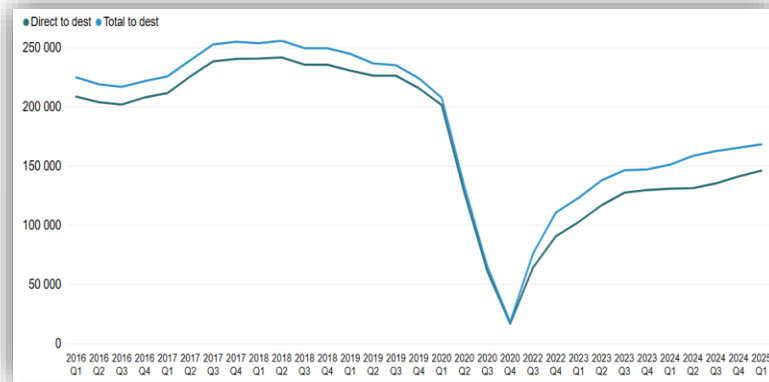
GOT-PRG léto 2025

Ryanair – 4x týdně

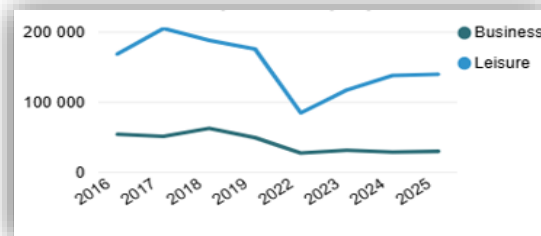
Lety v r. 2024 a 1Q.2025



Stockholm - Praha 2016-2024



Typ cesty



DEVELOPMENT OF ARRIVALS 2012 - 2025



1Q	2Q	3Q	4Q	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	Alla	Country	Sweden
----	----	----	----	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----	----	----	------	---------	--------

Number of arrivals in 2012 - 2025



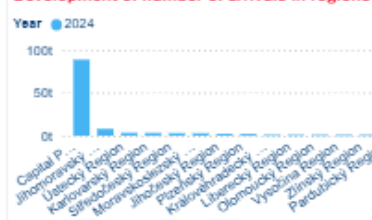
Monthly development of number of arrivals (date hierarchy)



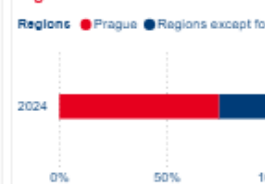
Monthly development of number of arrivals



Development of number of arrivals in regions



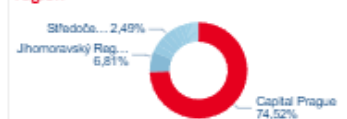
Percentage share of number of arrivals in Prague and other regions



2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------



Percentage share of number of arrivals by region



Number of arrivals in Prague and other regions



Percentage share of number of arrivals by country



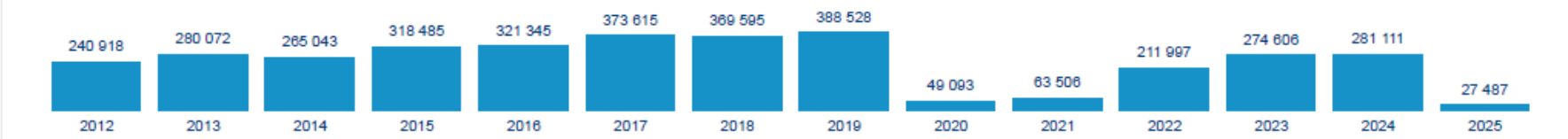
CzechTourism

DEVELOPMENT OF OVERNIGHT STAYS 2012 - 2025



1Q	2Q	3Q	4Q	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	Všetko	Country	Sweden
----	----	----	----	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----	----	----	--------	---------	--------

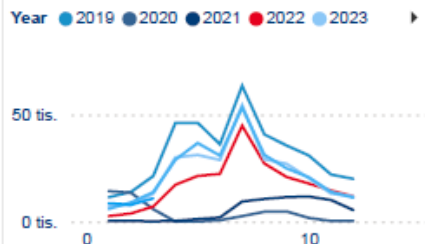
Number of overnight stays 2012 - 2025



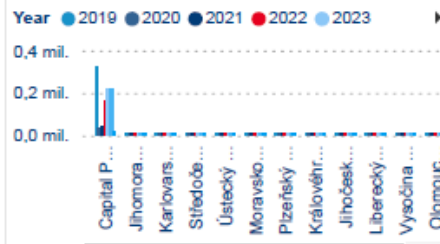
Year Over Year development of overnight stays



