

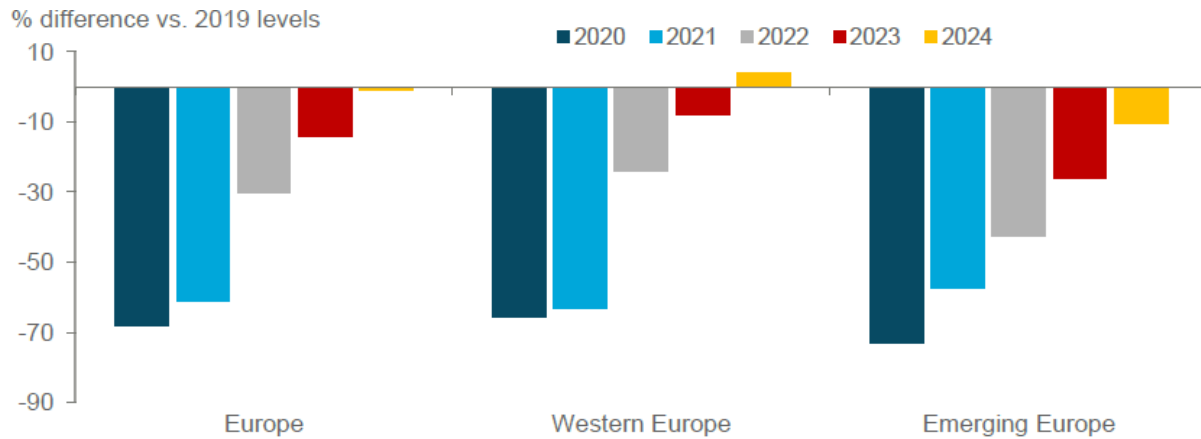
Jak se mění cestovní ruch?



Situace v turismu – globální pohled

- Obnovení turismu **vrcholilo v letní sezóně** (úspory tvořené během pandemie)
- **Válka** na Ukrajině ohrozila přelety **z USA**, **COVID** naopak přelety **z Asie**
- Oživení **narušeno rostoucími životními náklady**
- **Zvyšování nákladů na cestování** - je předpoklad preference kratších cest nebo levnějších druhů dopravy
- **Problém nedostatku pracovníků**
- Cestování na **dlouhé vzdálenosti** do Evropy **se oživuje významně pomaleji**

Predikce mezinárodních příjezdů do Evropy



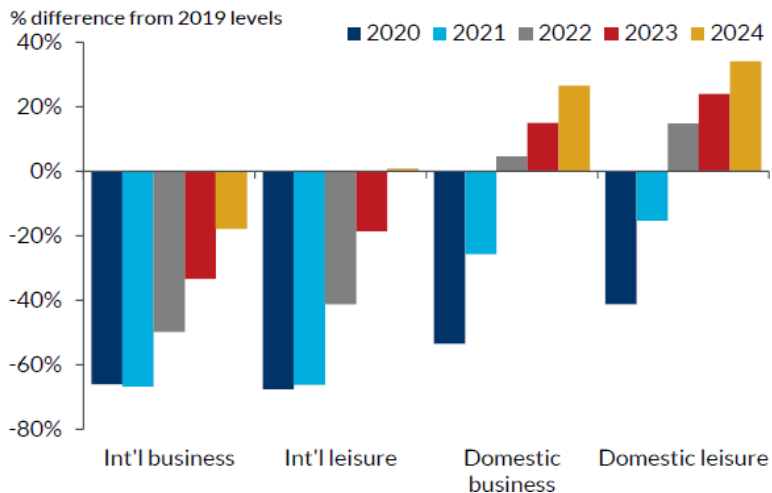
Source: Tourism Economics

Do výsledků 2022-23 se projeví růst životních nákladů (zejména v zimě), válka a její bezpečnostní dopady a také růst nákladů na cesty (především pohonné hmoty);

