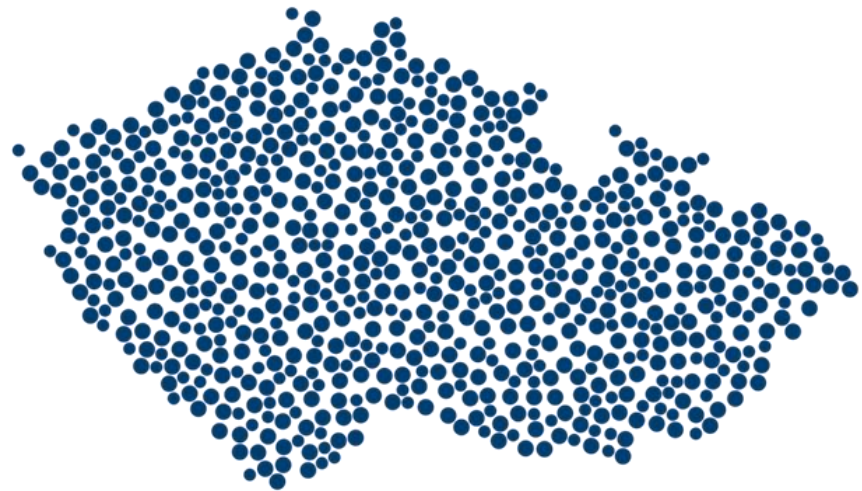




Tisková konference - cestovní ruch loni a letos

Ministr pro místní rozvoj Petr Kulháněk

Ředitel České centrály cestovního ruchu – CzechTourism František Reismüller



MINISTERSTVO
PRO MÍSTNÍ
ROZVOJ ČR

CzechTourism

Význam cestovního ruchu pro Česko

- **Podíl na HDP**

- Rok 2019: 2,87%, celkem 167 mld. Kč
- Rok 2022: 2,22 %, celkem 151 mld. Kč
- Rok 2023: 2,36 %, celkem 180 mld. Kč

- **Podíl na zaměstnanosti v roce 2023**

- 4,16 % na zaměstnaných osobách; 4,22 % na pracovních místech
- každý/á 24. Čech/Češka pracuje v cestovním ruchu
- 224 tisíc pracovních míst (FTE), cestovní ruch zaměstnává 224 tisíc lidí

- **Regiony, pro které je turismus klíčový** *(poslední dostupná data za rok 2022)*

- Karlovarský, Praha, Jihočeský, Liberecký, Královehradecký a Jihomoravský kraj (podle podílu na HPH)
- Nejvyšší podíl na zaměstnanosti má cestovní ruch v Karlovarském kraji, Praze, Jihomoravském a Jihočeském kraji



Zdroj: Český statistický úřad, HDP a zaměstnanost

MMR – podpora cestovního ruchu, novinky 2025

Investice do cestovního ruchu ve výši 1,48 mld. korun

- Oživení cestovního ruchu podporou infrastruktury CR (250 mil. Kč)
- Podpora organizací destinačního managementu 2025+ (90 mil. Kč)
- Pobytové vouchery pro Jeseníky (2x 10 mil. Kč)
- Investice do rozvoje Horské služby (423 mil. Kč)

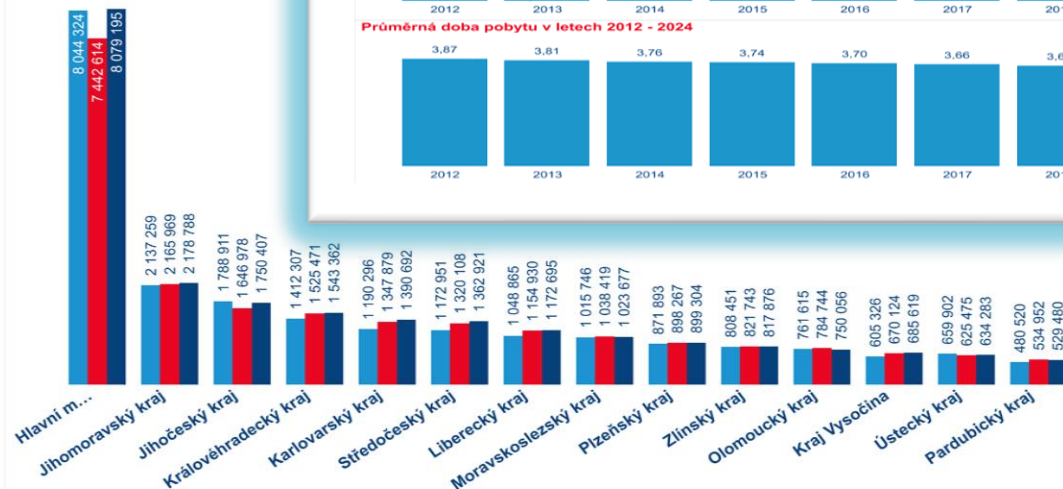
Portál eTurista

- Zjednodušení administrativy pro ubytovatele
- Efektivnější výběr daní a poplatků
- Zkušební provoz od jara 2025

