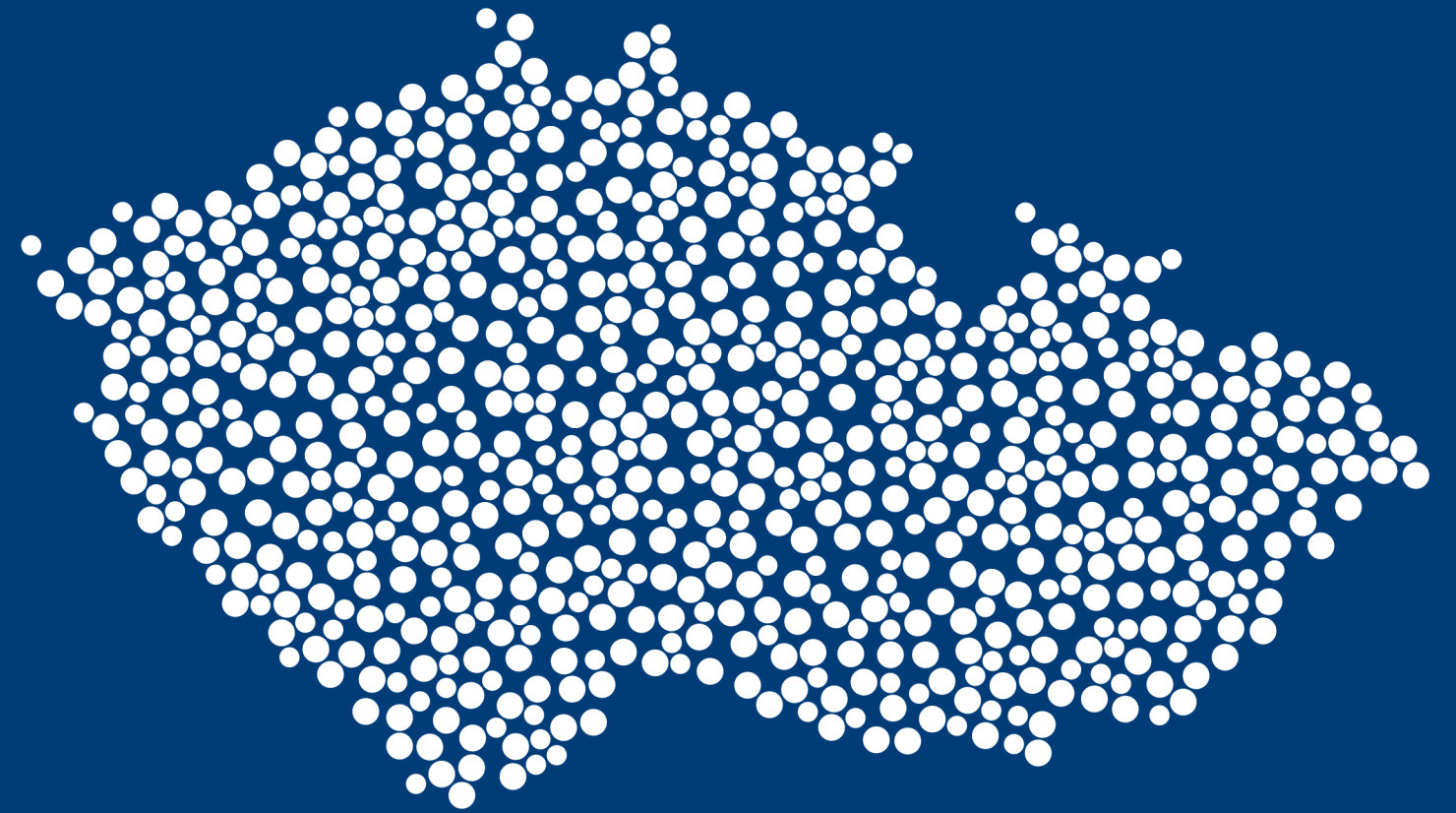


# Exportní workshop ZZ Itálie



# Aktuální situace na trhu

## Dynamika poptávky a trend sezónnosti

Italský trh aktuálně zažívá mimořádný cestovní boom, poháněný nejvyšším indexem spotřebitelské důvěry za posledních šest let. Tento enormní zájem se projevuje zejména v hlavní letní sezóně, kdy plány na dovolenou deklaruje přes 60 % dospělé populace, což představuje více než 30,5 milionu Italů. Absolutním vrcholem roku zůstává tradiční srpnový exodus spojený s celonárodním svátkem Ferragosto, kdy během jediného měsíce vyráží na cesty 18,1 milionu lidí.

Současně však italský národní statistický úřad ISTAT potvrzuje dlouhodobý, stabilní růst zájmu o jarní a podzimní termíny (meziročně o 4 % až 7 %). Tento posun směrem k rozproštění cestovních aktivit mimo hlavní léto otevírá klíčové příležitosti pro propagaci mimosezónního turismu, jako jsou jarní eurovíkendy či zimní adventní pobyty.