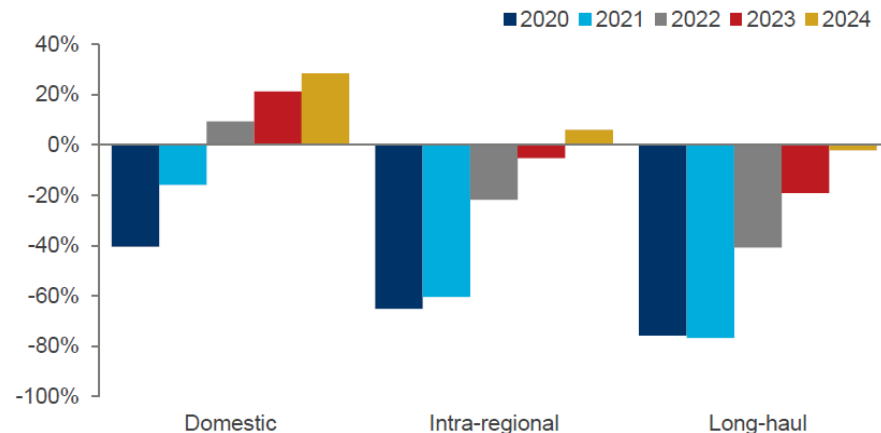
Turismus v Evropě

Segment Business Travel bude zaostávat za ostatními

Global travel spend by segment



% difference from 2019 levels, guestnights



Zdroj: Tourism Economics, 30.2.2022

Příjezdy turistů do Česka a Moravskoslezského kraje 2018 – 2022

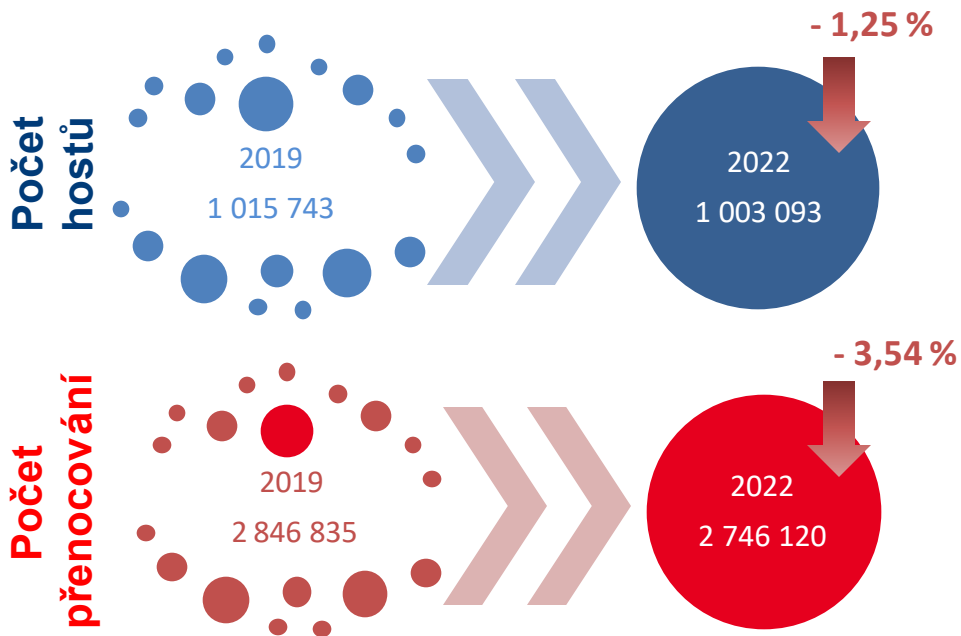
	2018	2019	2020	2021	2022
celkem	21 247 150	21 998 366	10 836 448	11 383 601	19 459 427
<i>zahraniční</i>	10 611 394	10 890 500	2 784 174	2 569 658	7 349 695
<i>domáci</i>	10 635 756	11 107 866	8 052 274	8 813 943	12 109 732

	19/18	20/19	21/20	22/21
celkem	3,54 %	-50,74 %	5,05 %	70,94 %
<i>zahraniční</i>	2,63 %	-74,43 %	-7,70 %	186,02 %
<i>domáci</i>	4,44 %	-27,51 %	9,46 %	37,39 %

	2018	2019	2020	2021	2022
celkem	985 795	1 015 746	612 681	645 902	1 003 093
<i>zahraniční</i>	212 622	216 451	72 730	72 326	164 663
<i>domáci</i>	773 173	799 295	539 951	573 576	838 430

	19/18	20/19	21/20	22/21
celkem	3,04 %	-39,68 %	5,42 %	55,30 %
<i>zahraniční</i>	1,80 %	-66,40 %	-0,56 %	127,67 %
<i>domáci</i>	3,38 %	-32,45 %	6,23 %	46,18 %