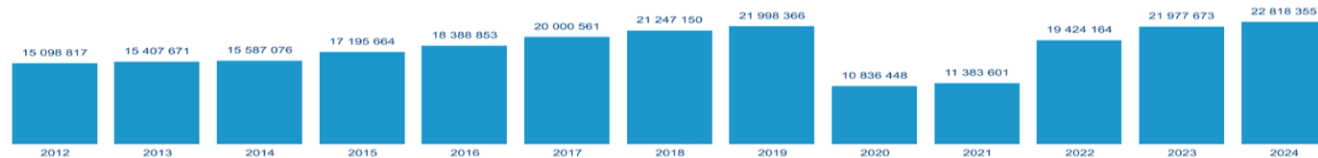


Aktuální situace v cestovním ruchu

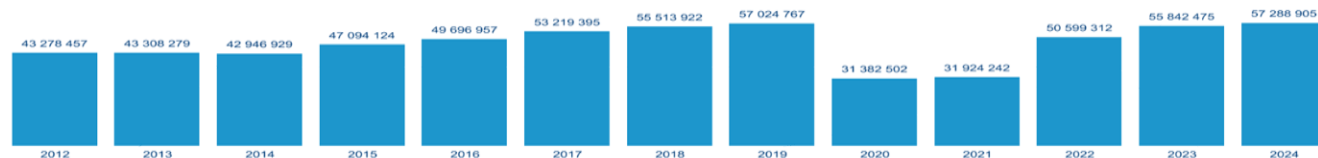
● 2019 ● 2023 ● 2024



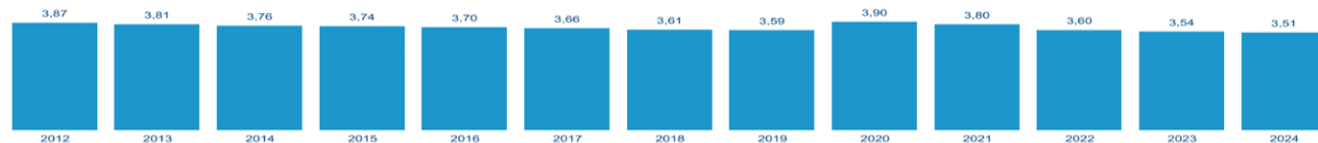
Počet příjezdů v letech 2012 - 2024



Počet přenocování v letech 2012 - 2024



Průměrná doba pobytu v letech 2012 - 2024

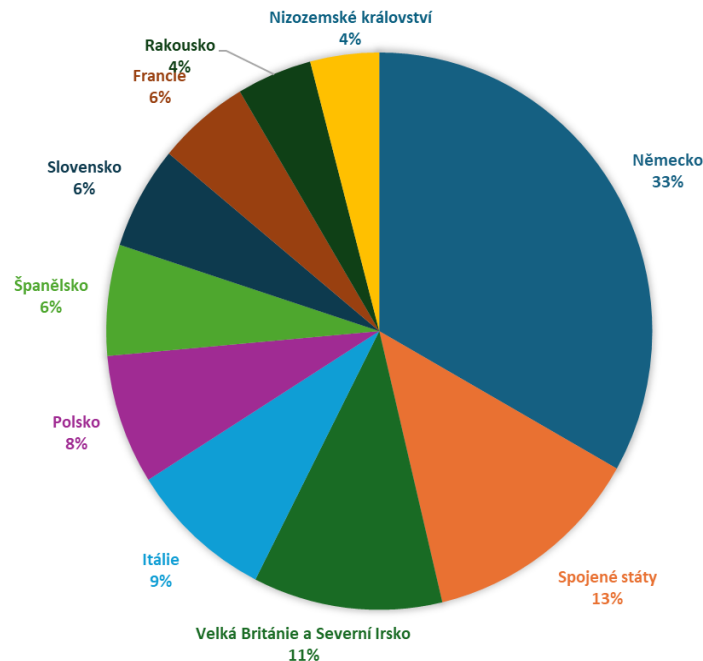


MINISTERSTVO
PRO MÍSTNÍ
ROZVOJ ČR

Domáci versus zahraniční turisté – srovnání počtu a podílu 2019, 2023 a 2024



Země podle bonity 2024



Země	Bonita
Německo	9,8 mld. Kč
Spojené státy	3,9 mld. Kč
Velká Británie a Severní Irsko	3,3 mld. Kč
Itálie	2,5 mld. Kč
Polsko	2,2 mld. Kč
Španělsko	1,9 mld. Kč
Slovensko	1,8 mld. Kč
Francie	1,6 mld. Kč
Rakousko	1,3 mld. Kč
Nizozemsko	1,2 mld. Kč

Pozn.: Graf zobrazuje země tvořící 80 % z celkové bonity, Zdroj dat: průměrné útraty - Tracking PCR a DCR, počet turistodnů - ČSÚ
Výpočet: Bonita = počet turistodnů * průměrná útrata na osobu a den během pobytu

Průměrné útraty zahraničních turistů v Česku v roce 2024

	ÚTRATA CELKEM (na osobu a den)	ÚTRATA PŘEDEM (na osobu a den)	ÚTRATA PŘI POBYTU (na osobu a den)
Belgie	4 746 Kč	2 282 Kč	2 464 Kč
Švédsko	3 967 Kč	1 739 Kč	2 228 Kč
USA	5 747 Kč	3 830 Kč	1 917 Kč
Španělsko	3 802 Kč	1 983 Kč	1 819 Kč
Spojené království	3 543 Kč	1 830 Kč	1 712 Kč
Japonsko	7 821 Kč	6 159 Kč	1 662 Kč
Maďarsko	2 765 Kč	1 119 Kč	1 646 Kč
Francie	3 521 Kč	1 899 Kč	1 622 Kč
Itálie	3 188 Kč	1 612 Kč	1 575 Kč
Portugalsko	2 879 Kč	1 549 Kč	1 330 Kč
Rakousko	2 317 Kč	1 015 Kč	1 302 Kč
Nizozemsko	2 334 Kč	1 106 Kč	1 228 Kč
Německo	2 162 Kč	1 048 Kč	1 114 Kč
Polsko	1 816 Kč	927 Kč	889 Kč
Čína	3 966 Kč	3 248 Kč	718 Kč
Slovensko	1 343 Kč	684 Kč	659 Kč
Ukrajina	1 153 Kč	752 Kč	401 Kč

Zdroj: Tracking PCR a DCR

Klíčové B2B a MICE akce v roce 2024

Czechia Travel Trade Day Hradec Králové 2024

- ❑ 7. ročník pod záštitou ministra pro místní rozvoj
- ❑ 76 nákupčích z 30 zemí, 100 zástupců českých subjektů
- ❑ 1 700 individuálních B2B jednání
- ❑ 13 zahraničních a 5 tuzemských médií

Events Club Forum – podpora kongresové turistiky

- ❑ 3. ročník v Kongresovém centru Praha
- ❑ 2 400 individuálních B2B jednání, edukační program
- ❑ 226 účastníků, 107 zahraničních MICE nákupčích

Czech Convention Bureau Inspirational Afternoon

- ❑ 2. ročník konference o kongresové a incentivní turistice
- ❑ 4 mezinárodní řečníci (Polsko, Velká Británie, Německo, Mezinárodní asociace)
- ❑ Více než 160 českých účastníků



Statistiky portálu VisitCzechia

#VisitCzechia

Metrika	Rok 2023	Rok 2024
Uživatelé	1 942 567	2 704 495
Návštěvy	2 437 123	3 540 038
Zobrazení stránek	6 021 192	12 248 510
Stránek / relaci	2,47	3,46
Průměrná doba zapojení	1 minuta 5 vt.	4 minuty a 1vt.
Bounce rate	32,71 %	12,46%

- ✓ **NÁVŠTĚVNOST I ZAPOJENÍ ROSTOU**
- ✓ **BOUNCE RATE KLESÁ**
- ✓ **PL + DE = 48 % UŽIVATELŮ**



(Pozn. Bounce rate = míra okamžitého opuštění, procento návštěvníků, kteří opustí webovou stránku bez jakékoli další interakce)

