

# Výroční zpráva 2018

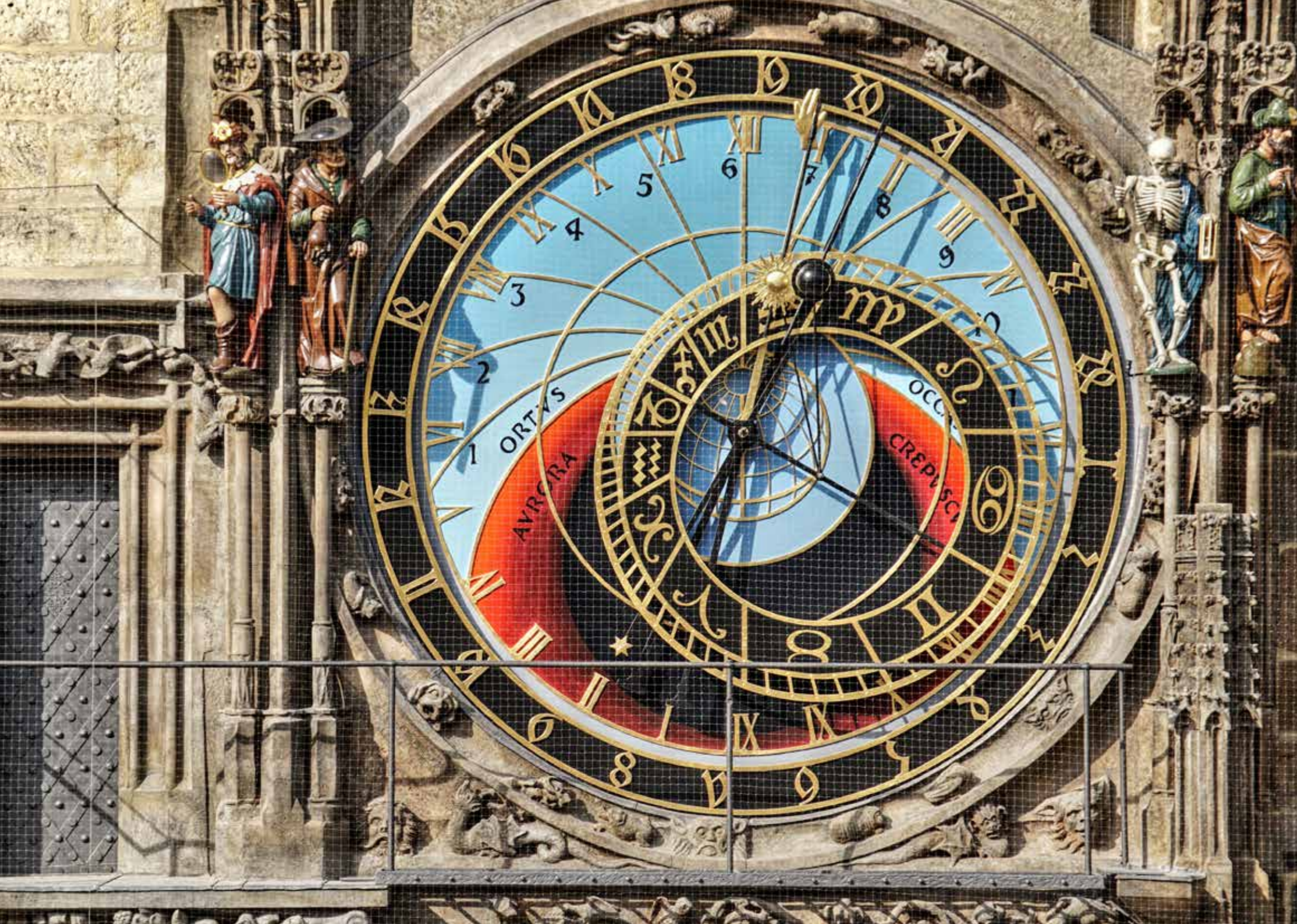
## Prague City Tourism



Prague  
City Tourism

Praha:emoce





# Výroční zpráva 2018

## Prague City Tourism



# Praha:emoce

## Obsah

ÚVODNÍ SLOVO .....	4	EDIČNÍ ČINNOST .....	28
PROFIL ORGANIZACE .....	6	STAROMĚSTSKÁ RADNICE.....	30
O nás.....	6	PRAŽSKÁ VLASTIVĚDA A VZDĚLÁVÁNÍ .....	34
Organizační struktura .....	7	Vlastivědné vycházky .....	34
MARKETING A PUBLIC RELATIONS .....	10	Průvodcovské vzdělávání .....	34
Cíle a prostředky marketingové komunikace.....	10	Pražská univerzita pro každého .....	34
Domácí marketingové kampaně.....	10	ROK 2018 V ČÍSLECH PRAGUE CITY TOURISM .....	38
Zahraniční kampaně .....	13	HOSPODAŘENÍ PRAGUE CITY TOURISM V ROCE 2018 .....	40
Práce s médii, fam tripy .....	13	CESTOVNÍ RUCH V PRAZE V ROCE 2018 .....	44
Domácí média .....	13	VÝHLED DO ROKU 2019.....	48
Výstavy, veletrhy a speciální akce.....	14		
Spolupráce a partnerství.....	14		
TURISTICKÉ SLUŽBY .....	18		
Turistická informační centra.....	18		
Turistický portál prague.eu .....	22		
Dispečink průvodců .....	24		
On-line prodejní systém.....	24		



## ÚVODNÍ SLOVO



V roce 2018 jsme si připomněli 60 let od vzniku příspěvkové organizace Pražská informační služba, dnešní Prague City Tourism, a aktivně jsme se zapojili do oslav ještě významnějšího výročí – 100 let od založení samostatného Československa. Návštěvníkům i Pražanům jsme nabídli množství tematických přednášek a vycházek s průvodci, spustili jsme speciální web a vydali jsme dva tituly, které vzbudily skutečně obrovský zájem. Brožura Praha:1918–2018 čtenáře seznámila s nejdůležitějšími událostmi posledních 100 let, s nejvýznamnějšími osobnostmi spojenými s 28. říjnem, ale především přinesla souhrnný přehled nejzajímavějších akcí pořádaných k výročí. Katalog Praha:1918–1992 byl svým rozsahem a zpracováním výjimečný nejen v naší ediční řadě – byl totiž koncipován jako ohlednutí za uměleckými díly, architektonickými skvosty, technickými unikáty a kulturními a společenskými fenomény československé éry. Tematická landing page [prague.eu/ceskoslovensko](http://prague.eu/ceskoslovensko) byla dostupná v českém, anglickém, německém a francouzském jazyce a dosáhla neočekávaně vysoké návštěvnosti. Informace, vizuály a fotografie z webu čerpala mnohá média i profesionálně v cestovním ruchu.

