

Tisková konference k zahájení letní turistické sezóny

Přijed'te zažít tradiční i nové!“

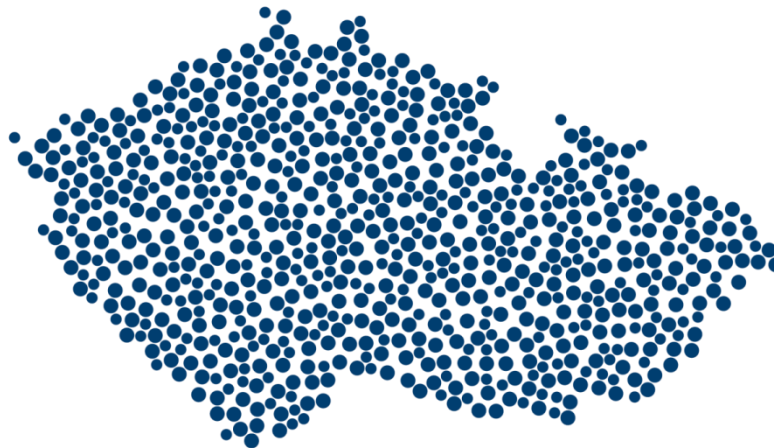


MINISTERSTVO
PRO MÍSTNÍ
ROZVOJ ČR

CzechTourism

Cestovní ruch aktuálně

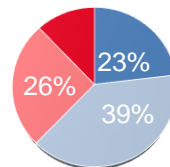
- Poděkování ubytovatelům
- Rozpočet CzechTourismu
- Význam cestovního ruchu
- Národní plán obnovy
- Digitalizace



Plány Čechů na jarní dovolenou

- **Jarní dovolenou plánuje v ČR celkem 62 % Čechů.**
 - procházky, pěší turistika a lehčí cyklistika (35 %)
 - návštěva kulturních památek včetně hradů a zámků (19 %)
 - zcela pasivní relaxační dovolená (17 %)
- **V průměru plánují Češi strávit na jarní dovolené 8,5 dne.**
- **Nejčastěji plánují navštívit:**
 - Jihočeský kraj (27 %)
 - Liberecký a Jihomoravský kraj (14 %)

Plánujete jarní dovolenou v ČR?
(n=1000)



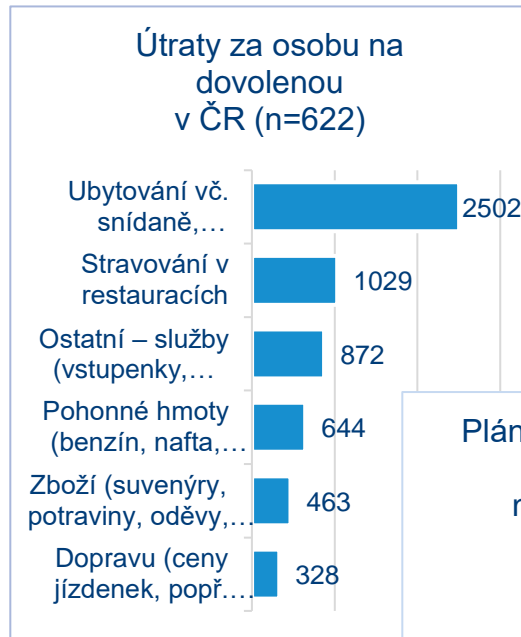
■ rozhodně ano ■ spíše ano
■ spíše ne ■ rozhodně ne

Převažující charakter jarní dovolené v ČR (n=622)



Plány Čechů na jarní dovolenou

- **Nejčastěji se během jara Češi ubytují v:**
 - penzionu (48 %)
 - hotelu vyšších kategorií (25 %)
 - neplaceném ubytování u známých či přátel (22 %)
 - ostatních zařízeních hromadného ubytování a v kempch (17 %)
- **Češi plánují utratit v průměru za jarní dovolenou na osobu 5 838 Kč. Hlavní část výdajů padne za:**
 - ubytování (43 %)
 - stravu (18 %)
- **Jarní dovolenou v zahraničí plánuje 43 % Čechů. Důvody:**
 - nedostatek financí (44 %)
 - pro zahraniční dovolenou preferují jiné období (32 %)
 - obavy spojené s aktuální zahraničně-politickou situací (22 %)



Plánujete vycestovat na jaře na dovolenou do zahraničí? (n=1000)