Co se chystá v roce 2025 – VisitCzechia

#VisitCzechia

SEO a efektivní růst portálu

- ◆ Lepší organické pozice (SEO, Core Web Vitals)
- ◆ Výkonové kampaně (placené vyhledávání)
- ◆ Fokus na EN, DE, PL
- ◆ Flexibilní redakční plán (rychlá reakce na trendy)
- ◆ AI automatizace (metadata – podpora větší viditelnosti článku, a tím pádem vyšší návštěvnosti webu, FAQ – AI generuje po načtení článku 10 otázek, štítky)
- ◆ Generické stránky

Speciální obsah

- 🌿 Landing pages pro kampaně
- 📖 Tematické stránky dle potřeb
- 🤝 Partnerská spolupráce

Technologická optimalizace

- ☁ Efektivnější provoz v cloudu MS Azure

UX a UI vylepšení

- 📅 Nový kalendář akcí
- 🍔 Úprava menu, lepší navigace
- 📷 Nové formáty obsahu (kvízy, galerie, medailonky)
- 🔍 Lepší interní vyhledávání

Pozn. SEO (Search Engine Optimization) je proces optimalizace webových stránek s cílem zlepšit jejich viditelnost ve výsledcích vyhledávačů. Cílem je dosáhnout co nejvyššího umístění ve výsledcích organického (neplaceného) vyhledávání na relevantní klíčová slova. UX (User Experience), neboli uživatelská zkušenost, vypovídá, jak se lidé cítí při používání webové stránky. UI (User Interface), neboli uživatelské rozhraní, říká, jak webová stránka vypadá a jak se s ní pracuje.



Statistiky portálu Kudy z nudy



Metrika	Rok 2023	Rok 2024
Uživatelé	12 381 514	16 780 576
Návštěvy	28 097 107	37 731 252
Zobrazení stránek	92 742 403	132 519 764
Stránek / relaci	3,3	3,51
Průměrná doba zapojení	1 minuta 34 vt.	1 minuta 29 vt.
Bounce rate	29,2 %	21,3 %

- ✓ **NÁVŠTĚVNOST I UŽIVATELÉ ROSTOU**
- ✓ **AŽ 200 TIS. NÁVŠTĚV DENNĚ!**
- ✓ **23 MIL. NÁVŠTĚV Z GOOGLE SEARCH**
- ✓ **94 % CZ, 2,7 % SK**



(Pozn. Bounce rate = míra okamžitého opuštění, procento návštěvníků, kteří opustí webovou stránku bez jakékoli další interakce)

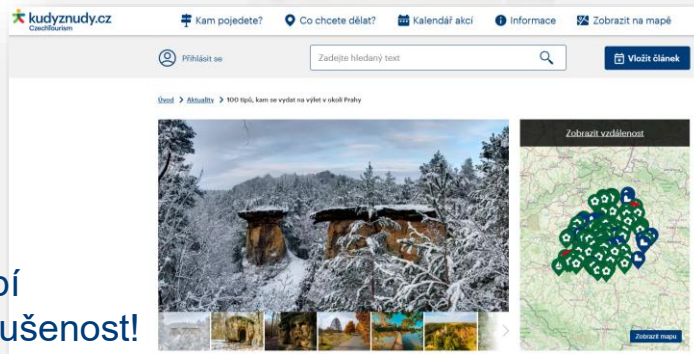
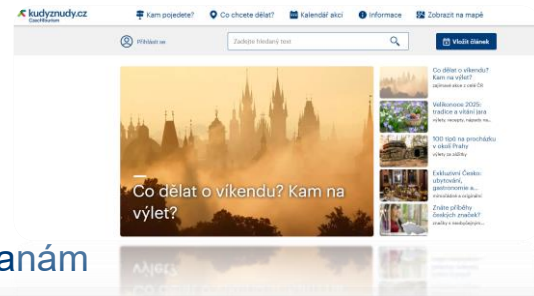
Co se chystá v roce 2025 – Kudy z nudy

Udržení pozic portálu a růst návštěvnosti

- ♦ Silné organické vyhledávání (SEO, obsahová strategie)
- ♦ Efektivní výkonové kampaně (CPC 2024: 0,38 Kč!)
- ♦ AI automatizace – zefektivnění redakční práce, personalizace obsahu
- ♦ Speciální stránky (kampaně CzechTourism, tematické, partnerské)
- ♦ Externí datové zdroje & aliance – kvalitní data, smysluplná partnerství
- ♦ Podpora třetích subjektů – Kudy z nudy, poskytování obsahu třetím stranám
- ♦ Optimalizace cloudu MS Azure – rychlost a spolehlivost

Podpora značky & vylepšení UX/UI

- 📌 Rozšíření marketingového mixu Kudy z nudy
- 📈 Větší investice do SoMe, nový kreativní obsah
- 🎨 Lepší UX/UI – snadnější vkládání záznamů, filtry na mapách, cross bannery, sdílení přehledů
- 📅 Automatizace výpisů v kalendáři – rozšíření funkce roční období
- 👉 **Cíl:** efektivnější správa, vyšší návštěvnost, lepší uživatelská zkušenost!



Pozn. CPC (Cost-per-Click) je metrika používaná v PPC (Pay-per-Click) kampaních, která udává průměrnou cenu, kterou inzerent zaplatí za jeden proklik na svou reklamu. SEO (Search Engine Optimization) je proces optimalizace webových stránek s cílem zlepšit jejich viditelnost ve výsledcích vyhledávačů (např. v Google). Cílem je dosáhnout co nejvyššího umístění ve výsledcích organického (neplaceného) vyhledávání na relevantní klíčová slova. UX (User Experience), neboli uživatelská zkušenost, vypovídá, jak se lidé cítí při používání webové stránky. UI (User Interface), neboli uživatelské rozhraní, říká, jak webová stránka vypadá a jak se s ní pracuje.

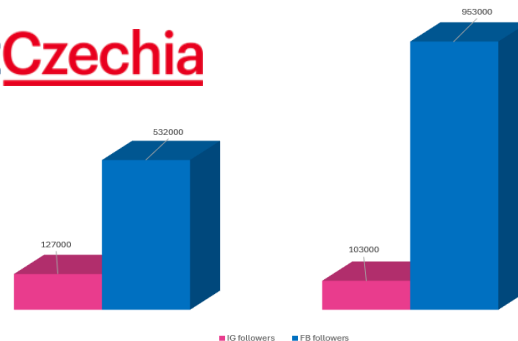
Sociální média 2024 - #kudyznudy, #VisitCzechia

 Počet sledujících roste a je rekordní na obou platformách.