## Tuzemská dominace

Většina Italů (85 %) projevuje silný patriotismus a hlavní letní dovolenou tráví doma u moře nebo v horách. Zahraniční cesty volí pouze menšina z nich, což pro Českou republiku znamená, že italská klientela k nám přijíždí primárně na své sekundární dovolené. Typicky se jedná o krátké, intenzivní městské a kulturní pobyty (tzv. city breaks) nebo cesty během prodloužených víkendů napříč celým rokem.

## Bezpečnost a geopolitická stabilita jako priorita

Při výběru dovolené je pro více než 70 % Italů absolutní prioritou osobní bezpečnost a politická stabilita cílové země (zdroj Confcommercio). Vlivem mezinárodního napětí Italové vyřazují rizikové regiony a preferují předvídatelné, klidné evropské destinace. Zde leží obrovská příležitost pro Česko, které vnímají jako bezpečnou a snadno dostupnou destinaci s významným kulturně-historickým odkazem.

# Profil italského turisty

Italský cestovní trh se vyznačuje výraznou dominancí "Last minute" nákupů, kdy se zákazníci o své sekundární dovolené rozhodují pouhé dva měsíce před odjezdem a vyžadují maximální flexibilitu storno podmínek. Hlavním hybatelem poptávky zůstává srpnový celonárodní exodus Ferragosto, který je v průběhu roku doplňován fenoménem krátkých prodloužených víkendů, přičemž průměrná délka pobytu v České republice se stabilně pohybuje mezi dvěma a půl až necelými třemi nocemi.



Z hlediska logistiky a standardů se jedná o typicky městskou klientelu s vysokou závislostí na přímých leteckých linkách z klíčových uzlů, jako je Milán, Řím či Neapol. Italové nevyžívají v ČR outdoorového ubytování nebo kempů a vyžadují komfort čtyřhvězdičkových hotelů s plným servisem, přičemž plných dvaosmdesát procent všech jejich příjezdů směřuje do Prahy.

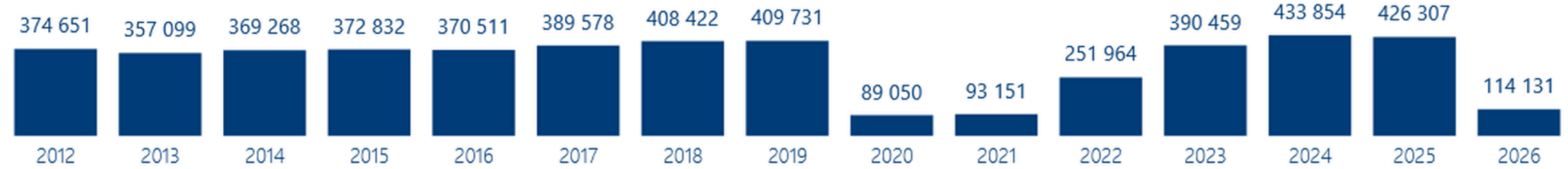
Tento monopol hlavního města je však vyvážen vysokou bonitou trhu. Hlavní motivací Italů je kultura, městský lifestyle a prémiová gastronomie, přičemž přírodu vnímají pouze jako estetickou kulisu pro jednodenní úniky, což otevírá prostor pro regionální rozptyl formou jednodenních výletů z Prahy za lokálním vínem, pivem a památkami UNESCO.

# ITÁLIE

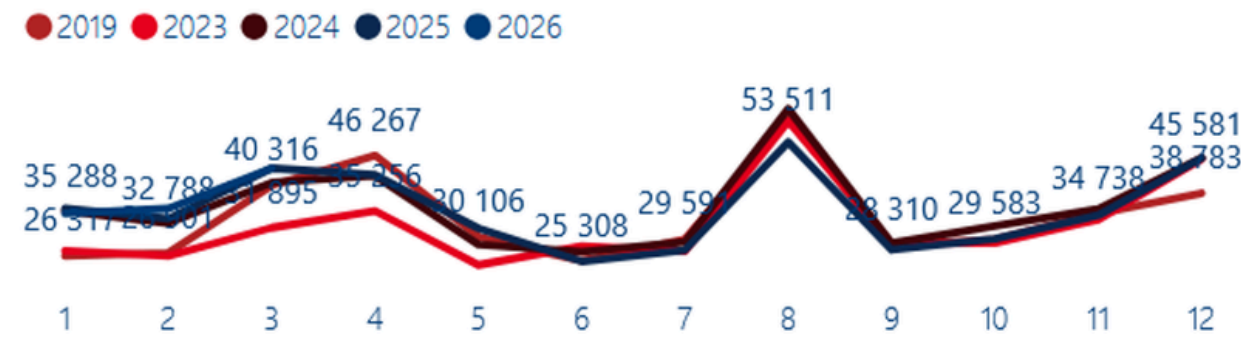
## Vývoj příjezdů (HUZ)

Italský trh po covidu rychle obnovil stabilitu a v roce 2024 překonal předcovidová maxima. Výrazná sezónnost vrcholí v srpnu, silné je však i jaro a advent, což ukazuje na kombinaci letních dovolených a city breaků. Návštěvnost je extrémně koncentrována do Prahy (82 % příjezdů), mimo ni dominuje pouze Jihomoravský kraj. Charakteristický je silně městský, letecký turismus zaměřený na kulturu a krátké pobyty.