Moravskoslezský kraj 2022 vs. 2019



TOP země dle příjezdů do Česka a Moravskoslezského kraje 2022

Česko

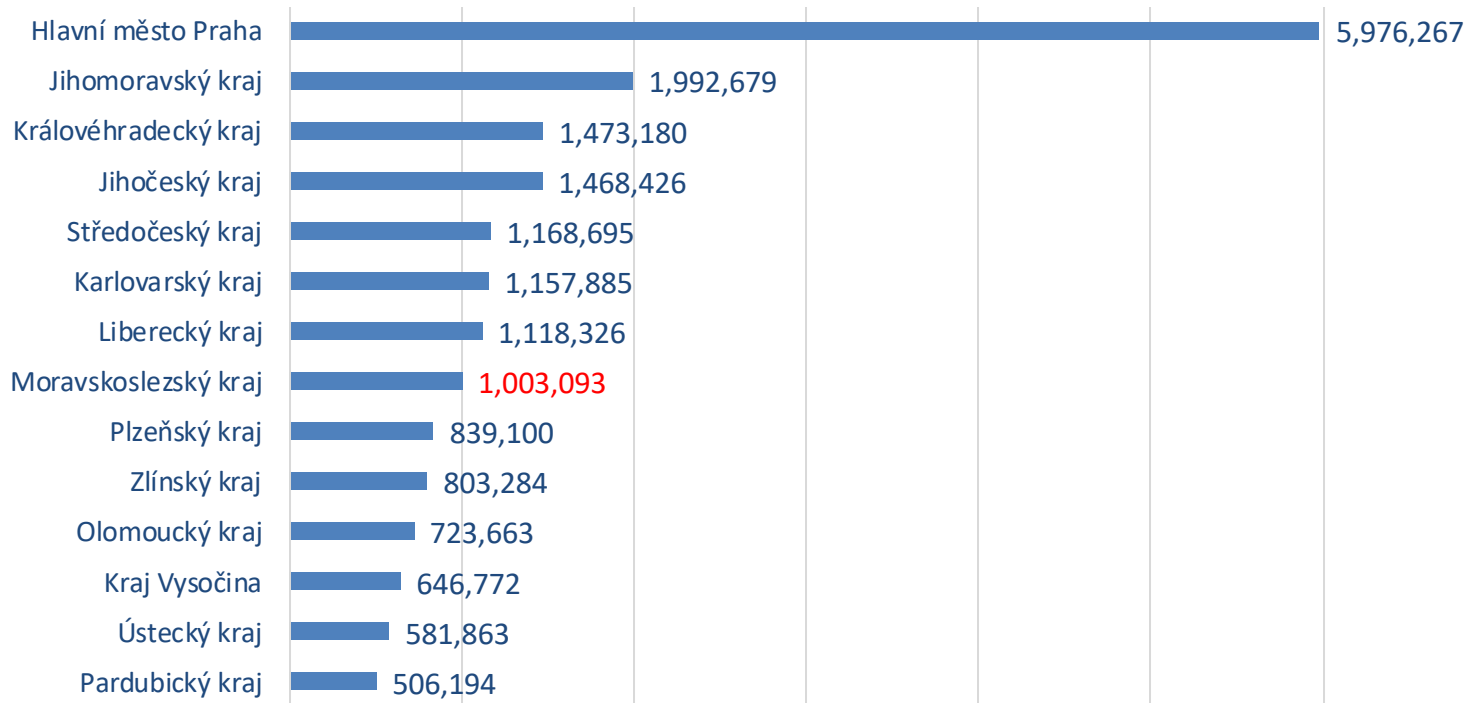


Moravskoslezský kraj



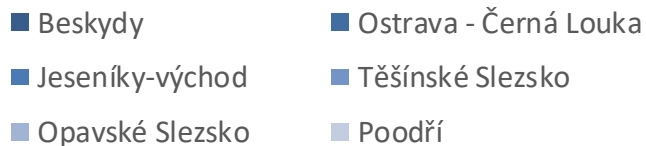
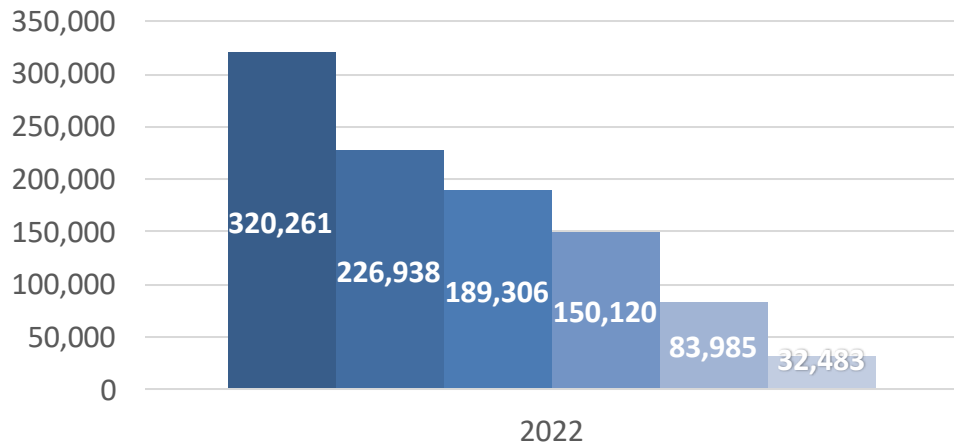
Moravskoslezský kraj a kraje České republiky

počet hostů 2022

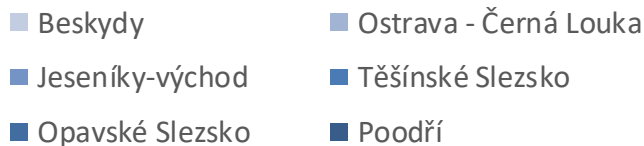
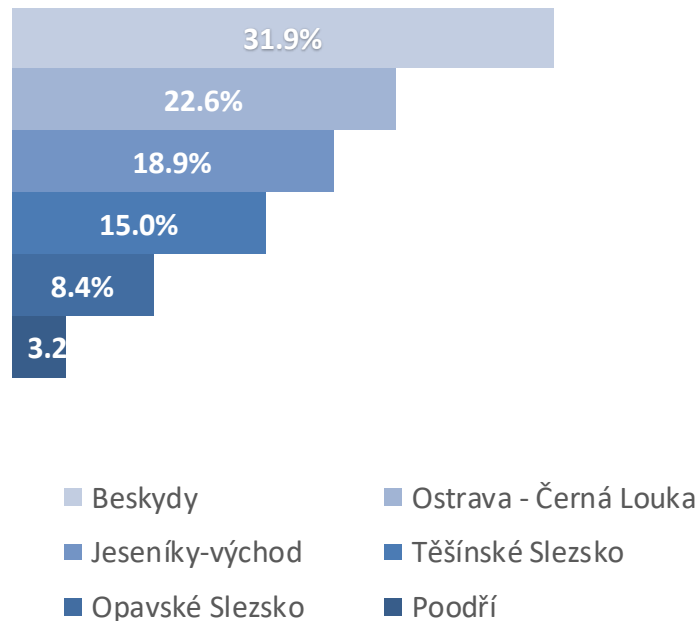