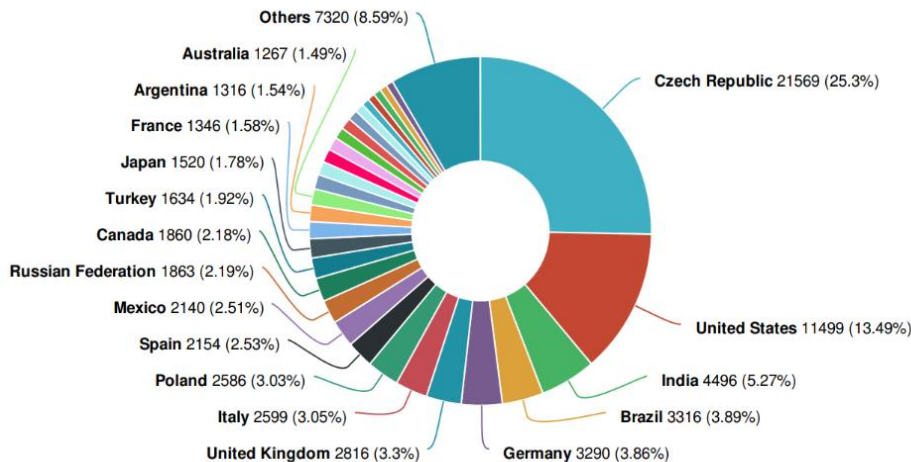
 Nový LinkTree k prezentaci obsahu (<https://linktr.ee/visitcz>)

 Nové šablony pro obsah

 Marketingová podpora: Zvýšená investice do propagace.



Followers by Country

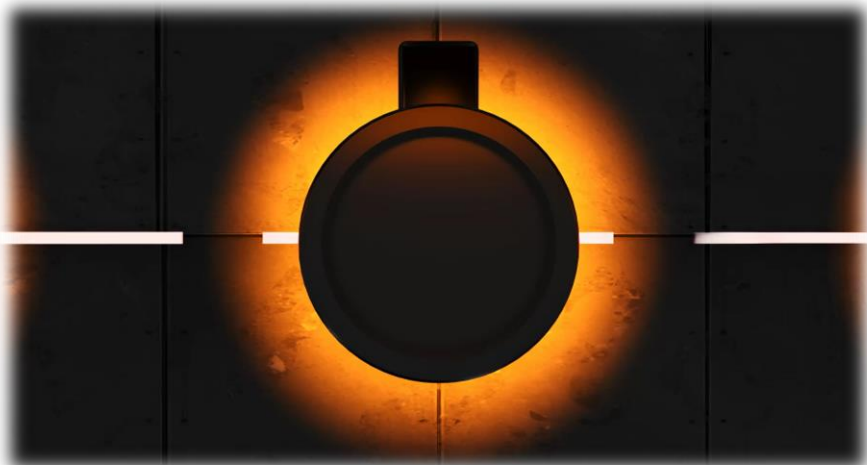


 kudyznudy.cz

#VisitCzechia



Podcast agentury CzechTourism SBALENO



- ✓ Od listopadu 2024 podcasty v novém kabátě
- ✓ Pouze audiopodoba exkluzivně na Spotify
- ✓ Videoupoutávky na SoMe
- ✓ Zajímavé osobnosti (Jiří Prskavec, Klára Davidson Spilková, David Todt a Nora Dolanská, Luboš Kastner, Pavel Přílepek)
- ✓ Aktuálně 100 sledujících, z toho +50 za poslední 3 měsíce

Marketingové kampaně v roce 2024

1. globální image online kampaň



- ❑ Jarní, podzimní a zimní vlna (video, banery)
- ❑ **Investice** 37 mil. Kč bez DPH
- ❑ **Téma:** Téma aktivní turismus & wellbeing podporující cyklo, pěší turistika, MTB, lyže, běžky a další zimní aktivity, ferraty, vodní sporty, golf, lázeňství a wellness.
- ❑ **Cíl:** zvýšit povědomí o ČR coby destinaci pro aktivní dovolenou



14 trhů rozdělených podle kritérií bonity a cen mediálního prostoru do 3 zón:

1. Německo/Polsko
Slovensko/USA/UK

2. Nizozemsko/Francie
Itálie/Španělsko

3. Švédsko/ Dánsko
Maďarsko

❑ Výsledek:

- ✓ 820 milionů zobrazení reklamy, téměř 2 miliony kliknutí, vysoká míra zapojení
- ✓ **Prosinec 2024, 30 vt. spoty image kampaně v rámci vysílání zimních sportů**
- ✓ 53 evropských zemí, odvysíláno 80 spotů se zásahem 19 mil. osob s frekvencí 2



Marketingové kampaně v roce 2024

2. globální search PPC kampaň

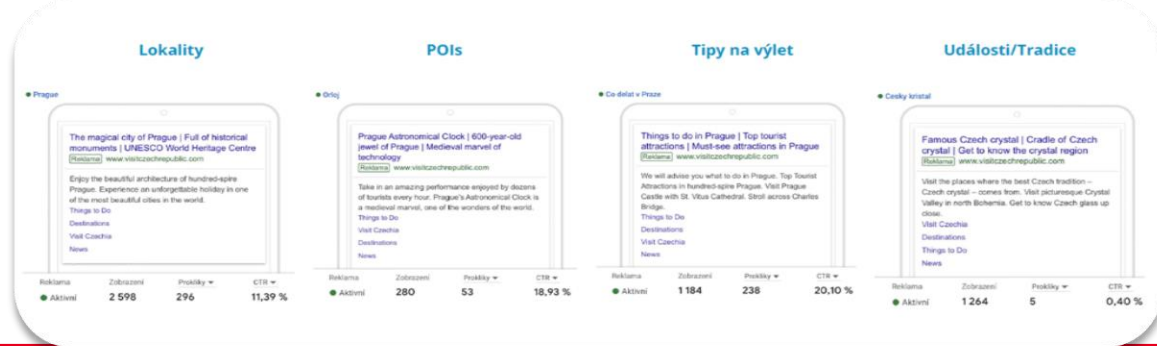


Always on - celoroční kampaň

UK, Polsko, Německo, Rakousko – dle návštěvnosti, bonity a návratnosti investic



- ❑ **Cíl:** Zvýšení povědomí o Česku jako preferované turistické destinaci, podpora návštěvnosti webu VisitCzechia.com dle klíčových slov
- ❑ **Investice:** 2,7 mil Kč bez DPH
- ❑ **Výsledek:** přes 1 mil kliků, míra zapojení 89,6%
- ❑ **Zaměření** na klíčové produktové řady 2024: Aktivní turismus, kultura, lázeňství
- ❑ **Obsahová strategie:** témata přizpůsobena ročním obdobím (POIs, lokality, události, tradice, gastronomie)