- rozhodně ano
- spíše ano
- spíše ne
- rozhodně ne



Kudy z nudy.cz

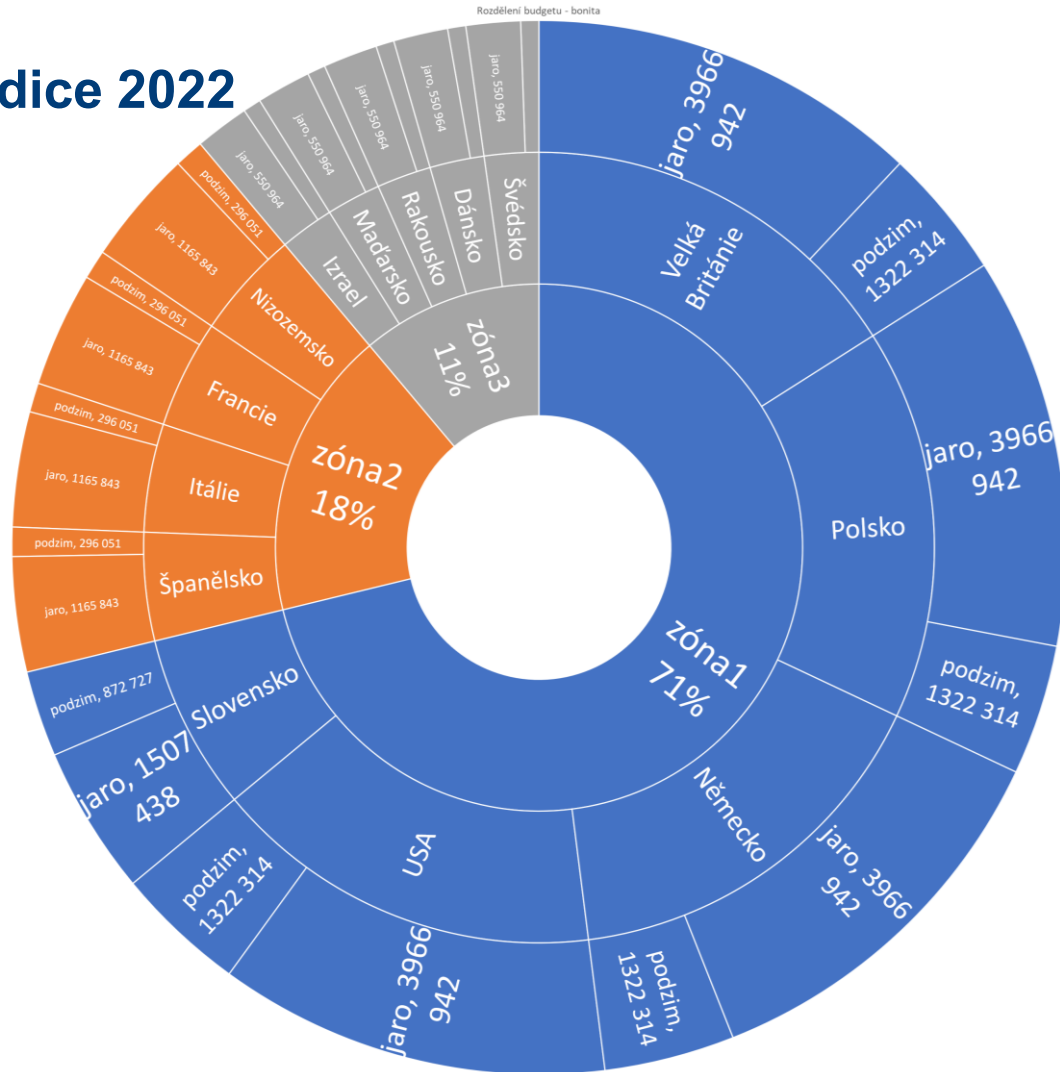
- **Stěžejní nástroj na podporu domácího cestovního ruchu.**
- **Návštěvnost v roce 2021 překročila 21,5 milionů, což znamená 14% nárůst.**
- **Počet uživatelů se meziročně zvýšil o 16 % na 10,7 milionů.**
- **Novinky (průběžně):**
 - **regionální členění**
 - **další jazykové verze - aplikace v ukrajinštině pro uprchlíky**
 - **sekce „zážitky do hodiny“**
 - **nové funkcionality včetně propojení s mobilní aplikací**
 - **vyhledávání dopravního spojení přes OneTicket a Idos**
 - **usnadnění správy obsahu pro pořadatele aj.**

The screenshot shows the website interface for the Vysočina region. At the top, there are navigation links: 'Kam pojedete?', 'Co chcete dělat?', 'Kalendář akcí', and 'Výlety'. Below this is a search bar with the text 'Přihlásit se' and 'Zkuste naše vyhledávání!'. The main content area features a large image of a church in Žďár nad Sázavou with the text 'Zelená hora – poutní kostel sv. Jana Nepomuckého u Žďáru nad Sázavou'. To the right is a map of the Vysočina region. Below the main image, there are several tabs: 'památky UNESCO', 'zámeček', 'řivna', 'Jan Blážej Santini-Alois', and 'Vysočina'. Underneath these are more specific tabs: 'Michal Obláka', 'Žďár nad Sázavou', 'Muzeum rodentů a kuriozit', 'Muzeum nové generace', 'Třebíč', 'Pelhřimov', and 'Zelená hora'. A 'Kraj Vysočina' section includes a 'Taj paměť' button and a 'Hodnocení' section with a 5-star rating. A paragraph of text describes the region's history and UNESCO sites. At the bottom, there is a 'Města v kraji' section with three small images: 'Koruna Vysočiny', 'Třebíčsko – moravská Vysočina', and 'Javoříčko – Třebíčsko'.