Počet příjezdů v letech 2012 - 2026



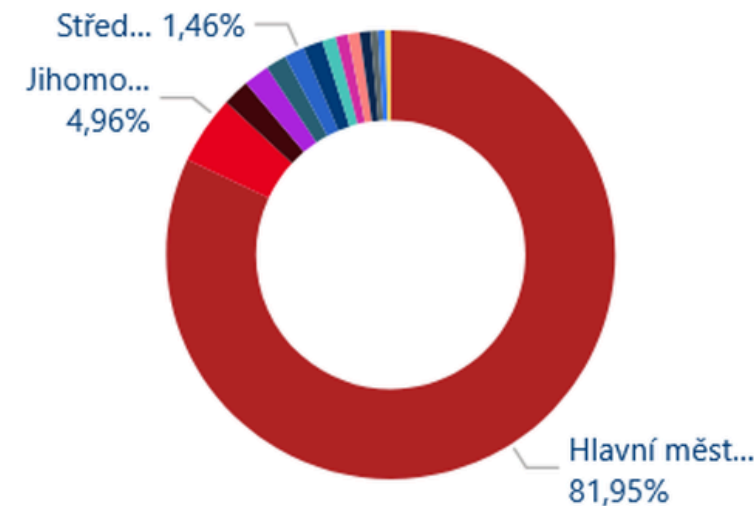
Měsíční vývoj počtu příjezdů



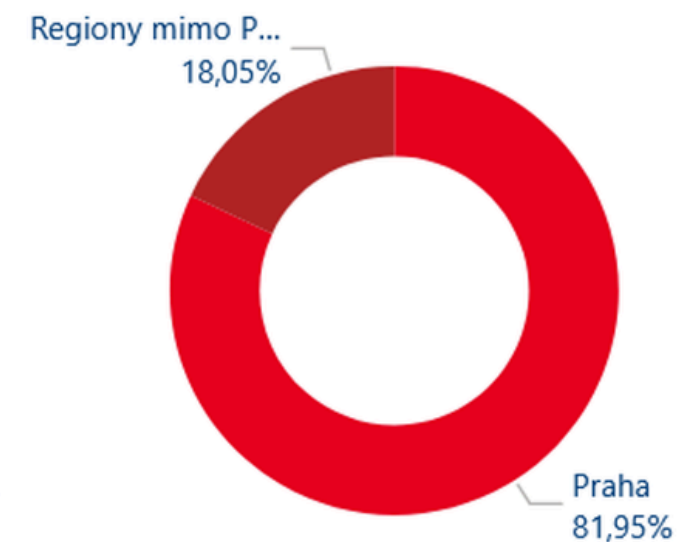
Vývoj počtu příjezdů v krajích



Podíl počtu příjezdů dle kraje



Podíl počtu příjezdů v regionech a



Podíl počtu příjezdů dle zemí

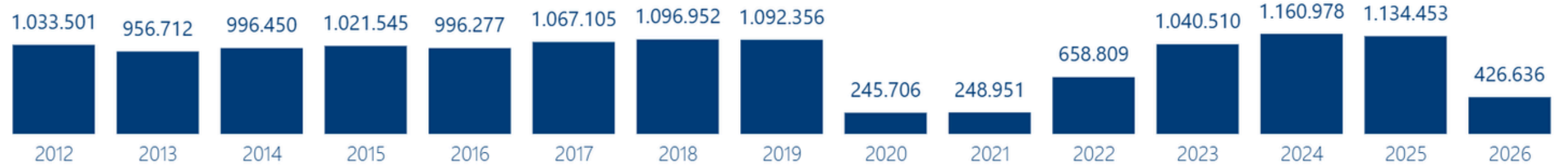


# ITÁLIE

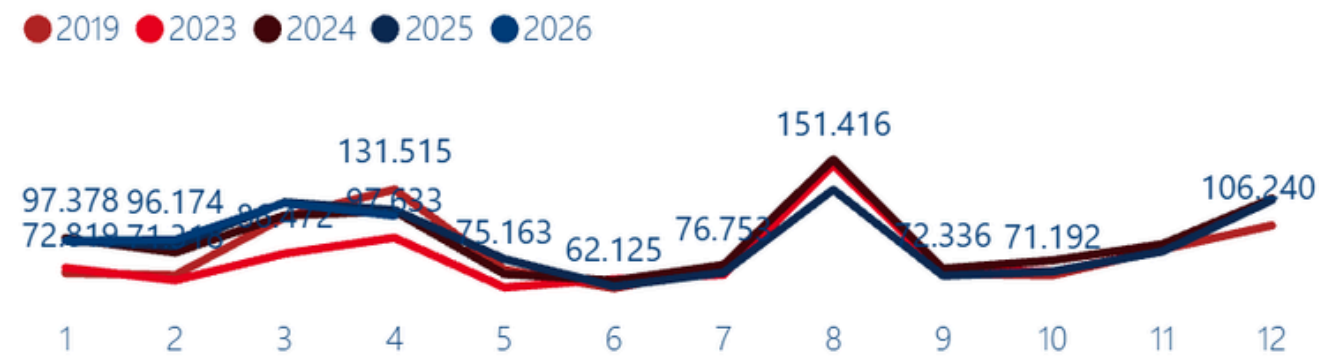
## Přenocování (HUZ)

Italský trh vykazuje vysokou stabilitu a v přenocování již překonal předcovidové hodnoty, přičemž výrazná sezónnost vrcholí v srpnu. Návštěvníci realizují delší pobyty rozprostřené do celého roku, avšak přenocování jsou extrémně koncentrována do Prahy, která jich generuje celých 85 %. Regionální rozptyl zůstává minimální, kdy jedinou významnější mimopražskou destinací je Jihomoravský kraj. Celkově tak Itálie představuje bonitní, typicky městský turismus zaměřený na kulturu, památky a kratší až středně dlouhé city breaky.