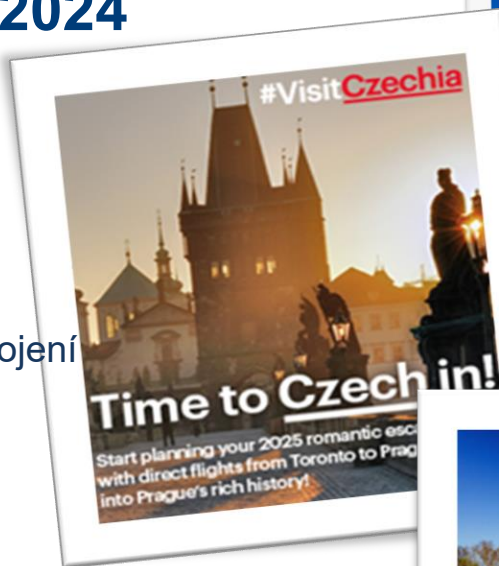
Marketingové kampaně v roce 2024

3. podpora přímých letů

Let Toronto – Praha

 **Trh :** Kanada  **Prosinec**

- ☐ **Cíl:** stimulace trhu před zavedením přímého spojení
- ☐ **Investice:** 1,2 mil. Kč bez DPH
- ☐ **Výsledky online kampaně:**
 - ✓ počet impresí/zobrazení reklamy - 27,9 mil.
 - ✓ počet kliků - 30 tis.
 - ✓ zásah – přes 2 miliony uživatelů internetu



Marketingové kampaně v roce 2024

3. podpora přímých letů

Let Peking - Praha



Trh: Čína



Cíl: Stimulace trhu před a po zahájení přímé linky

Investice:

- Před spuštěním: 3 200 000 Kč (fáze I)
- Po spuštění: 2 500 000 Kč (fáze II)

Výsledky: OFFLINE ČÁST

- ✓ OOH reklama (výtahy), zásah 390+ tisíc
- ✓ Palubní magazín (100tis.), zásah 912 tisíc
- ✓ Video na palubách letadel (4194 letů), zásah 912 tis.

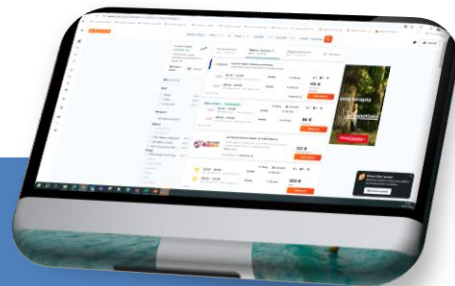
ONLINE ČÁST

- ✓ Influenceri, zásah 55,4 mil., reakce 25tis.
- ✓ Posty a promo na SOME, zásah 1,42 mil., reakce 500
- ✓ SOME Hainan airlines, zásah 1,8 mil.



Marketingové kampaně v roce 2024

4. konverzní kampaně (cílem je dosažení konkrétní akce, např. nákup, rezervace, registrace)



Trh	OTA (kampaň zaměřená na propagaci prostřednictvím online cestovních agentur)	Doba konání (týdny)	Investice (bez DPH)	Výsledek
UK&Španělsko Cíl prodloužení pobytu	lastminute.com	11 týdnů	190 000 €	• nárůst délky pobytu z 2,7 na 3,8 nocí • hodnota rezervací 72,8 mil. Kč • Počet PAX 6 736 • ROI 9,6x
Německo/Itálie	amadeus	9 týdnů	35 000 €	• Počet PAX 4004 • hodnota rezervací 53,2 mil Kč • ROI 30,8x
Polsko	TRAVELIST.PL	3 týdny	3 900 €	• Počet pokojonocí 406 • Celková hodnota rezervací 0,8mil Kč • ROI 9,3X
Korea	KOREAN AIR	8 týdnů	13 300 €	Kampaň skončila 11/2024 • Počet PAX 724 +22% YoY • ROI 5,7x
Tchaj-wan	JWI	7 týdnů	33 000 €	Kampaň skončila 1.3. 2025 • Počet PAX průběžný 872

Marketingové kampaně v roce 2024

4. konverzní kampaně

❑ 1. ETC Kampaň - Creative Cities Discover Central Europe

❑ Cíl: konverzní kampaň, počet rezervací - letenky, ubytování

❑ Trh: USA, 8-10/2024 

❑ Celkový rozpočet kampaně 200 000 €

❑ Investice CzT 25 000 €

❑ ETC poskytla investici 100 000 € za 4 země

❑ Výsledek:

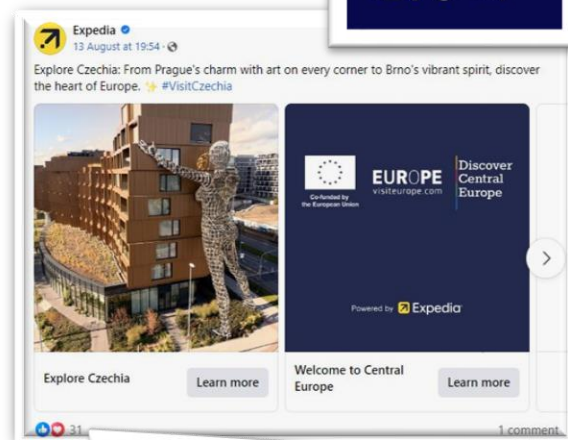
✓ dosah 2,9 mil.

