

Na dovolenou vyrážejí Češi nejraději k moři nebo za poznáváním, preferují cestování autem

Z cestovních kanceláří inzeroval v posledním roce nejvíce FISCHER

Češi si dovolenou organizují různými způsoby, nejčastěji však sami s pomocí lidí, se kterými cestují. Přes cestovní kancelář si dovolenou alespoň částečně zařizuje čtvrtina dotázaných. Téměř polovina preferuje cestování autem, třetina pak letadlem. Mezi nejoblíbenější patří dovolená strávená u moře, ale oblíbené jsou i poznávací cesty. Výzkum přinesla agentura Nielsen Admosphere, uskutečnil se na vzorku pěti set respondentů z internetové populace starší 15 let z Českého národního panelu.

Z výzkumu vyplynulo, že 13 % internetových Čechů na dovolenou vůbec nejedí. Avšak ti, kteří na dovolenou jezdí, si volí různé způsoby, jak si svou cestu zorganizují. Třetina Čechů si obvykle zajišťuje dovolenou s lidmi, se kterými se na ni chystá (31 %). Tento způsob organizace se týká v největší míře respondentů ve věkové kategorii 15–34 let. Méně než čtvrtina dotázaných si pak dovolenou zajišťuje kompletně sama (22 %) nebo přes cestovní kancelář (17 %).



Češi, kteří jezdí na dovolenou, obecně preferují dovolenou strávenou u moře (46 %). Mají rádi také poznávací cesty (41 %), při nichž navštěvují města, kraje a památky. Třetina pak preferuje relaxační pobyt v lázních či wellness (31 %) nebo dovolenou spojenou s pěší nebo horskou turistikou (30 %).

Dotazovaní nejčastěji uvedli, že na dovolenou nejraději jezdí autem (46 %). Vyslovalo se tak více mužů než žen, a také více lidí z vesnic než z měst. O něco méně pak dotázaní preferují dopravu letadlem (29 %). Tato možnost je naopak rozšířenější více mezi ženami a lidmi ve věkové kategorii

15–34 let. S velkým odstupem pak respondenti uváděli také cestování vlakem (8 %) či autobusem (6 %).

Dle monitoringu reklamy společnosti Nielsen Admosphere inzerovala ze zadavatelů cestovních agentur mezi červencem 2018 a červnem 2019 nejvíce Cestovní kancelář FISCHER. Ceníková hodnota její reklamy přesáhla 285 milionů korun. Druhá Invia.cz umístila inzerci v hodnotě 160 milionů korun a třetí Čedok využil reklamní prostor v hodnotě 125 milionů korun.

Ceníková hodnota reklamního prostoru TOP 5 zadavatelů v segmentu Cestování a cestovní agentury v období červenec 2018 - červen 2019

Pořadí	Zadavatel	1. 7. 2017 – 30. 6. 2018	1. 7. 2018 – 30. 6. 2019	Změna
1.	Cestovní kancelář FISCHER	252 596 000 Kč	285 644 000 Kč	13 % ↑
2.	Invia.cz	159 487 000 Kč	160 379 000 Kč	1 % ↑
3.	Čedok	142 665 000 Kč	124 969 000 Kč	-12 % ↓
4.	Blue Style	79 685 000 Kč	87 911 000 Kč	10 % ↑
5.	EXIM TOURS	74 776 000 Kč	81 550 000 Kč	9 % ↑

Zdroj: Nielsen Admosphere (monitoring INTERNETU zdroj: SPIR-Nielsen Admosphere, ceny TV dle sledovaností zdroj: ATO-Nielsen Admosphere)

Internet zahrnuje reklamu v rozsahu projektu AdMonitoring

bez vlastní inzerce

Eliška Morochovičová | Public Relations

eliska.morochovicova@admosphere.cz

Nielsen Admosphere, a.s. | Českobratrská 2778/1 | 130 00 Praha 3 | tel.: +420 222 717 763 |

www.nielsen-admosphere.cz

Jakub Fulín | Key Account Manager

Jakub.Fulin@admosphere.cz

Nielsen Admosphere, a.s. | Českobratrská 2778/1 | 130 00 Praha 3 | tel.: +420 222 717 763 |

www.nielsen-admosphere.cz

Doplňující informace:

Společnost **Nielsen Admosphere** (www.nielsen-admosphere.cz) je výzkumnou agenturou s širokým portfoliem produktů a služeb v oblasti marketingových a mediálních výzkumů, analýz a zpracování dat. Zaměřuje se především na metodologicky a technologicky náročné projekty, jako je elektronické měření sledovanosti televize metodou TV metrů. Pro elektronické měření médií vyvíjí vlastní technologie pod značkou SimMetry™. Věnuje se i monitoringu reklamy, marketingovému výzkumu (online průzkumy, CAWI, CATI průzkumy...) a analýze dat a nabízí komplexní servis spolehlivé výzkumné agentury se zázemím mezinárodní výzkumné společnosti Nielsen.

Součástí skupiny Nielsen Admosphere je i společnost Adwind Software, která vyvíjí software pro práci s daty z výzkumů sledovanosti a monitoringu reklamy.

Český národní panel (www.ceskynarodnipanel.cz) je jedním z největších výzkumných panelů v Česku, na Slovensku (Slovenský národný panel – SNaP), v Polsku a v Maďarsku. Jeho spoluvlastníkem je výzkumná agentura Nielsen Admosphere. Panel slouží pro kvalitní a rychlé on-line sběry dat o internetové populaci. Disponuje početnou skupinou 50 000 respondentů v České republice, 25 000 respondentů na Slovensku, 17 000 v Polsku a 10 000 v Maďarsku.