Návštěvnost DMO Moravskoslezského kraje 2022

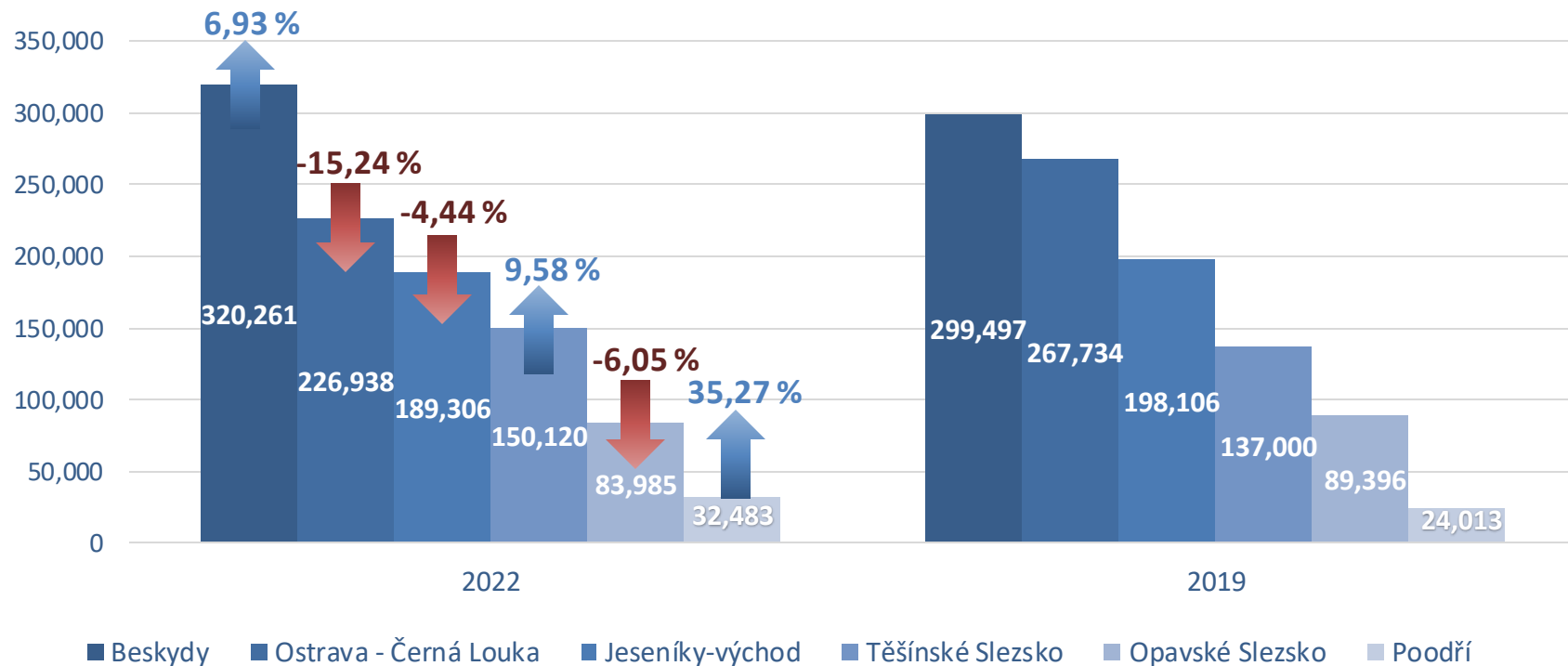
Počet hostů do HUZ



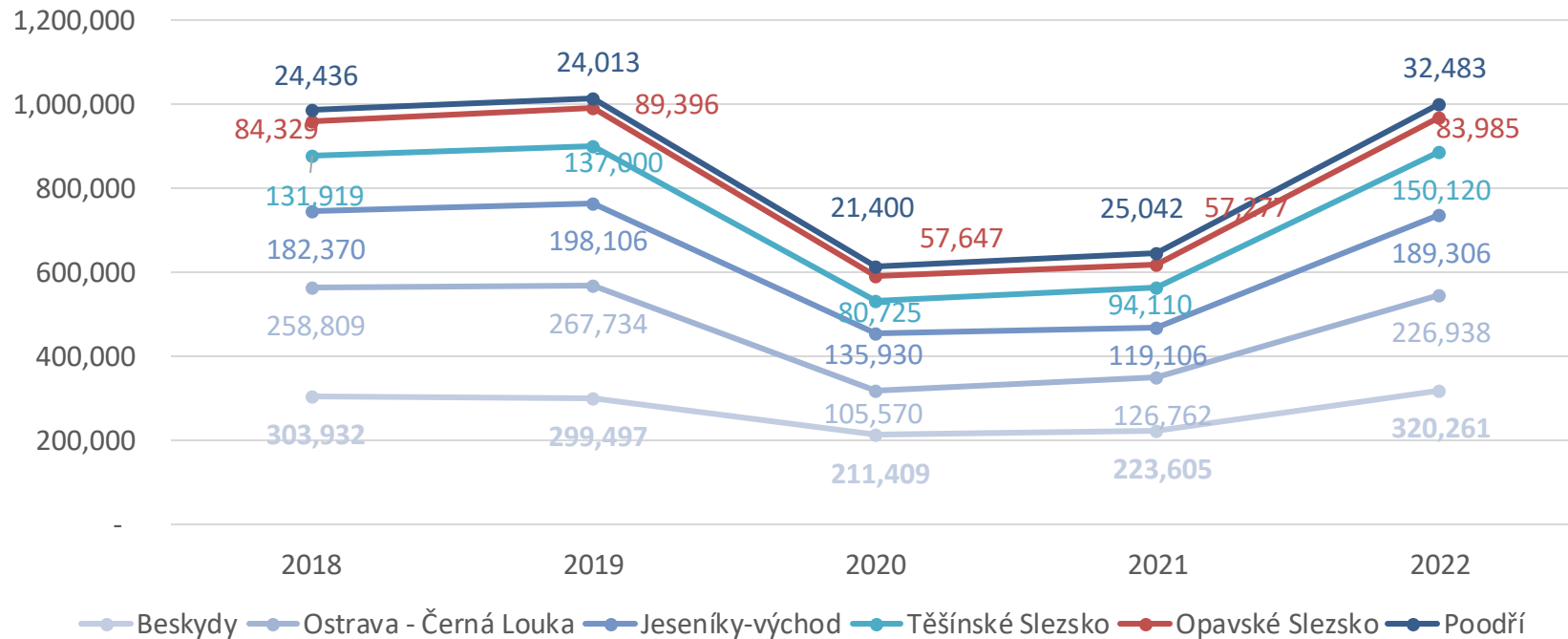