✓ 28 605 příjezdějících turistů

✓ 20 882 pokojností

✓ 4 531 letenek

✓ Návratnost podle prům. útraty turisty 104x



Eventy 2024

- ❑ Spolupráce s významnými kulturními a sportovními eventy na bázi nákupu vizibility v rámci mediálního prostoru a marketingového plnění.
- ❑ Zrealizováno celkem **14 významných eventů** (např. MS v hokeji, MS v Biatlonu, MS MTB, Pražské jaro a další)
- ❑ Celková investice **17,2 mil. Kč vč. DPH**
- ❑ Celkový mediální zásah více než **206 000 000 sledujících**
- ❑ Z exkluzivních obsahových materiálů stojí za zmínku např. Spot a osobnostní práva k propagaci Česka maestrem [Placidem Domingem](#)



TOP akce Zahraničních zastoupení 2024

Propagace nočního vlakového spojení European Sleeper (Benelux)

- Přímé spojení z Bruselu do Prahy (3x týdně)
- Press a blogger tripy, natáčení nizozemské TV
- Mediální zásah: 9,4 mil. lidí

Prezentace Česka na LOH 2024 (Francie)

- Fan zóna u Stade de France, interaktivní workshopy
- Koncert Jihočeské filharmonie, prezentace regionů
- Celotýdenní vysílání kampaně Unexpected Wellbeing

Czech Baseball Events (Japonsko)

- Prezentační stánek a kulturní program na base zápasech
- Návštěvnost až 35 000 lidí denně



Meeting Point Destino Chequia 2024 (Španělsko & LATAM)

- Společný Press trip pro tvůrce obsahu a novináře Latam/Španělsko
- Zásah 11,7 mil. sledujících, přes 800 fotek na sociálních sítích

Roadshow v Indii

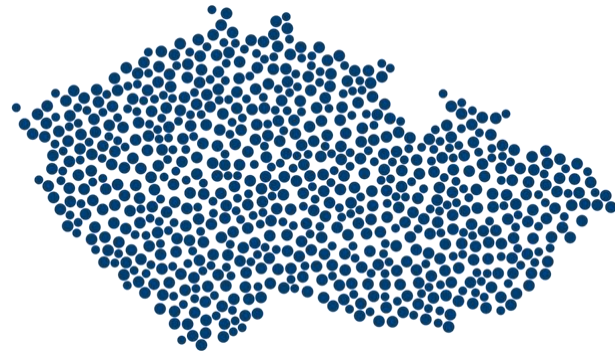
- Účast 10 českých DMCs, propagace MICE a luxury segmentu ve 3 indických metropolích Dillí, Bangalore, Bombai
- B2B jednání s více než 150 indickými touroperátory

Meziresortní projekty PROPED

- Spolupráce s CzechTrade, CzechInvest, MZe a MPO
- Podpora českých firem na workshopech, veletrzích a roadshow



ROK 2025



MINISTERSTVO
PRO MÍSTNÍ
ROZVOJ ČR

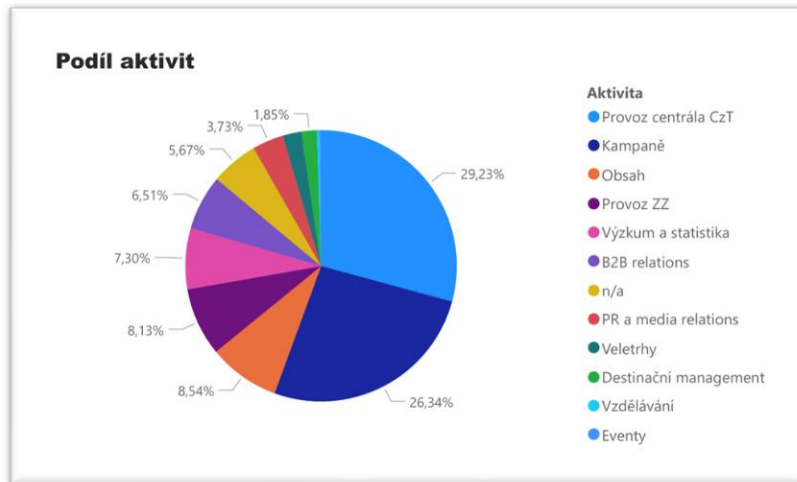
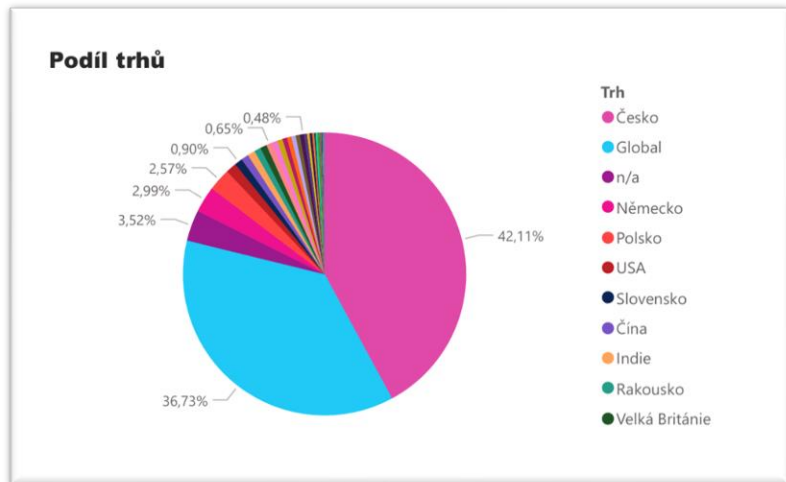
CzechTourism

Rozpočet agentury CzechTourism

ROK	ROZPOČET CZT
2025	412 mil. Kč (+ 45 mil. Kč z nespotřebovaných výdajů na speciální projekty)
2024	400 mil. Kč
2023	373 mil. Kč
2022	347 mil. Kč
2021	405 mil. Kč
2020	366 mil. Kč



Rozpočet agentury CzechTourism - podíl plánovaných nákladů v %



Klíčové MICE akce v roce 2025

- **4. ročník regionálního workshopu Czech Convention Bureau** – 26. 2. 2025 (setkání všech zástupců regionálních convention bureaus s DMCs, eventovými agenturami, korporáty, asociacemi)
- **Účast na nejvýznamnějších MICE veletrzích:** IMEX Frankfurt, IMEX America, IBTM Barcelona, Meeting Show UK
- **4. ročník akce Events Club Forum Praha** – 7. – 10. 9. 2025
- **3. ročník Czech Convention Bureau Inspirational Afternoon** 25. 9. 2025
- **Série workshopů, prezentací a tripů na hlavních zdrojových trzích** – Německo, Itálie, Španělsko, Francie, Velká Británie, Skandinávie, Mexiko
- **Spolupráce v rámci Strategické Aliance Evropských Národních Convention Bureau**