V roce 2018 proběhla další etapa rekonstrukce Staroměstské radnice, během níž byl mj. z radniční věže sejmut orloj. To se pochopitelně odrazilo v návštěvnosti, avšak díky nebývalé úspěšné marketingové kampani se nám podařilo negativní dopad zmírnit a tržby ze vstupného dosáhly historického maxima. Navázali jsme na spolupráci s vedením Novoměstské radnice, započatou již v r. 2017, a společnými silami jsme vytvořili speciální Town Hall Pass. Držitelé této vstupenky mohli výhodně navštívit obě radnice a vystoupat na jejich věže, přičemž na věž Staroměstské radnice mohli přijít dokonce dvakrát – za světla a za tmy, aby si jedinečný výhled z ochozu užili skutečně naplno. Town Hall Pass se velmi rychle zařadil mezi nejprodávanejší položky.

Návštěvníky jsme přivítali na oslavách 680. výročí založení Staroměstské radnice. Jubilejní ročník akce Radnice dokořán trval pět dní, během kterých si více než 2000 návštěvníků užilo desítky jedinečných přednášek a prohlídek, zavítalo i do běžně nepřístupných prostor. Obrovský úspěch akce našel odezvu také na Magistrátu hl. m. Prahy, pro jehož zaměstnance jsme následně uspořádali speciální pokračování akce.

Velkým úspěchem roku 2018 bylo prohloubení kooperace Prague City Tourism s dalšími organizacemi v cestovním ruchu. Na konci června jsme spolu se Středočeským krajem, Letištěm Praha a agenturou CzechTourism podepsali memorandum o spolupráci na projektu TouchPoint. První výsledky se brzy dostavily – již v prosinci jsme odstartovali společnou kampaň v newyorském metru „No Spoilers. See it Live“, kterou pro TouchPoint vytvořila agentura Loosers.

Návštěvníká centra čekala velká změna hned na začátku roku. 1. února 2018 jsme od Letiště Praha převzali nové reprezentativní Visitor Centre v příletové hale Terminálu 2. Nové centrum má pro nás netypicky prodlouženou pracovní dobu od 8.00 do 22.00 hod. a místo původního jednoho pracovního místa se klientům věnují až čtyři pracovníci. Služby infocenter zůstávají na nadmíru vysoké úrovni. V loňském roce jsme nezaznamenali žádné negativní reakce na naše služby, ba naopak. V průběhu roku dostali pracovníci TIC nové uniformy. Původní již nevyhovující uniformy jsme ve spolupráci s projektem Forewear šetrně zrecyklovali. V jarních a letních měsících jsme zaznamenali skvělé ohlasy na nově zavedený výměnný program s turistickými informačními centry v dalších městech ČR. V rámci programu k nám zavítali (a my k nim) pracovníci z Liberce, Ostravy, Karlových Varů, Beskydska a Brna.

Turistický informační portál [prague.eu](http://prague.eu) zaznamenal rekordní počet 4 800 000 návštěv z 223 zemí a území světa. Portál rovněž obhájil první místo v kategorii města a obce Zvláštní ceny ministryně pro místní rozvoj při soutěži Zlatý erb. Dalším velmi potěšujícím oceněním bylo 1. a 3. místo v soutěžní přehlídce turisticko-propagačních materiálů TURISTPROPAG. V roce 2018 byla oceněna i naše činnost v oblasti sociálních médií – facebooková stránka [Prague.eu](http://prague.eu) a instagramový profil [@CityOfPrague](https://www.instagram.com/CityOfPrague) obsadily druhé a třetí místo v kategoriích Facebook a Instagram v soutěži Fénix content marketing.

Velmi významný posun se nám podařil především ve zkvalitňování služeb a školení zaměstnanců i v reakci na aktuální dění na pracovním trhu. Kromě již zmíněného výměnného programu jsme věnovali nebývalou pozornost osobnímu rozvoji a vzdělávání zaměstnanců v back-office na Arbesově náměstí.

**Petr Slepíčka, statutární zástupce organizace**





## PROFIL ORGANIZACE

### O NÁS

**PRAGUE CITY TOURISM (PCT)** je moderní marketingová organizace hlavního města Prahy, jejímž posláním je péče o rozvoj domácího a zahraničního cestovního ruchu jak v rámci České republiky, tak mezinárodně.

Tradičními úkoly organizace jsou poskytování profesionálních informací o nabídce cestovního ruchu v Praze, zprostředkování turistických služeb stávajícím i potenciálním návštěvníkům hlavního města, organizace vzdělávacích cyklů o historii a současnosti města pro odbornou a laickou veřejnost či zajištění návštěvnického provozu historického objektu Staroměstská radnice.

Stěžejní činností organizace je propagace a marketing Prahy pro rozvoj domácího a zahraničního cestovního ruchu v České republice i v zahraničí. PCT je aktivním manažerem cestovního ruchu, moderní servisní organizací. Dynamickým a přitom jednoznačným symbolem organizace se stal stylizovaný rozcestník, ukazatel, který pomáhá návštěvníkům i obyvatelům Prahy zorientovat se v aktuálním turistickém a kulturním dění. Zároveň Prahu znázorňuje jako křižovatku měst.

Prague City Tourism je členem prestižní mezinárodní organizace ECM (European Cities Marketing), v níž má svého zástupce v tzv. TIC Knowledge Group. ECM sdružuje cca 110 evropských metropolí a velkých měst. PCT je rovněž v předsednictvu organizace WTCF (World Tourism Cities Federation).

V rámci ČR působí v organizaci A.T.I.C. ČR (Asociace turistických informačních center České republiky), jako přidružený člen v Asociaci průvodců ČR, v Asociaci cestovních kanceláří ČR a zároveň je regionálním koordinátorem cestovního ruchu za hlavní město Praha při MMR ČR. PCT aktivně spolupracuje s profesními asociacemi cestovního ruchu doma i v zahraničí, s agenturou CzechTourism a Českými centry, Ministerstvem pro místní rozvoj ČR, zastupitelskými úřady Ministerstva zahraničí ČR, Českými dráhami, ČSA, Ropidem a zahraničními i domácími médii.

Prague City Tourism je příspěvkovou organizací hlavního města Prahy, která byla založena 1. 1. 1958 pod názvem Pražská informační služba a je jednou z nejstarších organizací svého druhu v Evropě.

Usnesením 37/126 ze dne 17. 5. 2018 Zastupitelstvo hlavního města Prahy rozhodlo o transformaci příspěvkové organizace na akciovou společnost. Pro tento účel byla založena nová společnost Prague City Tourism, a. s. Předpokládaný termín převzetí činností příspěvkové organizace na akciovou společnost je 30. 6. 2019.

### SÍDLLO ORGANIZACE

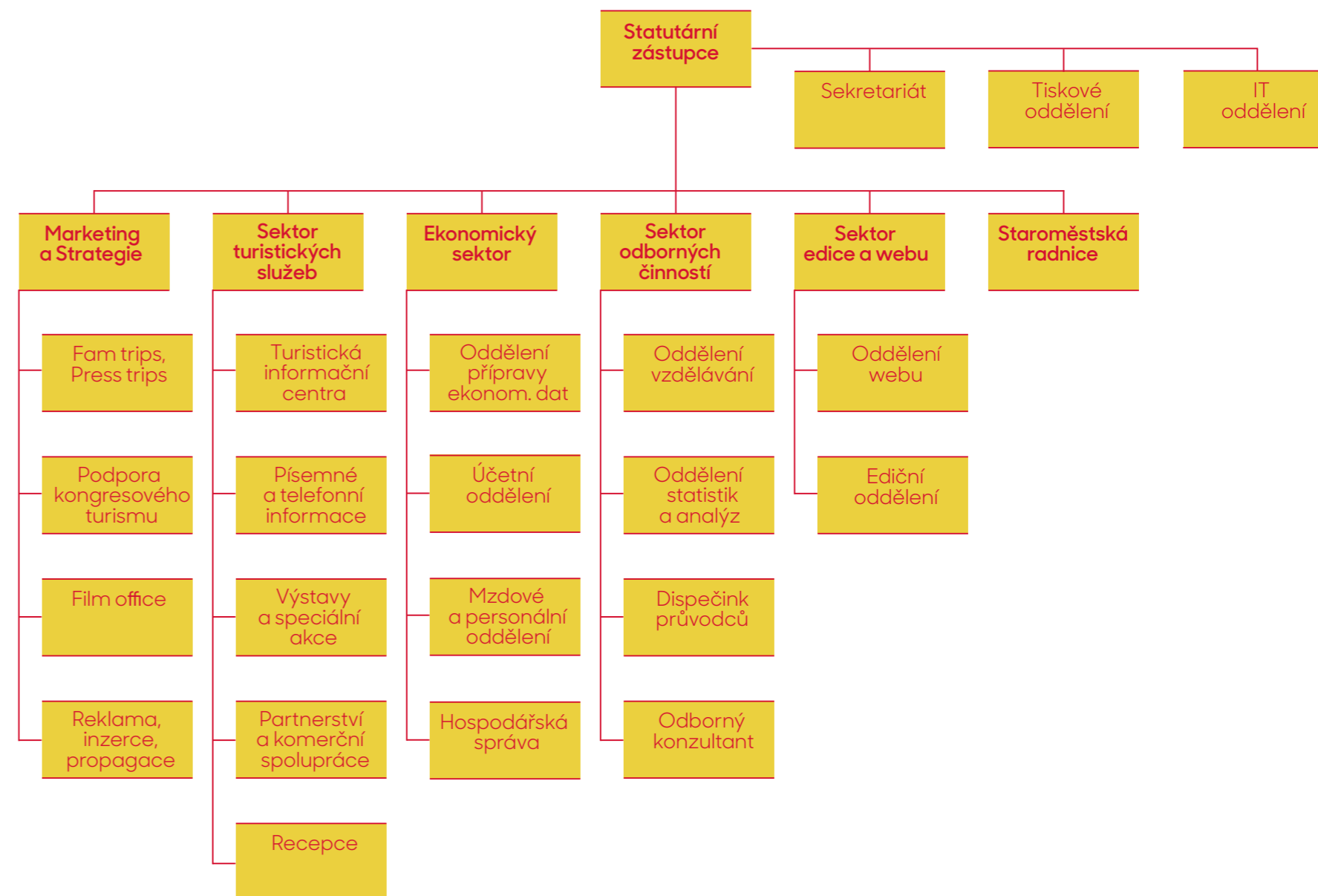
Arbesovo nám. 70/4  
150 00 Praha 5  
tel. +420 221 714 714  
praguecitytourism.cz  
prague.eu

### ŘEDITELSTVÍ

Petr Slepíčka, statutární zástupce  
tel. +420 221 714 302  
e-mail: director@prague.eu  
praguecitytourism.cz  
prague.eu



## ORGANIZAČNÍ STRUKTURA PRAGUE CITY TOURISM 2018







## Praha:Holešovice

Různorodá čtvrť s puncem industriálu dnes patří k nejzajímavějším pražským lokalitám. Dříve zaprášená, průmyslová a obchodní oblast s rušným nákladním přístavem chytla v novém tisíciletí druhý dech jako rychle vzkvétající centrum umění, kreativity a designu.



# MARKETING A PUBLIC RELATIONS

## CÍLE A PROSTŘEDKY MARKETINGOVÉ KOMUNIKACE

Také v roce 2018 pokračoval Prague City Tourism ve své střednědobé marketingové strategii, která je založena na následujících principech.

1. **Cílem marketingové činnosti PCT není docílit každoročního nárůstu počtu příjezdů (zahraničních) turistů.** Dlouhodobým cílem marketingu je spoluvytvářet rovnováhu mezi zájmy rezidentů, domácích návštěvníků, zahraničních návštěvníků a legálních, daně odvádějících poskytovatelů turistických služeb, a to především cílenou komunikační činností.

2. **Historické centrum Prahy je dlouhodobě přetíženo nadměrným turismem,** s výjimkou zimního období. Přitom zhruba 70 % návštěvníků do Prahy přijíždí poprvé. Z toho vyplývá, že **historické centrum je a bude primárním cílem většiny návštěvníků.** Cílem marketingu je tedy:

- rozšířit zónu zájmu turistů o méně exponované lokality na okraji historického centra, mimo něj a o místa v okolí Prahy, a to především u vracejících se návštěvníků i u stávajících návštěvníků Prahy komunikací přímo na místě
- podpořit zájem o destinaci na trzích, kde je předpoklad možnosti opakovaných návštěv Prahy (především Evropa – Německo, Velká Británie, Itálie, Skandinávie) a zvýšit tak podíl návštěvníků, kteří do Prahy přijíždějí opakovaně.

3. Praha je ve srovnání s některými jinými metropolemi znevýhodněna pověstí (i realitou) **relativně levné destinace** a zároveň skutečností, že její hlavní devizou je samotný exteriér města – v podstatě neměnná historická architektura v centru. Absence kulturních událostí světové prestiže pak dále přispívá k nižším výdajům návštěvníků, zatímco levný a široce dostupný alkohol přitahuje nežádoucí formy turismu. Cílem marketingu je tedy:

- podpořit prestiž destinace upozorňováním na kulturní aspekty a kvalitní nabídku (kulturní akce a místa zájmu, kvalitní gastronomie, nákupy)
- na trzích, kde je image Prahy problematická, podpořit nabídku kvalitních turistických služeb pro žádoucí klientelu (dvojice, rodiny, LGBT).

4. Ve srovnání s jinými metropolemi je Praha relativně **málo navštěvována domácími klientelou,** přičemž většina domácích návštěvníků během pobytu nevyužívá ubytovací kapacity hotelů a dalších hromadných ubytovacích zařízení. Navíc domácí klientela Prahu vnímá jako drahé město. Cílem marketingu je tedy:

- podpořit domácí zájem o Prahu prostřednictvím sezonních kampaní
- podpořit povědomí o nových produktech, zážitcích a jedinečných aspektech destinace u domácího publika, podpořit vnímání Prahy jako přátelského, zajímavého a přístupného města.

**Prostředky naší marketingové komunikace jsou:**

- sociální média – Facebook, Instagram, Twitter, Pinterest
- web Prague.eu (oficiální turistický portál)
- tištěné tituly (brožury a mapy) distribuované v našich informačních centrech, na veletrzích, prostřednictvím partnerských organizací a dalších subjektů
- domácí i zahraniční média včetně blogerů
- naše turistická informační centra jako taková
- inzerce – outdoor, print, on-line.

## Sociální média

V roce 2018 jsme na základě veřejného výběrového řízení uzavřeli smlouvu na poskytování služeb v oblasti sociálních médií s agenturou Nydrle, resp. Kindred. Předmětem smlouvy je správa profilů, tvorba obsahu, nákup reklamy a reporting na sítích Instagram, Facebook, Twitter a Pinterest.

Hlavním rozdílem oproti dosavadní praxi je výraznější role reklamy a změna zaměření klíčových metrik, kdy větší důraz než na zásah (reach) či interakce (engagement) je kladen na ad recall, čili zapamatování. Tato metrika je poněkud hůře měřitelná než dvě první jmenované, ale pro budování značky je klíčová.

Změny doznala i dramaturgie postů, kdy je v souladu s komunikačními prioritami větší důraz kladen na konkrétní typy na místa, podniky a akce vhodné k návštěvě během pobytu v Praze a teprve v druhé řadě na všeobecné, vizuálně atraktivní posty budující všeobecné povědomí o značce.

## Web Prague.eu

V souladu s plánovanými tématy kampaní se nyní zaměřujeme na vytváření tematických landing pages s doménami druhého řádu (prague.eu/téma). Landing pages mají velmi podobnou koncepci a jsou zcela integrovány do celé struktury Prague.eu, přičemž umožňují rychlé a přehledné zobrazení informací ke konkrétnímu tématu a jsou ideálně využitelné v kampaních s možností samostatných domén s přesměrováním. Landing pages v naprosté většině korespondují s tištěnými tematickými tituly nebo s krátkodobými kampaněmi (např. Vánoce, Československo atd.).

## Tištěné tituly

Ve spolupráci s edičním oddělením připravujeme podklady k řadě tištěných materiálů. Kromě katalogu Praha:1918–1992 šlo v roce 2018 především o reedice některých titulů – Praha:pěšky I, průvodce vinnou gastronomií a vinicemi, pivní průvodce, kavárenská brožura. Ediční řadu nechceme rozšiřovat donekonečna, takže kromě několika plánovaných tematických titulů se v budoucích letech budeme věnovat především reedicím a případně přepracování dosavadních úspěšných titulů.

## DOMÁCÍ MARKETINGOVÉ KAMPANĚ

Kromě menší informační kampaně na již tradiční ledňovou akci **Noc hotelů**, jejímž hlavním organizátorem je Asociace hotelů a restaurací České republiky, na domácím trhu proběhla **zimní kampaně**, která prezentovala proslavené pražské vánoční trhy a kouzelnou atmosféru předvánočního města jako důvod k návštěvě.

Každoročně se periodicky opakují menší komunikační kampaně spojené s outdoorovou i indoorovou reklamou na nosičích v pronájmu Hlavního města Prahy. V roce 2018 jsme na nich prezentovali téma pěších vycházek Prahou a pražské kavárenské kultury.

V závěru roku byla skvělou příležitostí ke komunikaci zajímavých míst mimo historické centrum dvouměsíční kampaně umístěná v prostorech Letiště Václava Havla na atypických prosvícených plochách. Jejich pronájem byl hrazen z prostředků Magistrátu hlavního města Prahy, naše organizace zpracovala koncept i provedení. Prostřednictvím několikametrových velkoformátových fotografií jsme prezentovali lokality od Břevnova přes Nusle až po Vítkov, převážně s využitím vynikajících exkluzivních fotografií Marka Musila. Krátký text vybízel k návštěvě a informoval o blízké vzdálenosti lokality od historického centra Prahy.







## ZAHRANIČNÍ KAMPANĚ

Nejvýznamnější zahraniční kampaní byla bezesporu společná kampaň Prague City Tourism, Letiště Praha, CzechTourism a Středočeské centrály cestovního ruchu v New Yorku. S taglinem „No Spoilers. See it Live“ prezentovala ikonické vizuály Prahy a středních Čech jako autentický zážitek, který je možno zažít pouze na místě. Proběhla formou kompletního obbrandování stanice newyorského metra (5th Ave./53rd St.) včetně dalších vizuálů ve vagoncích příslušné linky. Kampaň, kterou kreativně připravovalo studio Loosers, se setkala se značně pozitivní odezvou (a to i v odborném tisku) – seeitlive.travel.

Dalšími kampaněmi byly tři samostatné aktivity zaměřené výhradně na britský trh, který v roce 2017 zaznamenal pokles. Ty proběhly vždy ve spolupráci s jedním či více českými partnery včetně CzechTourismu. Jejich garanti na britské straně byly:

- Expedia Media Solutions (rezervační portál, kampaň na pobyty v listopadu až lednu ve 4\* a 5\* hotelích)
- Jet2Holidays – kampaň na zimní pobytové balíčky, období listopad – leden, zaměřeno na vyšší hotelové kategorie
- Belfast Airport – kampaň na zahájení pravidelných letů z Belfastu do Prahy společností EasyJet v zimním období.

## PRÁCE S MÉDIÍ, FAM TRIPY

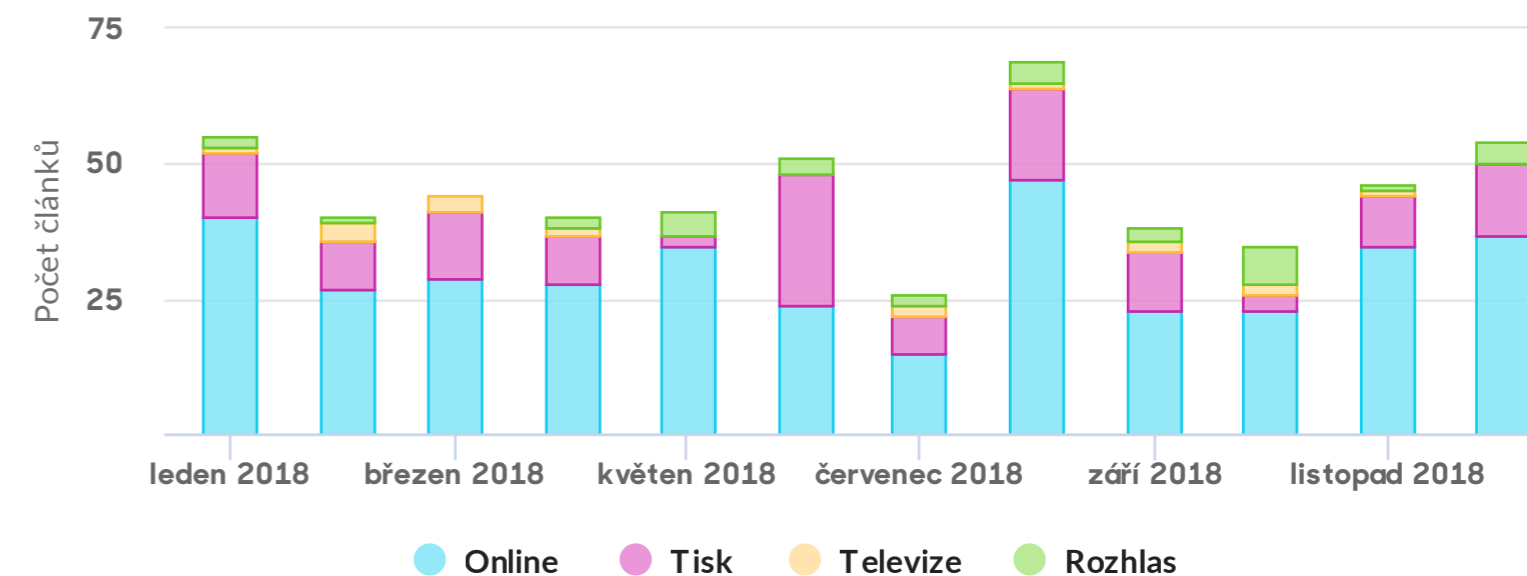
V roce 2018 pokračovala úspěšná spolupráce na novinářských a blogerských cestách spoluorganizovaných našimi partnery, ať už se jednalo o zahraniční zastoupení agentury CzechTourism, Letiště Praha, Středočeské centrály cestovního ruchu či další partnery. Zároveň jsme podpořili řadu nezávislých novinářů, televizních štábů, blogerů a dalších médií. Nejvýznamnější akcí byla spoluúčast na mezinárodní konferenci TBEX Europe, pro jejíž účastníky jsme připravili dva speciální pěší itineráře.

V průběhu roku se PCT podílel na realizaci **169 poznávacích cest** pro zahraniční média, novináře, fotografy a blogery a **21 fam tripů** pro zástupce zahraničních cestovních agentur. Výsledkem je zatím **111 výstupů** (článků v zahraničních tištěných médiích, na blozích, video a rozhlasových reportáží). Nejvýznamnější média, se kterými jsme v r. 2018 spolupracovali, jsou francouzský televizní kanál TV5 Monde, rakouské Kronen Zeitung, britský Lonely Planet Magazine a z amerických pak především The New York Times.

## DOMÁCÍ MÉDIA

Tiskové oddělení se soustředilo především na zvyšování povědomí o Prague City Tourism jako spolehlivém a kvalitním zdroji informací o cestovním ruchu v Praze a na udržování výborných vztahů s médii. V průběhu roku jsme vydali celkem **13 tiskových zpráv**. Největší ohlas již tradičně vzbudily výsledky statistického šetření, konkrétně čtvrtletní a výroční analýzy návštěvnosti města. Z hlediska mediálního dosahu byla ale jednoznačně neúspěšnější akce **Radnice dokořán**, k níž jsme uspořádali tiskovou konferenci, které se zúčastnilo přes 20 zástupců domácích médií. Tisková konference, následné individuální prohlídky radnice a rozhovory vygenerovaly několik desítek mediálních výstupů nejen v tisku, ale i v rozhlasovém a televizním vysílání. Prague City Tourism a naše činnost se v roce 2018 objevila celkem v **540 článkách**.

**Počet článků podle mediatypu**  
za období od 1. 1. 2018 do 31. 12. 2018





Nejplodnější spolupráci se podařilo navázat s deníky MF Dnes, Pražský deník, Blesk, Aha a Metro a s webovým portálem prazskypatriot.cz. Na televizních obrazovkách se informace o naší činnosti objevily zejména díky spolupráci s redaktory České televize a PRAHA TV, v rozhlasovém vysílání jsme dostali prostor především na vlnách Českého rozhlasu, včetně jeho anglicko-jazyčné stanice Radio Prague, a v pořadu Pražská kostka na rádiích Express a Classic. Rovněž v odborných periodických TTG a COT se zprávy o aktivitách organizace objevovaly pravidelně.

V roce 2018 tiskové oddělení zajistilo **pravidelnou inzerci** naší činnosti v titulech vydavatelství KAM po Česku, v deníku Metro, v časopise COT, magazínu City (MF Dnes), v časopise pro zahraniční návštěvníky CityMAG a v palubním časopise jídelních a lůžkových vozů Meridian. V letních měsících jsme zpracovali rozsáhlou přílohu v časopisu Moje země a ve spolupráci s vydavatelstvím KAM po Česku jsme připravili pětidílný seriál o pražských zajímavostech v deníku Jihlavské listy. Zajistili jsme a zpracovali propagaci Prague City Tourism v katalogu Asociace průvodců ČR, v ročence Symfonického orchestru hl. m. Prahy FOK, Obrazovém atlasu Klubu českých turistů, v knize Nejlepší pražské restaurace 2019, v lifestyleovém magazínu LUI, v časopise Ekonom a na portálu Woman.sk. Spolupracovali jsme se zahraničními médii – informace, vyjádření a rozhovory jsme poskytli například Huffington Post India, Trip Aditor São Paulo, Radio France Inter a Los Angeles Times.

#### Podpora kongresové turistiky

Podpora kongresové turistiky podobně jako každý rok probíhala především ve spolupráci s organizací Prague Convention Bureau, která spočívá v podpoře významných kongresových akcí probíhajících v Praze, a to formou spolupráce na doprovodném programu a poskytováním propagačních materiálů. V roce 2018 byla nejdůležitější kongresovou akcí konference poskytovatelů sociálních služeb E.D.E.

#### VÝSTAVY, VELETRHY A SPECIÁLNÍ AKCE

Každým rokem se účastníme zahraničních a domácích veletrhů se zaměřením na cestovní ruch. Participujeme na speciálních akcích při festivalech, kongresech, výročních setkáních a konferencích. Na těchto akcích spolupracujeme s dalšími subjekty cestovního ruchu, jakými jsou např. A.T.I.C. ČR, CzechTourism, Magistrát hl. m. Prahy, Prague Convention Bureau, CSA aj.

V roce 2018 vznikla nová koncepce s vlastním stánkem – ve spolupráci s MHMP prezentujeme Prahu spolu s dalšími městskými organizacemi. Např. na veletrzích Holiday World 2018 a ITF Bratislava měly na našem stánku příležitost bezplatně vystavovat Odbor památek a kultury MHMP, Městská knihovna, Galerie hl. m. Prahy, Zoologická zahrada hl. m. Prahy, Botanická zahrada hl. m. Prahy, Městská divadla pražská či Muzeum hl. m. Prahy.

#### VELETRHY S ÚČASTÍ PCT v r. 2018

##### TUZEMSKÉ VELETRHY

<b>Holiday World, Praha</b> – veletrh cestovního ruchu.....	15. – 18. 2.
<b>Dovolená a Region, Ostrava</b> – veletrh cestovního ruchu .....	2. – 4. 3.
<b>TravelFest, České Budějovice</b> – veletrh cestovního ruchu .....	13. – 14. 4.
<b>ITEP Plzeň</b> – veletrh cestovního ruchu .....	20. – 22. 9.
<b>Czech Travel Market, Praha</b> – odborný kontraktační veletrh cestovního ruchu.....	22. – 23. 11.

#### ZAHRAZIČNÍ VELETRHY S ÚČASTÍ PCT v r. 2018

<b>ITB Berlin, Německo</b> – veletrh cestovního ruchu .....	7. – 11. 3.
<b>British Tourism and Travel Show Birmingham, Velká Británie</b> – veletrh cestovního ruchu .....	21. – 23. 3.
<b>ITF Bratislava, Slovensko</b> – veletrh cestovního ruchu .....	24. – 28. 3.
<b>ILTM LatAm, Brazílie</b> – veletrh cestovního ruchu a prezentace .....	9. – 16. 5.
<b>BITE Peking, Čína</b> – veletrh cestovního ruchu .....	15. – 17. 6.
<b>World Travel Show Varšava, Polsko</b> – veletrh cestovního ruchu .....	19. – 21. 10.
<b>WTM London, Velká Británie</b> – veletrh cestovního ruchu.....	5. – 7. 11.

#### PARTICIPACE NA AKCÍCH OSTATNÍCH PARTNERŮ v r. 2018:

<b>7 statečných, Praha</b> – sportovní akce.....	7. – 8. 4.
<b>Lodě na Labi, Nymburk</b> – vodní turistika, festival (mTIC).....	5. 5.
<b>Den Evropy, Střelecký ostrov, Praha</b> – evropský festival .....	9. 5.
<b>Otevírání lázeňské sezony, Mariánské Lázně</b> – slavnosti města (mTIC).....	12. 5.
<b>Oslavy 60. výročí Pražské informační služby, Praha</b> (mTIC) .....	13. 5.
<b>Slavnosti města, Olomouc</b> – krajské slavnosti (mTIC).....	2. – 3. 6.
<b>Liberecký jarmark</b> – svátky města (mTIC) .....	9. 6.
<b>Piknik v Botanické, Praha</b> – pochod s Klubem českých turistů (mTIC) .....	10. 6.
<b>Dresden Festival, Drážďany, Německo</b> – svátky města (mTIC) .....	17. – 19. 8.
<b>Československý festival, Praha</b> – festival k výročí 100 let ČSR .....	8. – 9. 9.
<b>Tourfilm Karlovy Vary</b> – filmový festival (mTIC) .....	5. – 6. 10.

#### SPOLUPRÁCE A PARTNERSTVÍ

Jedním z nejdůležitějších kroků v marketingu destinace je propojení čtyř aktérů – Prague City Tourism, Letiště Praha, CzechTourism a Středočeského kraje v iniciativě TouchPoint. Jedná se o společné marketingové aktivity především na vzdálenějších trzích, společné prezentace a marketingové kampaně (viz Zahraniční kampaně výše).

CzechTourism a Letiště Praha kromě toho zůstávají našimi strategickými partnery i mimo iniciativu TouchPoint; mezi partnery probíhá vzájemná koordinace marketingových aktivit prostřednictvím sdílených stánků na veletrzích i účastí na organizaci press tripů a prezentací.

Kampaň s národním dopravcem ČSA nadále propagovala Prahu speciálně obbrandovaným Airbusem A319, obdobná forma spolupráce pokračuje s Austrian Airlines. Na základě marketingové spolupráce PCT a ČSA byly vyrobeny reprezentativní a zároveň propagační tašky s oboustranným potiskem.

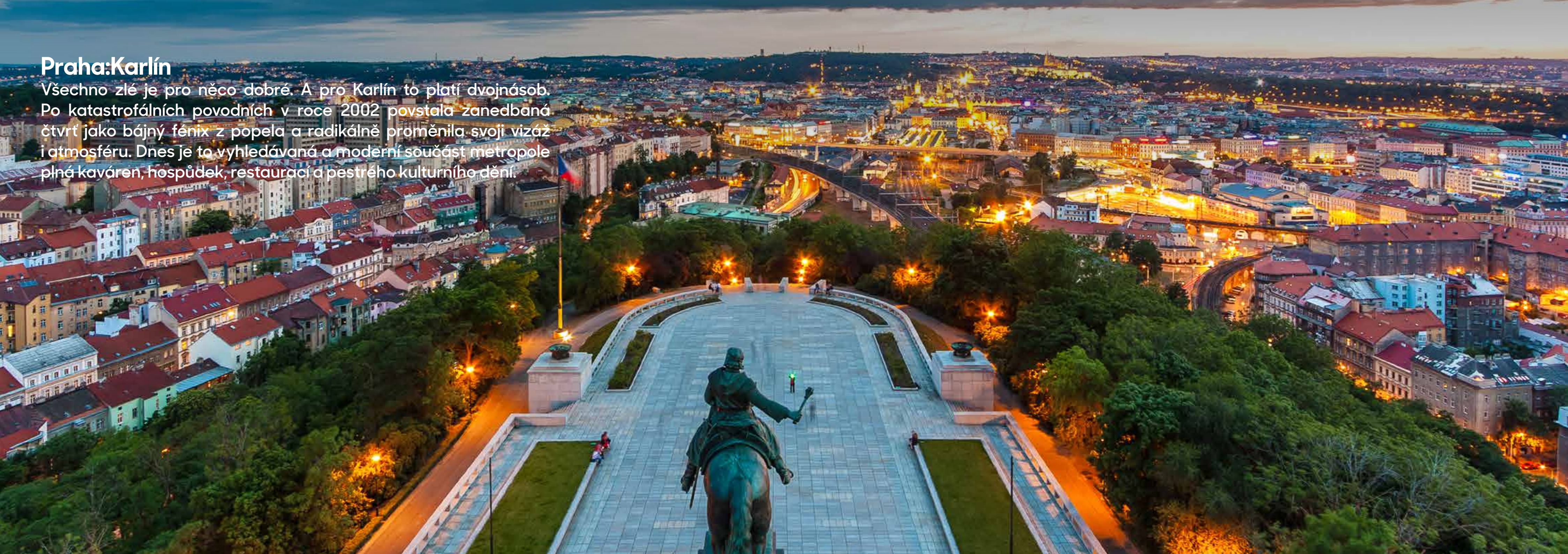
Z odborného hlediska je nedocenitelným zdrojem informací a inspirace členství PCT v marketingové organizaci European Cities Marketing, jejíž odborné činnosti (v roce 2018 např. City Marketing Masterclass v Amsterdamu) a dynamický způsob, jakým reflektuje a reaguje na změny v oboru, jsou pro naše odborné zázemí stěžejní.





## Praha:Karlín

Všechno zlé je pro něco dobré. A pro Karlín to platí dvojnásob. Po katastrofálních povodních v roce 2002 povstala zanedbaná čtvrť jako bájný fénix z popela a radikálně proměnila svoji vizáž i atmosféru. Dnes je to vyhledávaná a moderní součást metropole plná kaváren, hospůdek, restaurací a pestrého kulturního dění.





## TURISTICKÉ SLUŽBY

### TURISTICKÁ INFORMAČNÍ CENTRA (TIC) / VISITOR CENTRE

Prague City Tourism provozoval v roce 2018 pět turistických a návštěvnických informačních center umístěných v historickém centru města a na Letišti Václava Havla v příletových halách obou terminálů.

#### Přehled turistických a návštěvnických center Prague City Tourism:

- Staroměstská radnice, Staroměstské náměstí 1, Praha 1 – Staré Město
- Na Můstku (Rytířská 12), Praha 1 – Staré Město
- Václavské náměstí (roh se Štěpánskou ulicí), Praha 1 – Nové Město
- Letiště Václava Havla, Terminál 1 – příletová hala, Praha 6 – Ruzyně
- Letiště Václava Havla, Terminál 2 – příletová hala, Praha 6 – Ruzyně

S výjimkou informačního centra na Václavském náměstí jsou všechna TIC otevřena 365 dní v roce.

#### V informačních centrech jsme mj. poskytovali:

- veškeré informace o Praze (kultura, cestovní ruch, orientace po městě, doprava, ubytování a stravování, obchod a služby, příroda, sport, důležité adresy, památky, muzea aj.)
- informační brožury o Praze, mapy a letáky zdarma
- vstupenky na kulturní akce (Ticketmaster, Colosseum Ticket)
- rezervaci ubytování
- okružní jízdy Prahou a okolím, výlety, plavby lodí
- prodej časových jízdenek MHD
- prodej Prague Card
- prodej merchandisingových předmětů

V průběhu roku 2018 navštívilo TIC Prague City Tourism 1 304 710 osob a zodpověděli jsme zde 1 633 623 dotazů. Zaznamenali jsme trend nižšího počtu návštěvníků s více dotazy. Návštěvníci byli více zvědaví a měli více dotazů než v letech minulých, a to i v souvislosti s rozšířenou nabídkou tištěných tematických průvodců. Dále přibývalo dotazů na okolí historického centra Prahy.

V informačních centrech na letišti zastupujeme agenturu CzechTourism a České dráhy. V rámci této spolupráce jsme v průběhu celého roku prodali o téměř 65 % více jízdenek ČD oproti r. 2017. Naši pracovníci jsou pro prodej vnitrostátních jízdenek ČD dobře proškoleni.

#### Nové návštěvnické centrum (Visitor Centre) v příletové hale Terminálu 2

Koncem ledna 2018 jsme ukončili provoz původního informačního centra v příletové hale Terminálu 2 a 1. února jsme převzali od Letiště Praha zbrusu nové návštěvnické centrum, kde z původně 1 pracovního místa vznikly nově 4 pozice. Visitor Centre T2 poskytuje komplexní služby návštěvníkům denně od 8.00 do 22.00 hod. a již v prvních měsících provozu zde vzrostl čtyřnásobně počet dotazů a tržby byly dvojnásobně vyšší ve srovnání s rokem předchozím.

#### Nový vizuál TIC Václavské náměstí

Na podzim 2018 jsme po 4 letech od otevření revitalizovali TIC na Václavském náměstí a v návaznosti na náš grafický manuál jsme ve spolupráci s firmou Touch Branding „převlékli“ stánek do nových barev a designu.

#### Nové pracovní uniformy v TIC

Začátkem roku 2018 jsme oslovili návrháře a kostýmní výtvarnici Stánu Šlosserovou s požadavkem navrhnout nejen reprezentativní, ale zejména funkční a pohodlné celoroční uniformy. Spolupráce byla úspěšná a na podzim převzali všichni pracovníci TIC nové uniformy.

#### Kvalita poskytovaných služeb

V zájmu zkvalitnění poskytovaných služeb absolvovali pracovníci informačních center řadu školení a přednášek, např. školení Letiště Praha, semináře organizované A.T.I.C. ČR, návštěvy muzeí a turistických objektů (Národní technická knihovna, Lobkoviczký palác, ZOO aj.).

Nově jsme v roce 2018 připravili exchange program mezi pracovníky TIC PCT a vybranými TIC v České republice. Naši pracovníci navštívili informační centra v Liberci, Ostravě, v Karlových Varech, na Beskydsku či v Brně a naopak pracovníci ze jmenovaných měst přijeli do našich TIC, aby si vzájemně vyměnili zkušenosti a poznatky.

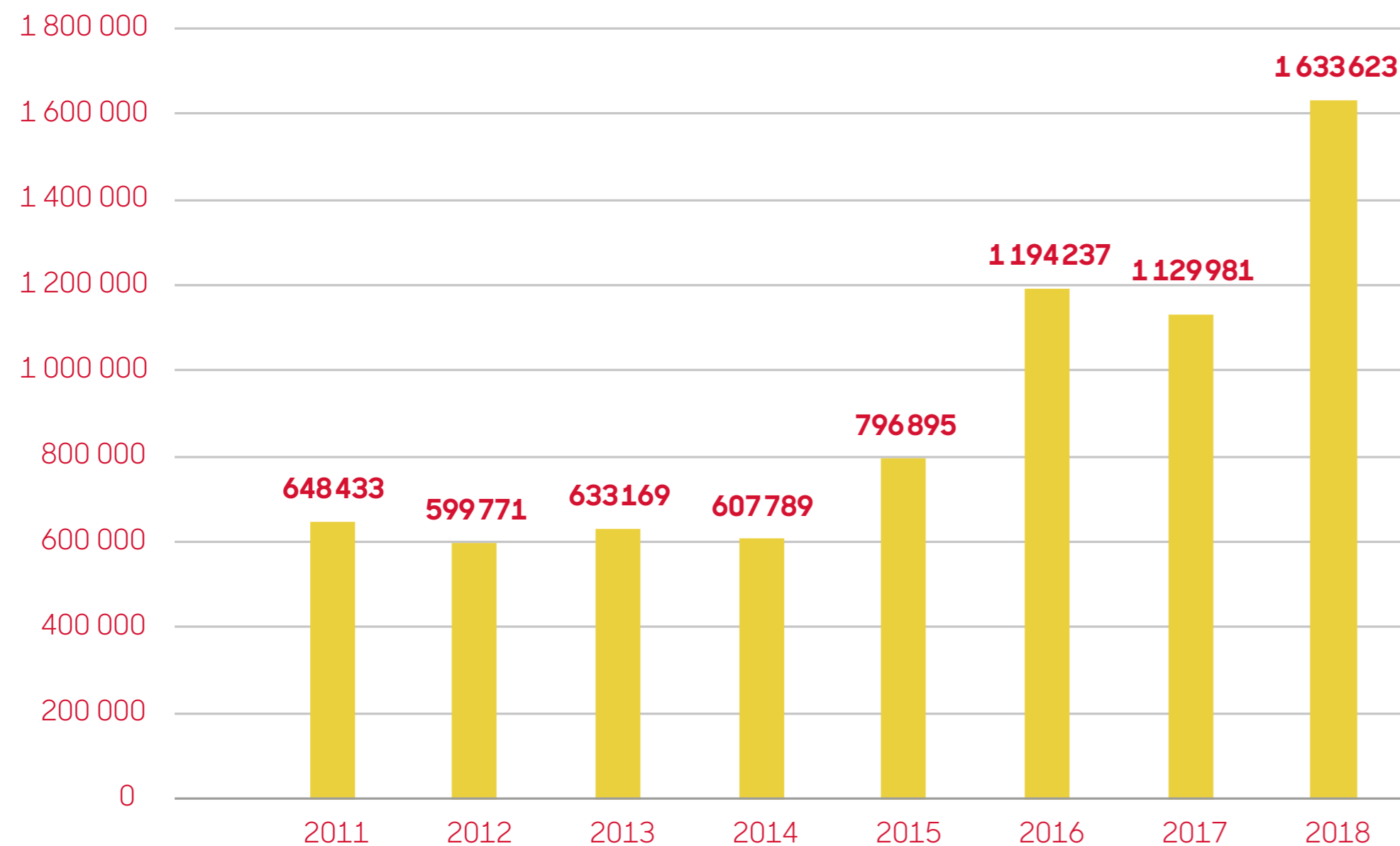
#### Ocenění pro TIC

V soutěži o nejoblíbenější turistické informační centrum kraje Praha za rok 2018, vyhlášené A.T.I.C. ČR a vydavatelstvím KAM po Česku, získalo informační centrum na letišti T1 první místo a informační centrum Na Můstku druhé místo.





## CELKOVÝ POČET DOTAZŮ V TIC V LETECH 2011 – 2018



### