Češi na zimní dovolené: 73 % zůstává v Česku, 27 % vyráží do zahraničí

26.2.2026 - | Česká olympijská

Jarní prázdniny jsou v plném proudu a zimní sezóna vrcholí. Dosavadní data ukazují, jak Češi letos tráví čas na horách i mimo ně. Studie společnosti Visa ukázala, že zimní sporty byly mezi Čechy hitem – zájem o ně měla polovina populace (50 %). K celkovému zájmu a podpoře odvětví zimních sportů napříč Evropou přispěly také Olympijské a Paralympijské zimní hry Milano Cortina 2026, u nichž byla Visa oficiálním technologickým partnerem v oblasti platebních technologií. Největší nadšení panovalo mezi mladými dospělými ve věku 18–29 let. Více než dvě třetiny z nich (68 %) totiž uvedly, že se o zimní sporty zajímají.

Mezi českými zimními sporty vedlo překvapivě bruslení na ledě – během posledních pěti let mu podle studie věnovalo čas 39 % populace. Na druhém místě bylo sjezdové lyžování (34 %), následoval běh na lyžích (21 %) a lední hokej (20 %). Plány na nadcházející zimní dovolenou ukázaly podobné preference: téměř polovina Čechů (48 %) má na programu lyžování, bruslení na ledě (27 %) anebo snowboarding (21 %). Většina Čechů (73 %) plánuje strávit zimní dovolenou v tuzemsku, zatímco 27 % zamíří do zahraničí, nejčastěji do Rakouska (9 %) nebo Itálie (7 %).

V uplynulém roce si většina Čechů pořídila nějaké vybavení pro zimní sporty (67 %). Téměř polovina z nich konkrétně investovala do zimního oblečení (46 %). Mezi nejběžnější typy vybavení, které si lidé pořizují opakovaně patří oblečení (39 %) a obuv (22 %). Na druhou stranu více než třetina Čechů si vybavení pro zimní sporty půjčila (38 %), přičemž každý pátý si vypůjčil lyže nebo snowboard (22 %).

Umělá inteligence mění způsob, jak Češi nakupují vybavení pro zimní sporty a plánují zimní dovolenou

Využívání umělé inteligence se v Česku rychle rozšiřuje. Jeden z šesti Čechů (18 %) už při nákupu či zapůjčení vybavení nebo zážitků spojených se zimními sporty využil AI, a více než třetina (40 %) by tuto možnost ráda vyzkoušela i v budoucnu.

"Umělá inteligence pomáhá klientům lépe se orientovat v útratách, plánovat nákupy i cestování a dělat informovanější rozhodnutí v reálném čase."

„Z našich dat dlouhodobě vidíme, že v zimních měsících klienti utrácejí v zahraničí výrazně více než během léta, a to zejména v alpských destinacích, jako je Rakousko nebo Itálie. Zároveň se mění způsob, jakým lidé platí a rozhodují se o nákupech. Hotovost ustupuje a klienti čím dál více spoléhají na digitální platby a chytré nástroje. Právě tady má umělá inteligence své místo. Pomáhá klientům lépe se orientovat v útratách, plánovat nákupy i cestování a dělat informovanější rozhodnutí v reálném čase," říká Roman Přeučil, expert Raiffeisenbank na platební chování klientů.

Jak platební možnosti ovlivňují chování zákazníků na horách

Češi si zimní dovolenou vybírají převážně podle nabídky konkrétního střediska – od wellness a spa služeb přes místní gastronomii až po aktivity přímo na svahu. Při placení na horách hraje klíčovou roli zejména pohodlí: zhruba devět z deseti lidí preferuje platbu kartou nebo mobilní peněženkou (86 %). Obchody, které nepřijímají digitální platby, riskují ztrátu tržeb – lyžaři a snowboardisté totiž

jasně mění své chování, pokud digitální možnosti nejsou k dispozici. Polovina spotřebitelů uvádí, že by bez možnosti digitální platby buď: utratili méně (18 %), vybrali si jiného prodejce (19 %) nebo se v budoucnu vůbec nevrátili (12 %).

„Takové měnící se návyky ukazují, jak technologie ovlivňují nejen platební preference, ale i obecné rozhodování o cestování. Technologický pokrok změnil způsob, jakým utrácíme, spravujeme své finance a žijeme své životy. Tento trend je mezi Čechy patrný i při plánování dovolených. Loni si z těch, kdo plánovali zimní dovolenou, pětina vybrala zahraniční zážitek (20 %), zatímco letos je to již více než čtvrtina (27 %). A preference cestování do zahraničí se liší podle destinace. Lidé většinou cestují do zahraničí kvůli kvalitě středisek. Zatímco ti, kteří si zvolili zimní dovolenou v Česku, zůstávají pro pohodlí, blízkost a snadnou dostupnost," dodává country manager společnosti Visa pro Českou republiku Petr Polák.

Olympijské a Paralympijské zimní hry Milano Cortina 2026 motivovaly lidi k zimním sportům

Podle společnosti Visa, oficiálního partnera v oblasti platebních technologií Olympijských a Paralympijských zimních her, představovaly hry Milano Cortina 2026 významný impuls pro evropské odvětví zimních sportů. Průzkum společnosti Visa mezi více než 16 000 spotřebiteli na 16 světových trzích ukázal, že nadšení pro zimní sporty dosahovalo nových maxim.

Přibližně každý čtvrtý respondent (27 %) uvedl, že ho zimní olympijské či paralympijské hry inspirovaly k tomu, aby se sám zapojil do zimních sportů. A téměř všichni (94 %) zároveň očekávali, že Olympijské a Paralympijské zimní hry Milano Cortina 2026 namotivují fanoušky toto soutěžení sledovat.

40 let partnerství a inovací

Společnost Visa je partnerem Olympijských her v oblasti platebních technologií už od roku 1986 a od roku 2002 hrdým partnerem Paralympijských her. Během uplynulých čtyř desetiletí Visa neustále rozvíjela svou roli – přinášela inovace, zajišťovala dostupnost a vytvářela dopad při každém ročníku her. Visa umožňuje digitální platby v hromadné dopravě i v horských střediscích na severu Itálie, přispívá k digitalizaci více než 50 lyžařských destinací a podporuje trvalý růst místních podniků.

https://www.olympijskytym.cz/article/cesi-na-zimni-dovolene-73--zustava-v-cesku-27--vyrazi-do-zahranici