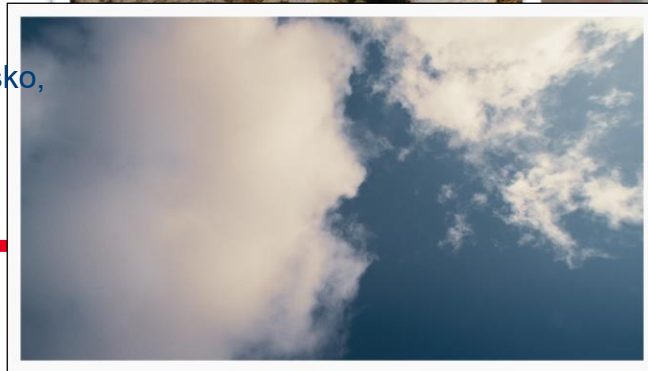
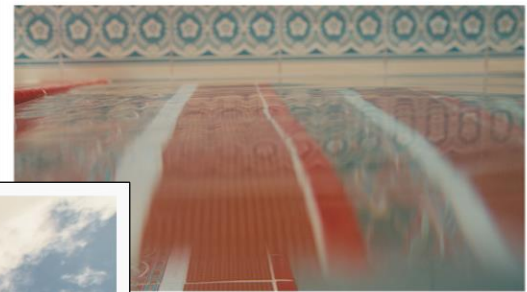
- 8. ročník se uskuteční v termínu 28. – 29. dubna 2025 v Ostravě
- CzT spolupracuje s Moravskoslezským krajem, statutárním městem Ostrava, destinací Severní Morava a turistickou oblastí Ostrava.
- Předešlé ročníky: 2016 Olomouc, 2017 Plzeň, 2018 Liberec, 2019 České Budějovice, 2022 Karlovy Vary, 2023 Brno, 2024 Hradec Králové
- Zahraniční touroperátoři a novináři budou mít příležitost poznat turistickou nabídku Moravskoslezského kraje prostřednictvím 5 tematických studijních cest po regionu.
- Registrace pro české účastníky se spustí v 10. března v 10.00
- Aktualizace informací na stránce akce:
[Czechia Travel Trade Day Ostrava 2025](#)



Plánované kampaně v roce 2025

1. Globální Online Image

- ❑ **Cíl:** Podpora aktivního turismu a lázeňství – koncept Unexpected Wellbeing
- ❑ K šesti vybraným turistickým aktivitám připraveno 7 videospotů (15") a 14 verzí vizuálů
- ❑ Každý kraj zastoupen jedním vizuálem
- ❑ **Rozpočet:** 30 mil. Kč vč DPH
 - **Rozsah:** Hlavní kampaň poběží v 10 zemích vybraných dle bonity a cen médií ve 3 skupinách dle priorit
 1. Německo, Polsko, UK, Slovensko,
 2. Francie, Španělsko, Nizozemsko, Itálie, Rakousko,
 3. Dánsko.
- **2 fáze** jarní a podzimní, každá v délce trvání 6 týdnů



Plánované kampaně v roce 2025

2. Search, konverzní, produkt

Always on PPC search 1- 12/25

Konverze
6/25

Konverze
7/25

Konv. USA
10/25

Golf
8/25

Lázně
11/25

4,2 mil. Kč

10 mil. Kč

0,5 & 1,5mil. Kč

- ❑ **Search:** oslovit cestovatele, kteří ještě nemají jasno, kam vyrazit a přivést je na speciální webové stránky
 - **Zaměření:** na sousední země & Velká Británie
- ❑ **Konverzní kampaň** (s měřitelným dopadem)
 - **Cíl:** zvýšení povědomí o destinaci + podpora rezervace pobytů
 - část kampaně proběhne v USA, výběr dalších zemí a forem propagace budou vycházet z vyhodnocení dobíhajících kampaní tak, aby efekt byl co největší
- ❑ **Propagované produkty:** golf zaměřeno na Skandinávii, Lázně – zaměřeno na Německo



Plánované kampaně v roce 2025

3. Co-op V4 & EuropeanTravel Commission

Discover Central Europe kampaň v Číně

Discover
Central
Europe

www.discover-ce.eu



- ❑ Společná aktivita zemí V4 + grant od ETC 100 000 €
- ❑ **Celkový rozpočet:** 266 000 €
- ❑ **Prostředky zemí V4:** 166 000 EUR + 100 000 € z ETC
- ❑ **Název kampaně:** Central Europe: "*Taste Local, Travel Green*"
- ❑ **Téma kampaně:** Cílem je představit region střední Evropy čínským cestovatelům prostřednictvím společné historie, kulturních vazeb a gastronomie. Kampaň klade důraz na udržitelnost a propojuje všechny čtyři země do jednoho tematického itineráře.
- ❑ **Cíl:** Podpora příjezdového cestovního ruchu z Číny do regionu střední Evropy prostřednictvím propagace autentické gastronomie, méně známých zážitků a ekologických způsobů cestování. Kampaň přispívá k odpovědnému turismu a podpoře místních komunit. Zaměřuje se na zvýšení povědomí o značce Discover Central Europe a motivaci k reálným návštěvám regionu, což povede k měřitelnému růstu počtu čínských turistů a přispěje k udržitelnějšímu rozvoji cestovního ruchu.
- ❑ **Forma:** kombinace influencer aktivit a OTA kampaně.
- ❑ **Realizace:** červen - prosinec 2025

Kingdom Come: Deliverance II skvělá příležitost pro cestovní ruch

- ✓ **Autentické prostředí:** Hra se odehrává v Kutné Hoře a Českém ráji – historicky i vizuálně atraktivních lokalitách.
- ✓ **Úspěch v zahraničí:** Nejvýznamnější česká počítačová hra s velkým globálním dosahem.
- ✓ **Potenciál pro turismus:** Zvýšený zájem hráčů o návštěvu autentických míst spojených s hrou.