Zahraniční online kampaň Tradice 2022

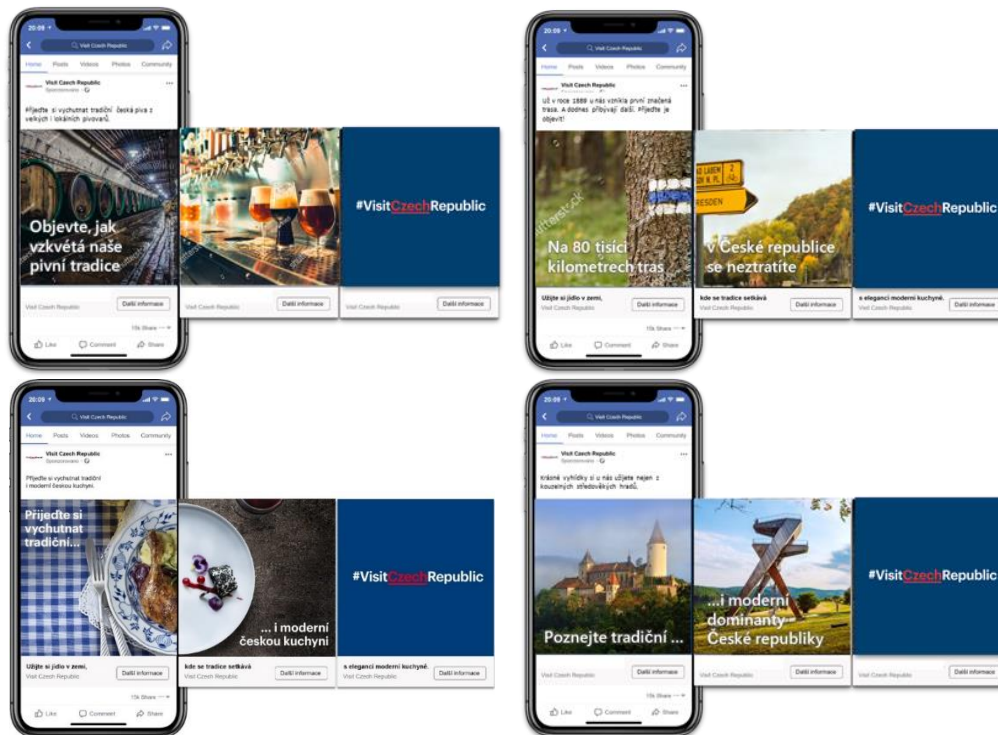
- jarní vlna - zohledňující hlavní turistikou sezónu – dva měsíce komunikace – od poloviny května do poloviny července
- podzimní vlna – zohledňující podzimní a především vánoční turistickou sezónu – po prázdninách – od poloviny září do poloviny listopadu
- rozpočet – jaro 30 mi. Kč vč DPH, podzim 10 mi. Kč vč DPH
- rozdělení rozpočtu dle bonity trhů
- kreativní koncept pro letošní online kampaň – přijďte zažít tradiční i nové

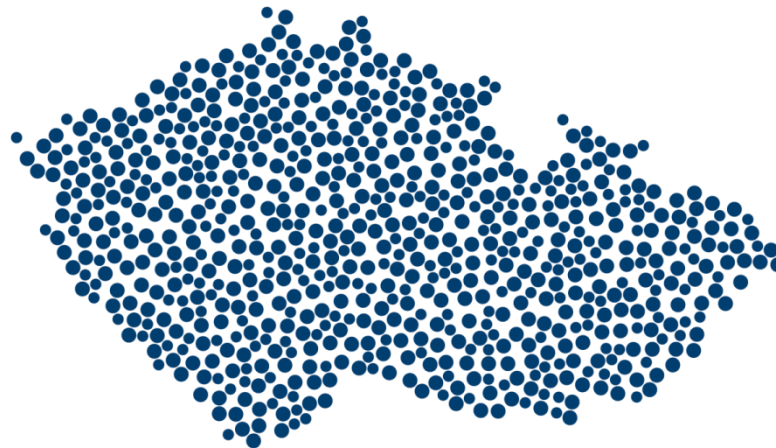


Zahraniční online kampaň 2022 - kreativa

Kreativní řešení vychází z dlouhodobého konceptu „tradice“

- kreativní koncept – přijďte zažít tradiční i nové
- jarní vlna – témata – gastro, sklo, architektura, letní turistické trasy, lázně
- podzimní vlna – témata – gastro, sklo, Vánoce, zima na horách, lázně
- online mediatypy – displejová reklama na sociálních sítích Facebook/Instagram + v síti Teads.com





Děkujeme za pozornost!

Ivan Bartoš, Jan Herget



MINISTERSTVO
PRO MÍSTNÍ
ROZVOJ ČR

CzechTourism