Podíl počtu hostů



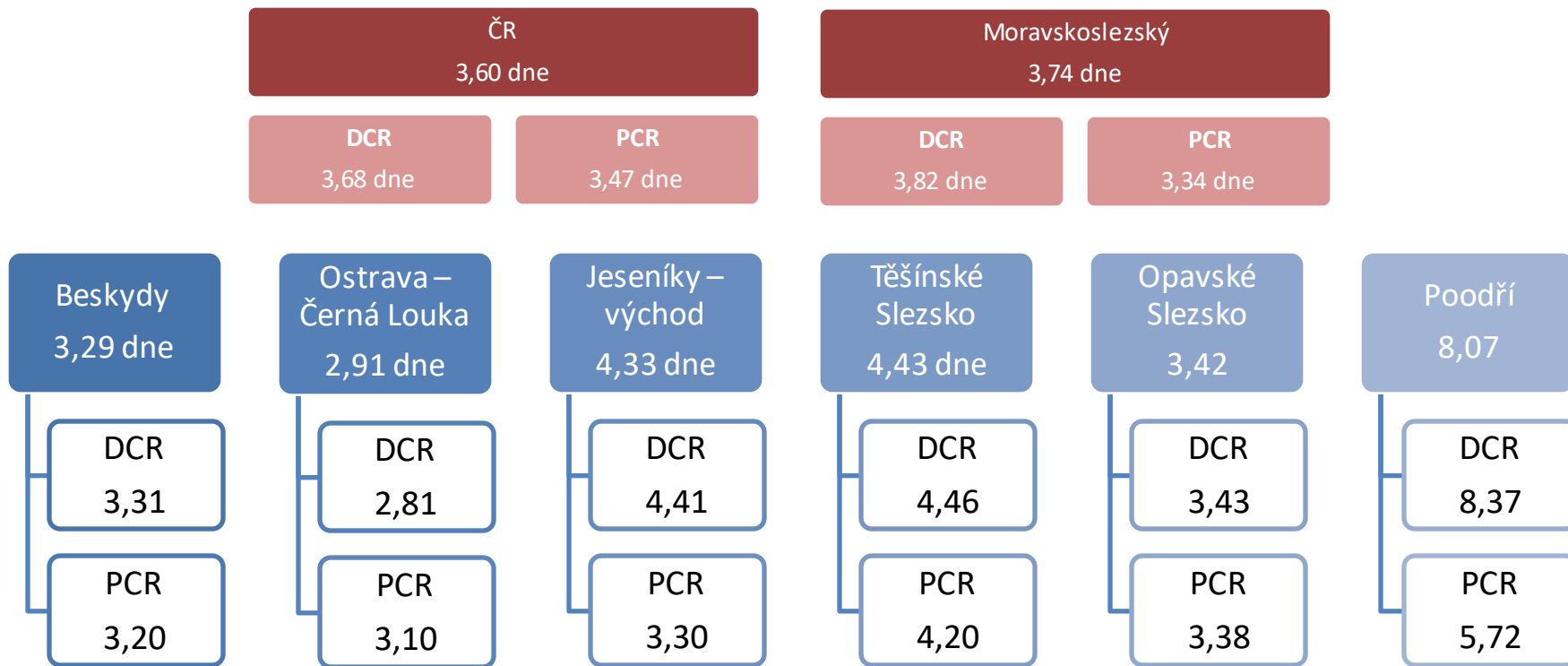
Návštěvnost DMO Moravskoslezského kraje 2022 vs. 2019