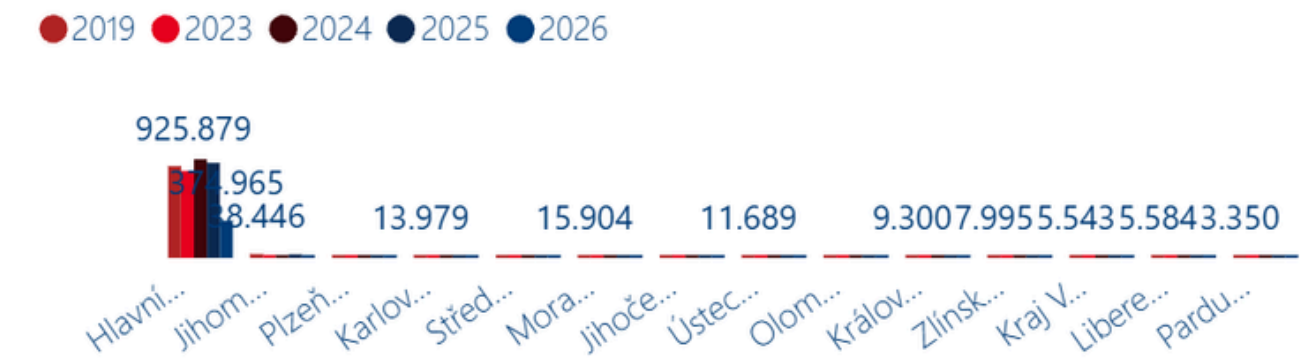
Počet přenocování v letech 2012 - 2026



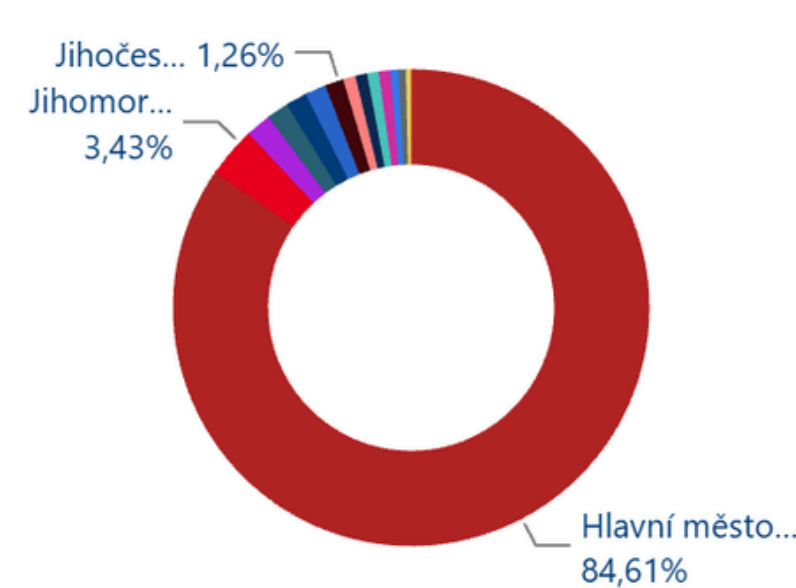
Měsíční vývoj počtu přenocování



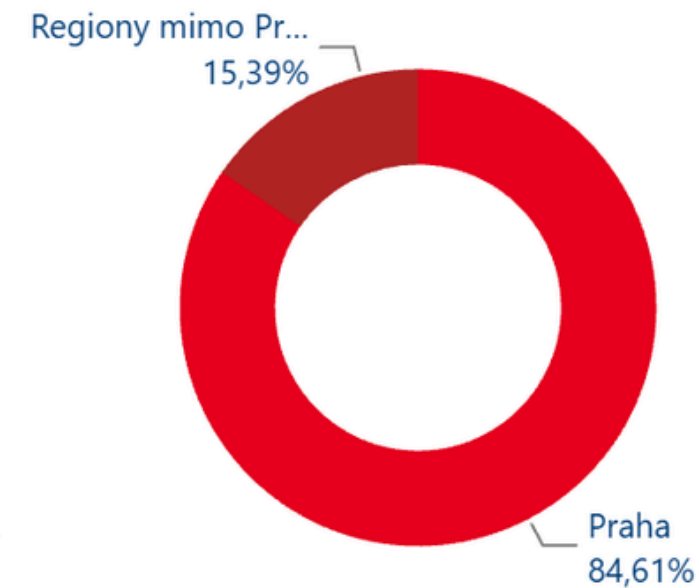
Vývoj počtu přenocování v krajích



Podíl počtu přenocování dle krajů



Podíl počtu přenocování v regionech a Praze



Podíl počtu přenocování dle zdrojového trhu



# ITÁLIE

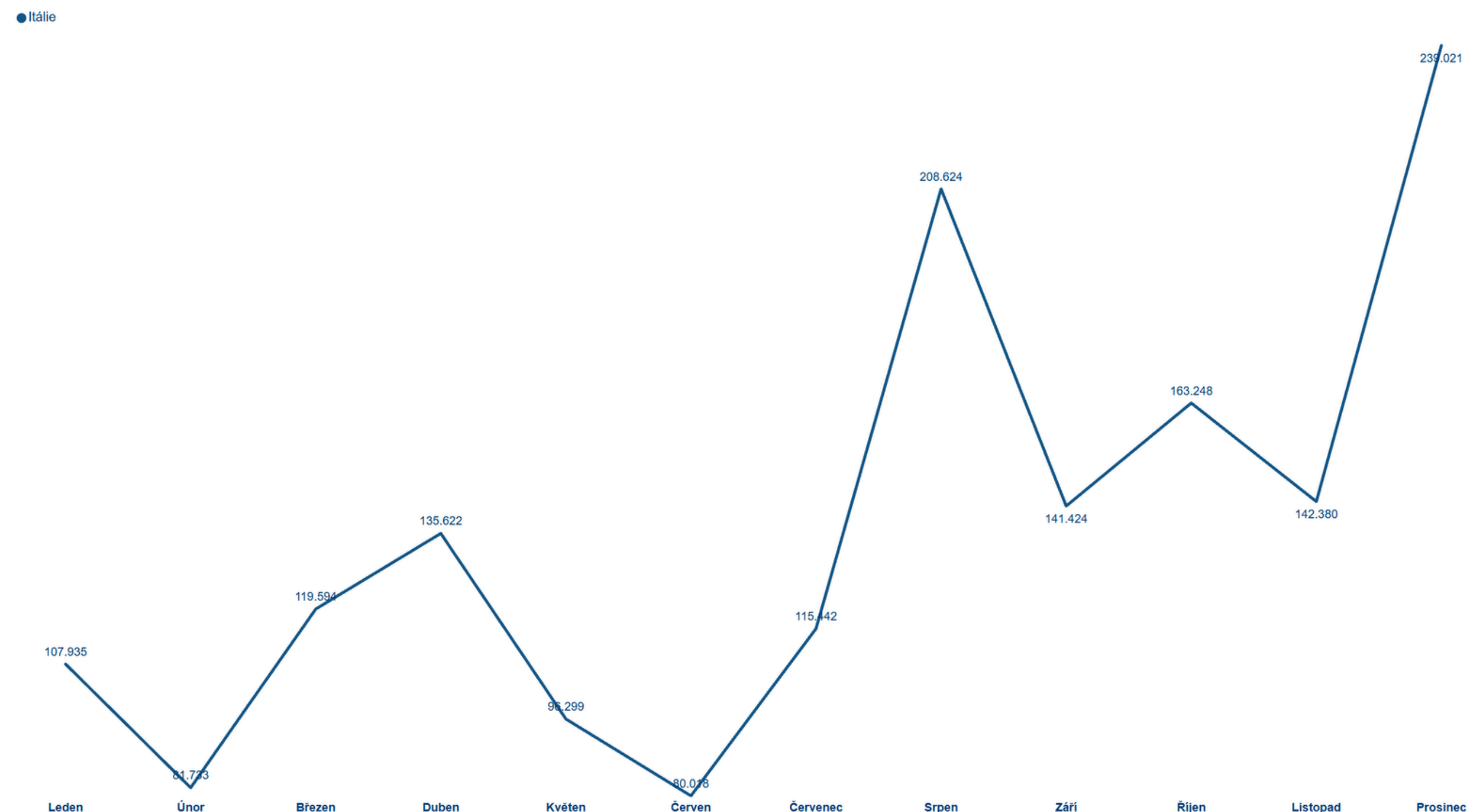
## Přenocování (GSM data 2025)

GSM data potvrzují vysoký objem pobytové návštěvnosti italského trhu a zároveň ukazují odlišný průběh sezónnosti oproti oficiálním statistikám HUZ. Nejvyšší intenzita přenocování je patrná v letních měsících, zejména v srpnu, výrazné objemy však přetrvávají také během podzimu a adventního období.

Silná návštěvnost v říjnu, listopadu a prosinci potvrzuje význam kulturní, gastronomické a vánoční turistiky.

Průběh návštěvnosti potvrzuje charakter Itálie jako stabilního městského trhu s výraznou vazbou na kulturní a zážitkové cestování během celého roku.