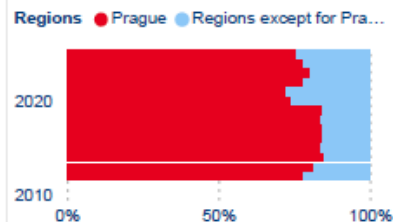
Monthly development of overnight stays



Development of overnight stays in regions



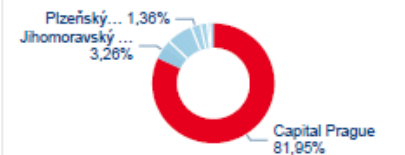
Percentage share of overnight stays in Prague and other regions



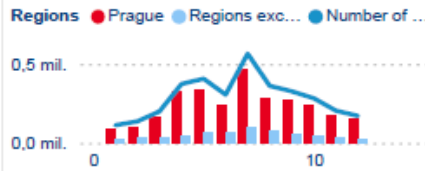
2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------



Percentage share of overnight stays by regions



Number of overnight stays by regions



Percentage share of overnight stays by country

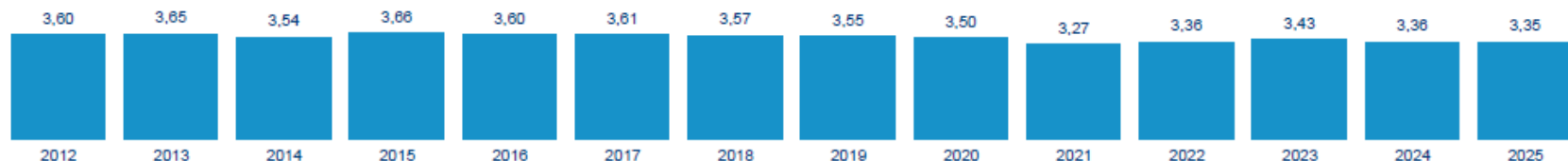


AVERAGE LENGTH OF STAY IN DAYS 2012 - 2025

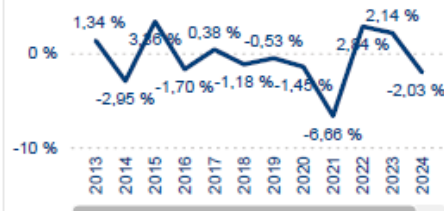


1Q 2Q 3Q 4Q 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 Všetko Country Sweden

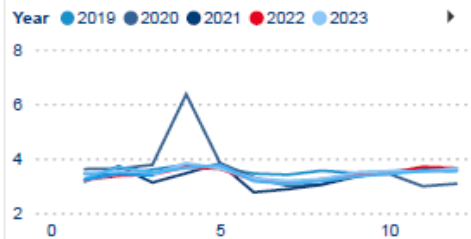
Average length of stay (in days) 2012 - 2025



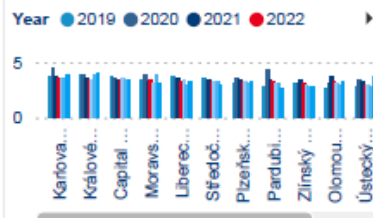
YOY percentage change in average length of stay



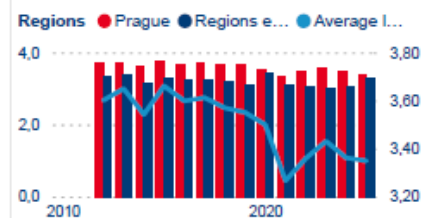
Monthly development of average length of s...