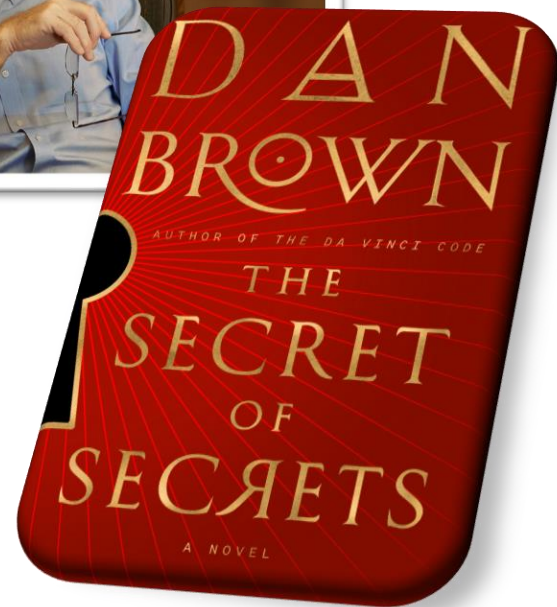
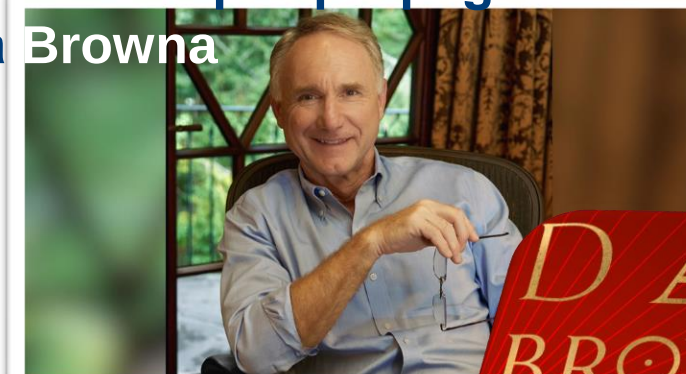


Marketingová podpora

- ✓ Google kampaň na klíčových trzích: Slovensko, Polsko, Německo, Rakousko, Velká Británie, Maďarsko, Švýcarsko.
- ✓ Landing page Visit Czechia s tipy na výlety inspirované hrou.
- ✓ Propagace na sociálních sítích CzechTourism a Kudy z nudy + podpora zahraničních zastoupení.
- ✓ KCD Live – spojení hry a reality
- ✓ Tematické služby: speciální prohlídky Kutné Hory a hradu Trosky.

Nová kniha Dana Browna jako příležitost pro propagaci Česka Praha v hledáčku fanoušků Dana Browna

- ✓ Zvýšený zájem o Prahu díky nové knize The Secret of Secrets.
- ✓ Potenciál oslovit nové návštěvníky a podpořit i další regiony Česka.
- ✓ Marketingová podpora CzechTourism - aktivní propagace na sociálních sítích, Kudy z nudy, VisitCzechia a prostřednictvím zahraničních zastoupení CzT.
- ✓ Strategická spolupráce s Prague City Tourism
- ✓ Praha jako město literatury v roce 2026.
- ✓ Česko čestným hostem Frankfurtského knižního veletrhu 2026.
- ✓ Kampaně zaměřené na literární turistiku a kulturně orientované návštěvníky.



CzechTourism na světové výstavě EXPO 2025



- ☐ Ve dnech 3.- 6.5. a 8.5. 2025 pronájem Českého pavilonu pro B2C prezentaci a B2B dny
- ☐ Společně se zástupci CzechTourism budou na místě čeští partneři
- ☐ Cílem je zprostředkovat propojení s japonskými cestovními kanceláři
- ☐ Aktuálně připravujeme destinační video a prezentaci do auditoria

Účel projektu:

- Propagace tradiční české gastronomie doma i v zahraničí
- Zvýšení návštěvnosti certifikovaných restaurací, cukráren a kaváren (certifikováno okolo 96 provozoven)

Cíle Czech Specials 2025

3 pilíře:

- **Zpopularizování značky Czech Specials** mezi domácím publikem, kampaně, spolupráce s partnery.
- **Pozvednout prestiž Czech Specials** – motivovat více podniků k certifikaci po celé ČR. Účast na gastrofestivalích, odborných seminářích a workshopech. Spolupráce s významnými partnery – komerčními subjekty a osobnostmi gastronomie
- **Propagace české kuchyně v zahraničí** - Propagace prostřednictvím zahraničních zastoupení CzechTourism (press/fam/influencer tripy, kulinářské kurzy, posty na sociálních sítích)



What to Experience



Hlavní aktivity 2025

- Festival minipivovarů na Pražském hradě (červen)
- Soutěže: Zlatý kuchař (duben), Český kapr (listopad)
- Makro Czech Gastro Fest (4.–5. 4.)
- AHR Roadshow (duben–květen)
- EXPO 2025 Osaka (květen)
- Prezentace v Českém domě v Bratislavě (15. 5.)
- Deluxe – 5 dní české kuchyně v Bruselu (září)
- Symposium Culinary Prague (listopad)

Podpis smlouvy se společností Michelin, která bude 3 roky propagovat Česko jako kulinářskou destinaci (od roku 2025)



Oficiální oznámení

- Vydání tiskové zprávy k debutu průvodce Michelin
- Vytvoření [videa](#) k oznámení + článku, který spot uvede

Každoroční výběr restaurací

- Každý rok sestavení elektronického průvodce Michelin pro Česko
- Vydání tiskové zprávy a článku k ročnímu výběru



Online a sociální sítě

- Série příběhů na Instagramu (v AJ) ke každému vydání
- Vytvoření a správa stránek pro Česko na <https://guide.michelin.com/cz/en>
- Každoroční aktualizace obsahu

Obsah a marketing

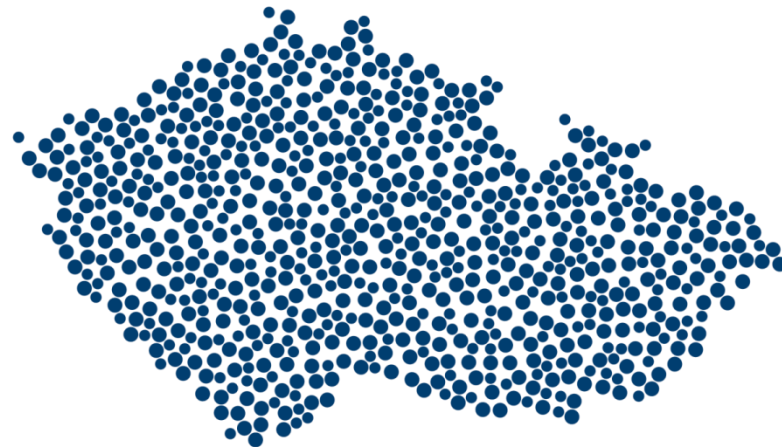
- Produkce tří článků ke každému vydání průvodce
- Placená kampaň na Instagramu a Facebooku pro články
- Video představující českou gastronomii a destinaci
- Získání titulu Michelin partner



Spolupráce a správa

- Správa redakčního kalendáře Guide.michelin.com
- Koordinace s CzechTourism

• Celková částka za 3 roky: 1 350 000 EUR



Děkujeme za pozornost!



MINISTERSTVO
PRO MÍSTNÍ
ROZVOJ ČR

CzechTourism