Země	Leden	Únor	Březen	Duben	Květen	Červen	Červenec	Srpen	Září	Říjen	Listopad	Prosinec	Celkem
Itálie	107.935	81.733	119.594	135.622	96.299	80.018	115.442	208.624	141.424	163.248	142.380	239.021	1.631.340
<b>Celkem</b>	<b>107.935</b>	<b>81.733</b>	<b>119.594</b>	<b>135.622</b>	<b>96.299</b>	<b>80.018</b>	<b>115.442</b>	<b>208.624</b>	<b>141.424</b>	<b>163.248</b>	<b>142.380</b>	<b>239.021</b>	<b>1.631.340</b>



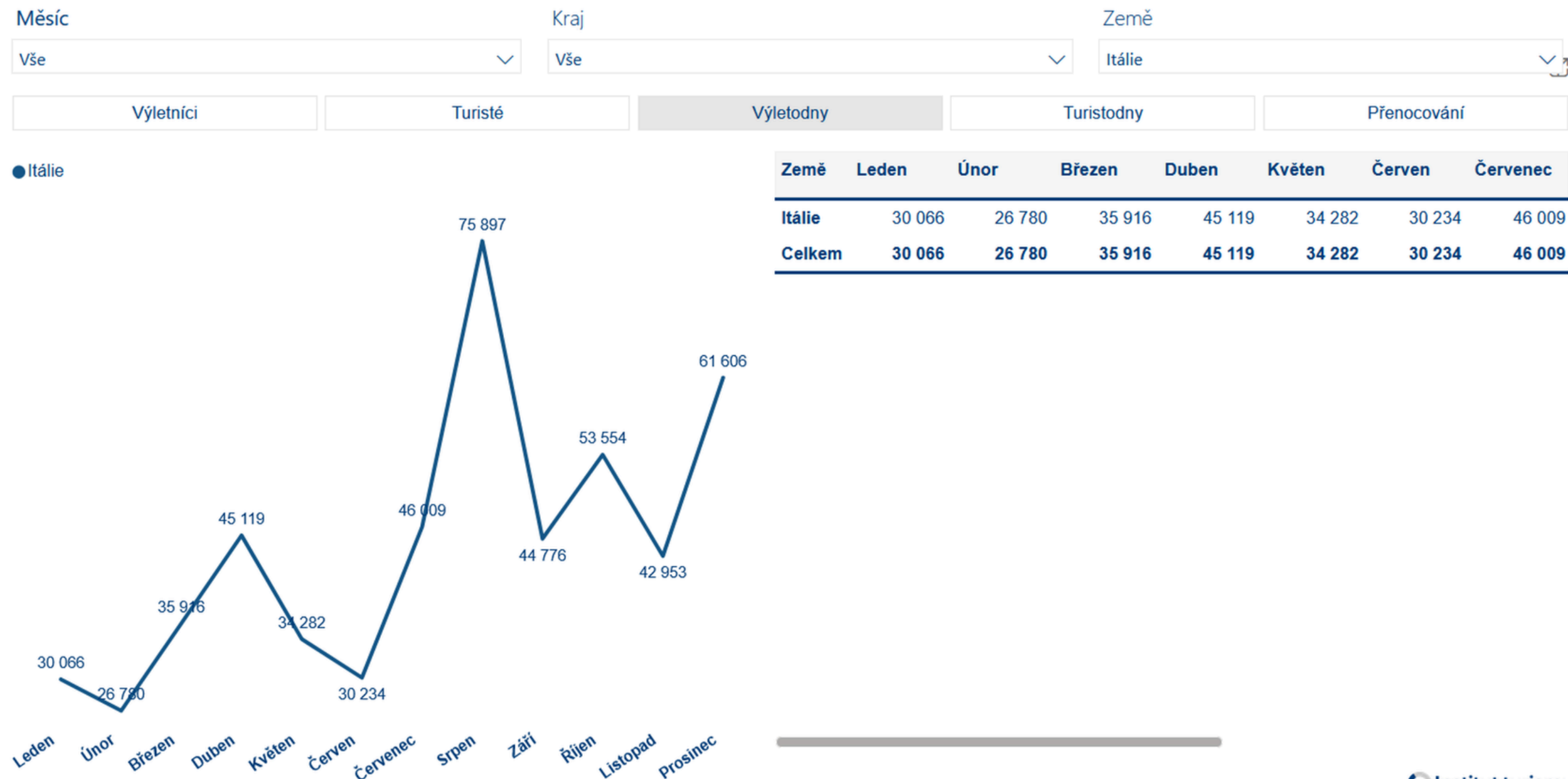
# ITÁLIE

## Výletodny (GSM data 2025)

Nejvyšší objem výletodnů připadá na letní období, zejména srpen, kdy dochází k nejvyšší intenzitě pohybu návštěvníků po území Česka.

Vedle hlavní letní špičky je patrná také zvýšená aktivita během jara, podzimu a adventního období, což odpovídá charakteru trhu orientovaného na kratší opakované pobyty, kulturní turistiku a individuálně organizované cestování.

Vývoj výletodnů tak především potvrzuje vysokou prostorovou aktivitu italských návštěvníků a jejich tendenci kombinovat pobytovou turistiku s návštěvou více destinací během jedné cesty.

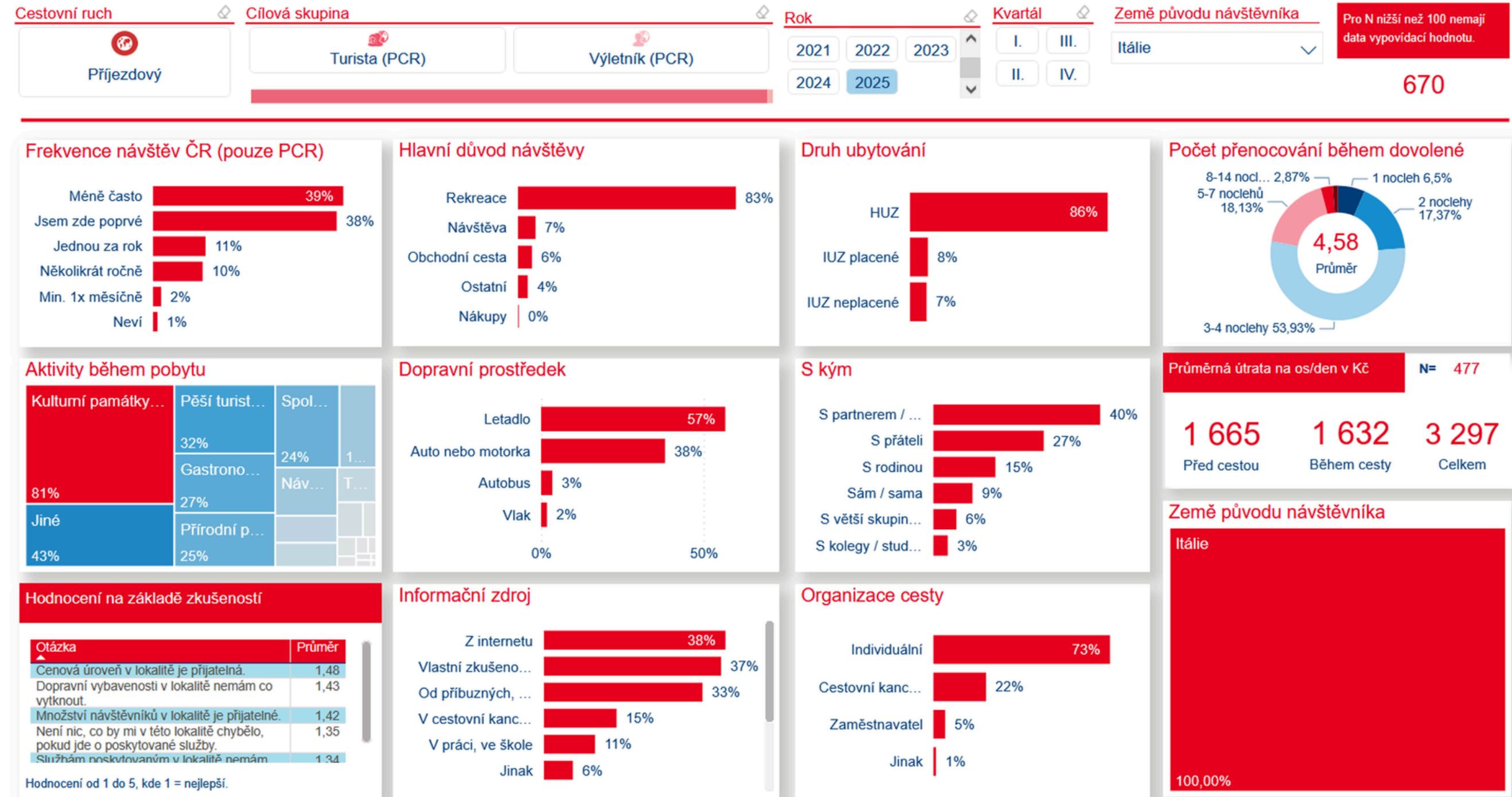


# ITÁLIE

## Chování v Česku (Tracking 2025)

Italští návštěvníci cestují samostatně a individuálně, přičemž 83 % vyjíždí za rekreací – konkrétně za kulturou, městy, gastronomií a pěším poznáváním. Typické jsou kratší cesty na 3–4 noci (průměr 3,6 noci), realizované nejčastěji letecky (57 %) nebo autem. S průměrnou denní útratou 1 632 Kč v destinaci (celkem 3 297 Kč) představuje Itálie bonitní segment zaměřený na zážitkový městský turismus.

- Více informací: [tourdata.cz](https://tourdata.cz)



# Závěr

- Itálie si dlouhodobě udržuje stabilní pozici mezi významnými zdrojovými trhy příjezdového cestovního ruchu do Česka, přičemž její návštěvnost je sice dominantně koncentrována do Prahy, avšak regiony vykazují specifickou letní rekreační poptávku. Anonymizovaná GSM data a analýza výletodnů navíc potvrzují vyšší mobilitu těchto turistů i mimo hromadná ubytovací zařízení (HUZ) formou jednodenních cest mimo hlavní turistická centra. Z hlediska spotřebitelského chování se jedná o vysoce bonitní klientelu, která preferuje individuálně organizované cesty s využitím letecké dopravy a zaměřuje se primárně na rekreaci, městskou turistiku, kulturu a gastronomii.