Average length of stay (in days) in regions



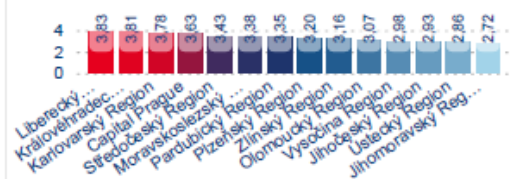
Average length of stay in Prague and regions



2012 2013 2014 2015 2016 2017 2018 2019 2020 2021 2022 2023 2024 2025

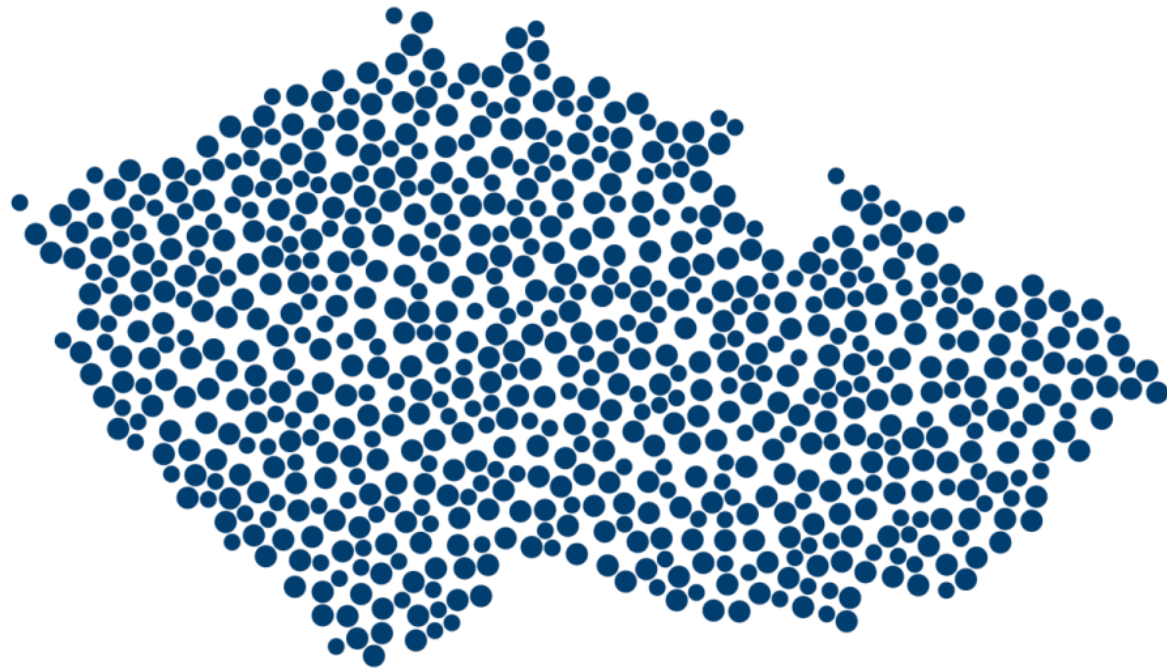


Average length of stay (in days) in regions



Average length of stay (in days) according to countries





Marketingové aktivity v roce 2025

Travel Match 2025: Česko – Destinace roku

Popis: Presentace ČR jako Destinace roku na největším B2B workshopu ve Skandinávii, Travel Match Norway 2025. Kromě one-to-one jednání byl připraven obědový seminář, a to ve spolupráci s 15 partnery z ČR. Více než 200 účastníků z řad norského trade a médií mělo možnost poznat ČR díky prezentaci, destinačním spotům i speciálně vytvořeným propagačním materiálům.



Termín: 9.1.2025

Výsledky: Více než 1000 jednání mezi zástupci českých firem a norskými partnery. Tři cesty do českých regionů pro výherce kvízu z řad norského trade.



Dánsko: prezentace českých regionů

- **Veletrh Ferie for Alle – 21. – 23.2.2025**

Účast na největším B2C veletrhu o cestování ve Skandinávii, společně s Plzeňským, Karlovarským, Moravskoslezským a Jihomoravským krajem, městem Brno, Krkonošemi, Fashion Arenou a Pilsner Urquell Experience.

Počet návštěvníků: 54 218

- **Kampaň Self-drive holiday- květen**

Spolupráce s *Jyllands-Posten* na prezentaci českých regionů prostřednictvím tématu „self-drive holiday“, a to jak v tištěné, tak online verzi deníku.

- **Kampaň Unexpected wellbeing - květen**

Kampaň zaměřená na aktivní dovolenou a wellness v regionech.



Spolupráce s travel trade – fam tripy, workshopy

- **FAM trip pro švédský Världens Resor – 18. - 22.3.2025**

Fam trip ve spolupráci s jižní Moravou zaměřený na kulturní dědictví a gastronomii. Zařazení regionu do nového itineráře – první cesta v říjnu 2025.