Návštěvnost DMO Moravskoslezského kraje 2018 - 2022



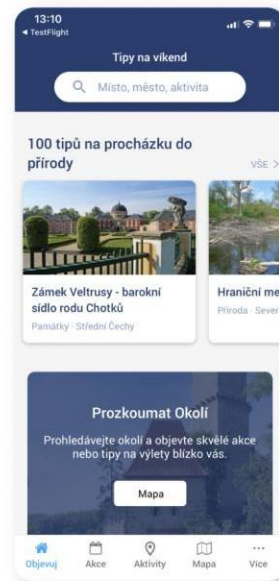
Průměrná doba pobytu 202







Tisíce tipů na výlety z cestovatelského portálu Kudy z nudy



 kudyznudy.cz

Kampaně v roce 2023

• Závěr kampaně „Zima 22-23“, 4 mil Kč vč DPH

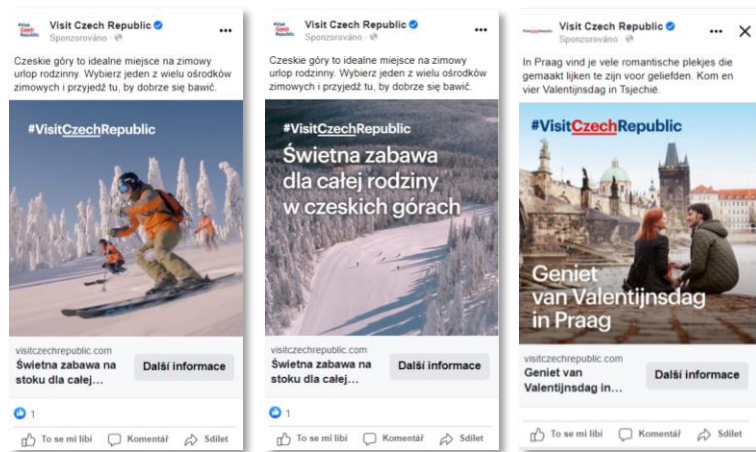
- 9 zemí (Belgie, Nizozemsko, Dánsko, Francie, Německo, Polsko, Rakousko, Španělsko, Švédsko)
- online image kampaň (Facebook/Instagram)
- kampaň od 1.1. do 15.2. (část v roce 2022 od 15.11. do 31.12.)
- témata především lyže + zimní města/Valentýn
- v roce 2023 jsme zasáhli 19 mil. uživatelů (176,9 mil. impresí)
- celkově kampaň zasáhla cca 44 mil. uživatelů (499 mil. impresí)

• DCR kampaň „Březnové hory“, 2,42 Kč vč DPH,

- 27.2.-26.3.
- podpora návštevnosti českých hor na konci zimní sezóny
- online kampaň (dvě fáze – brand awareness + performance)

• Globální kampaň „Tradice 23“, 35,4 mil Kč vč DPH

- 14 zemí (Německo, Polsko, Slovensko, UK, USA, Nizozemsko, Francie, Itálie, Španělsko, Švédsko, Dánsko, Rakousko, Maďarsko, Izrael)
- online media (displayová reklama)
- 14 témat (každý kraj zastoupený jedním tématem)
- dvě vlny (jarní/podzimní)



ZZ Polsko / Litva a Lotyšsko - akční plán 2023

Rozpočet: 3 900 000 CZK

Strategická východiska:

- Propagace méně známých turistických cílů s důrazem na kvalitu služeb
- Propojení marketingových aktivit regionů a podnikatelské sféry
- Propagované cíle spojovat do větších celků, především u přeshraniční spolupráce
- Soustředit se na krátké pobyty pro individuální turisty

Klíčové aktivity

- Blogger, press tripy a So-Me: rovnoměrná propagace všech krajů s důrazem na aktivitu fanoušků
- Práce s médii - minimálně 800 článků v polských médiích za rok bez finančního pokrytí
- Aktivita na offline aktivitách v Polsku: veletrhy, venkovní prezentace, výstavy, cestovatelské festivaly
- **Projekt hromadnou dopravou do ČR:** spolupráce s blogery cestujícími jinak než autem - udržitelný rozvoj

ZZ Německo – akční plán 2023

Rozpočet: 3 900 000 CZK

Strategická východiska:

- Udržitelnost jako klíčové téma v Německu
- Podpora podnikatelů a partnerů

Klíčové aktivity:

- Servis regionálním a trade partnerům CZ a DEU: zastřešení prezentace ČR na mezinárodních i regionálních veletrzích a eventech (Drážďany, Mnichov, Berlín etc)
- Segmentové kampaně – doplnění k image HQ, oslovení definované cílové skupiny s měřitelnými cíli (např. lyžáři v příhraničních oblastech, cestující vlakem na trase Berlín – Praha) atd.
- Česko je blízko: odpovědné cestování. Prolíná se do všech nástrojů (PR a media relations, kampaně, eventy) i produktů (tradice, gastronomie, lázeňství).
- Akcent na letošní mktg. téma tradic - především gastro a Velikonoce/Vánoce

ZZ Slovensko – akční plán 2023

Rozpočet: 2 900 000 CZK

Strategická východiska:

- Efektivní podpora podnikatelů a regionů, včetně lokálního gastro sektoru
- Rozproštění návštěvnosti Česka do regionů
- Prodloužení návštěvnické sezóny, resp. akcent na celoroční možnosti vyžití a trávení volného času v ČR

Klíčové aktivity:

- TV seriál Chutné Česko - spolupráce s ta3 a regiony na cestovatelsko-gastronomickém seriálu
- RTVS - rádio Slovensko, tipy k návštěvě, podpora návštěvnosti na kudyznudy.cz
- Práce s médii - tiskové eventy, press tripy a spolupráce s B2B sektorem na trhu

Akční plán pro marketingovou komunikaci 2023

Přehled konkrétních aktivit CzechTourismu s možností filtrace dle produktových řad, typů a druhů aktivit a propagovaných krajů je veřejně přístupný [zde](#).

Akční plán marketingových a PR aktivit 2023
základní přehled



Poznámka: ** V případě kraje, produktové řady či národního produktu nebo jejich kombinace se zobrazuje kompletní součet všech nákladů na akce, kdy jsou dle dané kategorie zahrnuti, ať už samostatně či v kombinaci s jinými. *** Zobrazuje se součet počtů nákladů z jednotlivých akcí na danou kategorii. ** Akce (v min. 50%) propagující rovnocenné vstředky kraje ČR.