# AKTIVITY 2026

# Strategie a produkty

## Regionální a sezónní rozptyl

- Hlavním cílem naší strategie je využití vysokého potenciálu trhu v dalším růstu bonity (potažmo přenocování) při současné snaze o posílení regionálního rozptylu, který je aktuálně na nízké úrovni 15 %. V rámci positioningu je Praha chápána jako nedílná součást image značky a propagována coby brána do Česka a do regionů.
- Klíčovými marketingovými nástroji je zejména online prostředí, sociální sítě, content marketing a aktivní rozvoj B2B aktivit.

## Hlavní produkty/téma

- Kulturní - Regionální města a Praha, Hrady a zámky, Contemporary urban culture, Dovolená s dětmi, Tradice a Gastroturistika
- Aktivní - cykloturistika



## Možnosti spolupráce

- Podpora účasti na workshopech, veletrzích a prezentacích
- partnerské kampaně
- spolupráce s touroperátory za účelem rozšíření nabídky
- Zvyšování povědomí o destinaci prostřednictvím PR aktivit - tiskové zprávy, website, destinační profily
- B2B komunikace - newsletter s aktuálními informacemi, zprostředkování B2B kontaktů
- press/blogger/fam tripy / tv natáčení - organizační a finanční podpora
- propagace akcí/projektů - RunCzech, Michelin atd.

# České regiony v italském podcastu

- Projekt „České regiony v italském podcastu“ představuje inovativní kampaň agentury CzechTourism v Itálii, která pomocí geolokalizovaného storytellingu motivuje turisty k cestám mimo Prahu. Základem je 15 literárně laděných audio-příběhů na platformě Loquis, které namluvil populární italský herec Stefano Fresi.
- Celým audioseriálem provádí fiktivní římský šéfkuchař Cesare Forti. Ten posluchačům otevírá krásy českých regionů skrze historii šlechtických rodů, kulturu a především lokální gastronomii – od přípravy pohořelického kapra po pečení svatebních koláčků v Buchlovicích. Projekt tak sází na autentický prožitek a koncept „pomalého objevování“.
- Díky technologii geofencingu a funkci „Proximity Alerts“ aplikace cestovatele automaticky upozorní na zajímavé lokality v jejich blízkosti a ihned spustí příslušnou epizodu v italštině. Cílem je zvýšit podíl přenocování v regionech u bonitní klientely a ukázat italskému publiku, že Česko nabízí mnohem více než jen své hlavní město.



# Veľtrh TTG v Rimini, 63. ročník

Nejvýznamnější B2B veletrh v Itálii, kterého se účastní prakticky kompletní italský trade.

Místo konání: Rimini, Itálie

Návštěvnost 2025: 70 000 návštěvníků (pouze odborná veřejnost)

Oficiální česká expozice o velikosti 48 m<sup>2</sup>

Spoluvystavovatelé: 9 firem

Vhodné především pro incomingové agentury, hotely, organizátory aktivit a regiony s konkrétním produktem.

Ročník 2026

Datum konání: 14.-16.10.2026

Max. počet spoluvystavovatelů: 10

Předběžný zájem: [rosenberg@czechtourism.gov.cz](mailto:rosenberg@czechtourism.gov.cz)

Více informací: [www.ttgexpo.it](http://www.ttgexpo.it)



# Veletřh Fiera del cicloturismo v Padově

Veletřh zaměřený výhradně na cykloturistiku, 5 ročník

Místo konání: Padova, Itálie

Návštěvnost 2026: 27 000 návštěvníků, +30% (kvalitní publikum se specifickým zájmem)

268 vystavovatelů z 20 zemí

Vhodné především pro regiony, popř touroperátory s širokou nabídkou aktivní dovolené s důrazem na cykloturistiku.

Ročník 2027

Datum konání: 19.-21.3.2027

Max. počet spoluvystavovatelů: 5

Předběžný zájem: [rosenberg@czechtourism.gov.cz](mailto:rosenberg@czechtourism.gov.cz)

Více informací: [www.fieradelcicloturismo.it](http://www.fieradelcicloturismo.it)



# Spolupráce s krajskými DMC v rámci sociálních sítí

- Chtěli bychom začít vytvářet posty a reelsy o krásách a zajímavostech z každého regionu, které budou zveřejněny na obou profilech.

## 1. FACEBOOK

- Visualizzazioni 740.157
- Copertura 467.957
- Interazioni 9.060
- Follower + 1.196
- Follower totali 58.347

## 2. INSTAGRAM

- Visualizzazioni 172.364
- Copertura 69.868
- Interazioni 8.253
- Follower + 918
- Follower totali 7.105

(leden-květen 2026)

18:46

Post

visitczechia\_it

visitczechia\_it e visitsouthbohemia

8 giugno

TRAVEL IDEAS - IDEE DI VIAGGIO

South Bohemia - Boemia Meridionale

22,2 mila · Visualizza insight

Promuovi post

311 12 2 12

Piace a inviaggioconselena e altri

visitczechia\_it

La Boemia Meridionale è una regione incantevole: un luogo di castelli da fiaba, tesori UNESCO... altro

**Děkuji za pozornost**

**ZZ Itálie**

Luboš Rosenberg

[rosenberg@czechtourism.gov.cz](mailto:rosenberg@czechtourism.gov.cz)