



CzechTourism

# Dovolená v Česku – to letí!



EVROPSKÁ UNIE  
EVROPSKÝ FOND PRO REGIONÁLNÍ ROZVOJ  
ŠANCE PRO VÁŠ ROZVOJ



## Rámec kampaně

Projekt IOP na podporu DCR s 3 hlavními aktivitami:

- Nový brand DCR s hlavním sloganem Dovolená v Česku – to letí! a marketingové kampaně na jeho podporu
- Přestavba portálu [www.kudyznudy.cz](http://www.kudyznudy.cz)
- Podpora turistických informačních center (vydání map, zavedení systému monitoringu návštěvnosti)

Časový rámec: 1. 1. 2009 – 31. 12. 2011

## Východiska kampaně a projektu

- Start kampaně v roce 2010: pozitivní statistiky – 17% nárůst počtu tuzemských dovolených ve srovnání s 9% propadem zahraničních dovolených oproti roku 2009
- Šance představit tuzemskou dovolenou jako rovnocennou variantu pro trávení volného času

30.6.2011

## Proč na tuzemskou dovolenou?

- Není třeba dlouho plánovat (flexibilní a rychlé rozhodování)
- Vše je blízko – odpadá nutnost daleko cestovat
- **Zajímavý a pestrý výběr:** ČR je pozitivně vnímána jako země s množstvím zajímavých přírodních a kulturních destinací (hrady, zámky, příroda, hory, památky, kultura, sklípky...)
- Hustá síť turistických stezek pro pěší i cyklisty
- Sociální síť (kamarádi, příbuzní a známí, jejich návštěvy)
- Absence jazykové bariéry
- Moje místo (chata, chalupa, ale i oblíbené místo obecně)
- Nostalgie – místo mého mládí (pro starší generaci)
- **Blízkost a známost prostředí - „psychologicky doma“:**

30.6.2011

## Proč ne na tuzemskou dovolenou?

- **Atraktivita a exotika destinací v cizině (zejména moře).**
- **Nestabilita počasí (chybí větší variabilita aktivit v případě špatného počasí)**
- **Není možné se odpojit od každodenních starostí (stále v dosahu, když se něco stane)**
- **Relativní cenová dostupnost zahraničních cest**
- **Relativně nižší kvalita servisu cestovního ruchu v Česku**
- **Nízká prestiž trávení dovolené v ČR např. mezi školní mládeží (pochlubit se dovolenou u moře)**

30.6.2011

## Jak plánují Češi letos tuzemskou dovolenou?

- Podle průzkumu agentury CzechTourism se letos na dovolenou v tuzemsku chystá **okolo 40 % Čechů**. Mezi nimi nejvíce najdeme SŠ nebo VŠ vzdělané lidi.
- $\frac{3}{4}$  lidí jezdí pravidelně na výlety po Česku.
- Žádnou dovolenou neplánuje 1/3 lidí. Jsou to lidé s nízkými měsíčními příjmy nebo senioři.

30.6.2011



## O kampani

- **V roce 2010** probíhala v rozhlase, TV a také pomocí open-air akcí Dny domácího cestovního ruchu.
- **V roce 2011**: duben – červenec. Internet (akcent na propagaci portálu Kudy z nudy i na zviditelnění v sociálních sítích), tisk a outdoor (zejména MHD ve velkých českých a moravských městech)

30.6.2011



## Nové prostředky v propagaci: open-air akce

- Novinkou v komunikaci agentury byly 4 open-air akce: Liberec (17. 7.), Rožnov pod Radhoštěm (31. 7.), Poděbrady (29. 8.) a Telči (11. 9.).
- Akce navštívilo 20 tisíc lidí, propagovalo se tu na 80 podnikatelských subjektů
- Pozitivní reakce veřejnosti i podnikatelů: překvapení nad možnostmi trávení volného času v blízkém okolí

30.6.2011





## Přínosy kampaně

- Monitoring aktivit kampaně začal před jejím startem v roce 2010 a probíhá i v roce 2011
- Od začátku sledování se mírně zlepšilo vnímání tuzemské dovolené. Drtivá většina lidí (94 %) si stabilně myslí, že je Česko turisticky atraktivní.
- Kampaň si po jejím skončení v roce 2010 pamatovala polovina populace, z toho přes 40 % motivovala k podnikání výletů a dovolených v Česku.

9 30.6.2011



**DĚKUJI ZA POZORNOST**

**Markéta Chaloupková**

oddělení marketingové komunikace

Česká centrála cestovního ruchu  
CzechTourism

Vinohradská 46, 120 41 Praha 2

tel.: +420 221 580 445

e-mail: chaloupkova@czechtourism.cz

[www.czechtourism.cz](http://www.czechtourism.cz)

[www.czechtourism.com](http://www.czechtourism.com)

[www.kudyznudy.cz](http://www.kudyznudy.cz)