Akční plán marketingových a PR aktivit 2023
detailní přehled

Trh	Garant	Kraje	Měsíc	Produktová řada	Národní produkt	Základní podpora
Vše	Vše	Vše	Vše	Vše	Vše	Vše
172 184 139 Kč Plánované náklady		3 000 000 Kč Proběhlé náklady		B2B 46,18%	B2C 30,54%	B2B/B2C 22,35%
				Offline 44,51%	Online 37,80%	Online/off 18,57%
Garant	trh	měsíc	termín	název akce	popis akce, důvod realizace, očekávaný přínos vzhledem k cílové skupině (B2B, B2C)	ofline/online/dru
		prosinec				
Benelux	Belgie, Nizozemsko	04 duben		Travel Trade Day	účast novinářů a touroperátorů z Nizozemska a Belgie na akci Travel Trade Day 2023 včetně preτού.	B2B Online/offline Ro
Benelux	Belgie, Nizozemsko	06 červen		Blogger/Press trip - na kole po Královských horách včetně cyklostezky Ohře	novinářská cesta zaměřená na aktivní dovolenou s důrazem na cykloturistiku v prostředí Královských hor. Akce je určena pro nizozemská média.	B2B Online/offline Pre
Benelux	Belgie, Nizozemsko	n/a		Roadshow - země střední Evropy	roadshow v Belgii a Nizozemsku ve spolupráci s organizacemi z Polska, Slovenska a Maďarska	B2B Online/offline Ro
Benelux	Belgie, Nizozemsko	11 listopad, 12 prosinec		Blogger/Press trip - vánoční trhy ve spojení cestovním vlakem.	novinářská cesta pro nizozemská a belgická média s cílem představit akce a moravská města během adventu ve spojení s cestovním vlakem. Destination: Praha, Olomouc, Brno	B2B Online/offline Pre
Benelux	Belgie, Nizozemsko	00 celý rok		aktivity na sociálních sítích	aktivity na sociálních sítích Facebook a Instagram včetně sponzorování vybraných postů za účelem zvýšení zájmu jednotlivých příspěvků.	B2C Online Soc
Benelux	Belgie, Nizozemsko	03 březen, 04 duben, 05 květen, 06 červen		Kampaň - Dovolená autem	Online kampaň na propagaci České republiky jako ideální destinace pro dovolenou autem. Cílová skupina rozdělena na rodiny s dětmi a na skupinu vyrážející na dovolenou mimo školní prázdniny, zejména aktivní senioři. Ve	B2C Online Ori
Celkem						



Globální megatrendy



Udržitelnost a zodpovědnost

Schopnost destinace zajistit vybalancovaný a odolný turistický sektor s cílem vyhnout se závislosti na masovém cestovním ruchu a najít rovnováhu mezi residenty a "dočasnými" návštěvníky.

Podle výzkumu Expedia Group Media Solutions na vzorku

11,000 lidí z celého světa 90% respondentů hledá nízkoemisní možnosti cestování a polovina je ochotna zaplatit více za udržitelnou dopravu, aktivity nebo ubytování.



Udržitelnost a zodpovědnost

- ✓ **Ekologická - minimalizace uhlíkové**
- ✓ **Stopy**
- ✓ **Ekonomická - dlouhodobá ekonomická udržitelnost**
- ✓ **Respekt k lokální komunitě, spravedlivé mzdy, rovnoprávnost pohlaví**



Na co se musíme připravit?

- *flygskam* (“shame to fly”)
- *SET* (*Southern Europe against Touristification*)
- *Sustainable Travel Index*
- *Kalkulačky uhlíkové stopy*
- *Zero-emission hotels*



Digitalizace

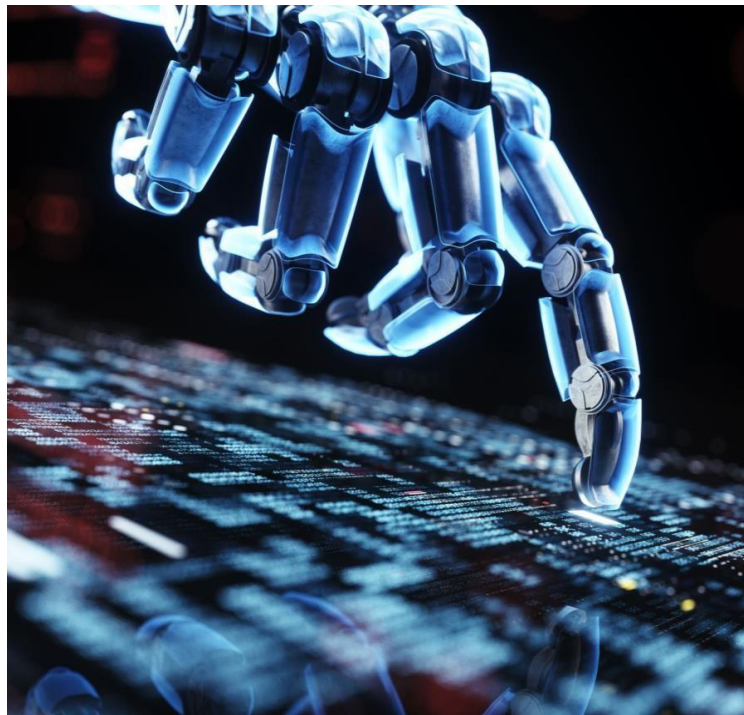
Schopnost digitalizovat, určuje potenciál růstu společnosti, minimalizuje závislost na nedostatku pracovních sil a přenáší práci a zodpovědnost za chyby na zákazníka.

Dneska je globálně 49% rezervací ubytování online (18.8% přímo a 31% přes prostředníka), v roce 2026 se očekává nárůst na 74% z toho ¼ ze smartphonů.



Na co se musíme připravit?

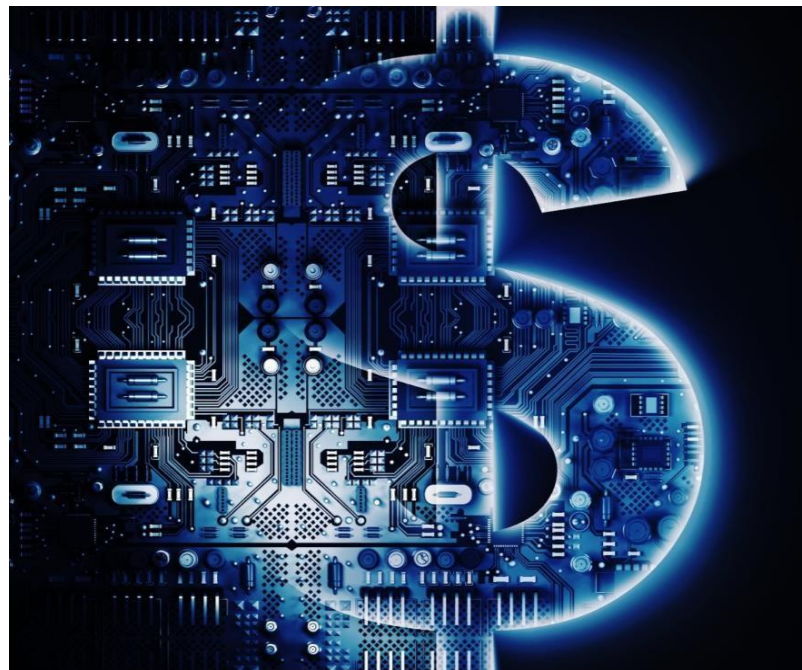
- *Umělá inteligence - zákaznický servis*
- *Data driven solutions - např. cenyskipasů*
- *6G*
- *Bezkontaktní řešení - covid*
- *Robotizace – nedostatek pracovních sil*



Fintech

Finanční technologie, zkráceně FinTech, jsou technologie a inovace, které se snaží zjednodušit tradiční služby ve finančnictví. Jako příklady FinTechu si můžeme uvést používání chytrých telefonů pro mobilní bankovníctví, pro investování, nebo jednodušší půjčování peněz.

*Buy now, pay later - Twisto, Scalapay
Platební brány - Comgate
Převody měn - Revolut
Insuretechy, atd.*

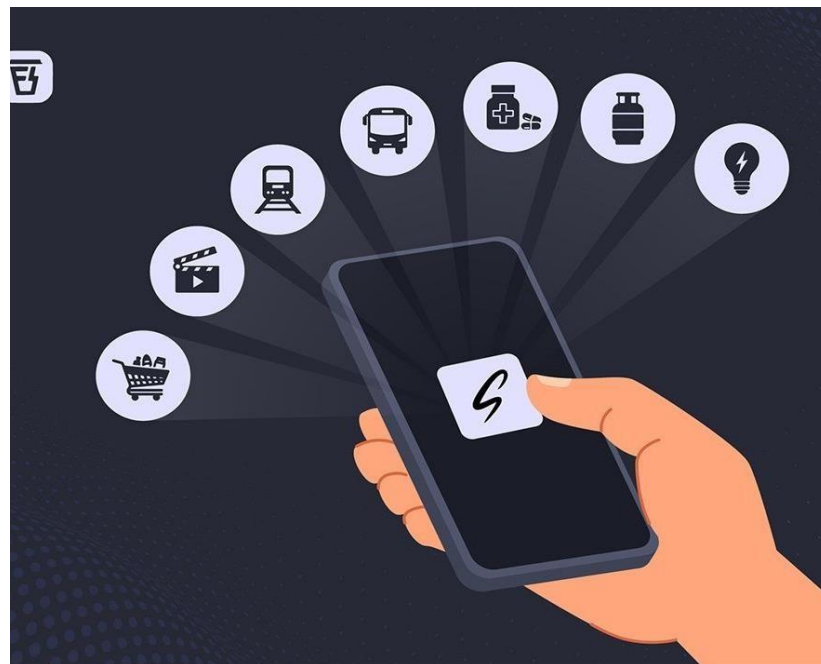


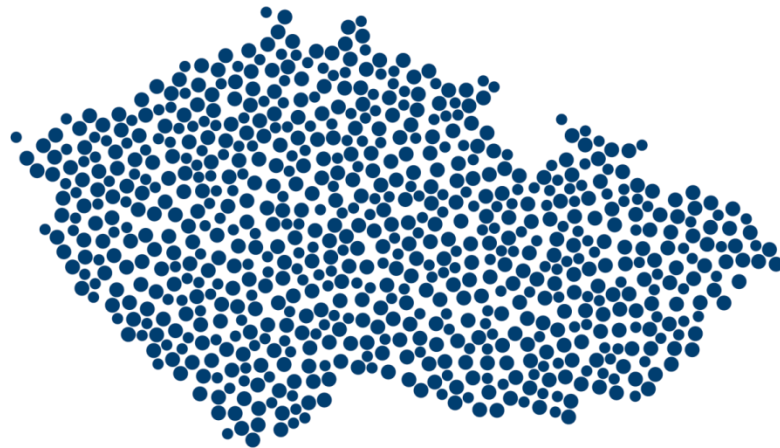
Superapky

Mobilní platformy, které vám umožní přístup k více službám současně z jednoho digitálního zařízení. Z chatování s přáteli přecházíte přímo do nákupu letenek nebo převodu peněz.

PWA – progressive web apps - umožňují propojení nekonečného množství API

WeChat je sociální síť s řadou funkcí jako instantní zprávy, hlasové zprávy, videohovory, sdílení fotek, objednání taxislužby, donášky jídla z restaurací, rezervace hotelu a mobilní platby.





Děkuji za pozornost!

Jan Herget