- **FAM trip Aktivní dovolená – 24. – 26.4.2025**

FT pro dánské TO organizující autobusové zájezdy pro školení skupiny a mládež. Zaměření: outdoor aktivity v Olomouckém kraji a na Dolní Moravě

- **Pre-tours a TTD – 25. – 29.4.2025**

FT pro švédské TO zaměřený na gastronomii a highlighty Moravskoslezského kraje. Účast na workshopu TTD.

- **Účast na workshopech s travel trade:**

Travel News Copenhagen, Travel News Helsinki, RK Tour
Goteborg, ANTOR Meet the World Stockholm



Spolupráce s influencery

- **PT pro bloggery Finally Lost, 23. – 27.4.2025**

Press trip ve spolupráci s jižní Moravou se zaměřením na kulturní dědictví a gastronomii.

- **Influencer trip s Lottie Knutson, 23. – 28.4.2025**

Press trip pro známou travel influencerku a novinářku Lottie Knutson v Praze a regionu jižní Čechy ve spolupráci s Jihočeskou centrálou cestovního ruchu.

- **Influencer trip Active Wellbeing, 15. – 19.5.2025**

Ve spolupráci s RunCzech a Karlovarským krajem za účasti Petra Månström a Joanna Swica



Připravované projekty v 2 pol. 2025

- **Natáčení finského pořadu Travel Guides Finland - červen**

Spolupráce s jednou z největších komerčních finských televizí MTV na travel reality show, jejíž jedna epizoda bude věnována zážitkům v Praze.

- **Influencer a press trip k tématu gastronomie a Michelin**

Poznávací cesta po regionech se zaměřením na možné kandidáty ocenění Michelin s účastí na slavnostním eventu

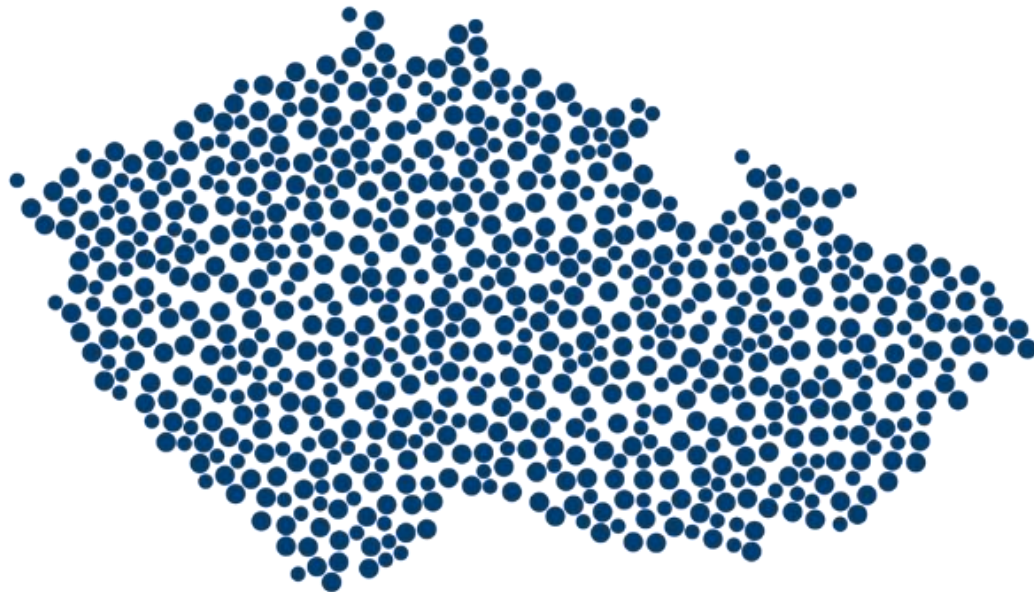
- **Propagace golfu**

Kampaň se švédským TO Golf Plaisir, se švédským magazínem Golf Bladet, individuální press trip pro finská média, press/fam trip do regionu Střední Čechy

- **Press tripy**

PT pro lifestyle magazíny a deníky zaměřené na regionální highlighty, spojení s kulturními akcemi - Colours of Ostrava, Dan Brown, vánoční trhy apod.

Děkuji za pozornost!



Lucie Vallin

Email: vallin@czechtourism.com

Tel: +46 703 63 67 88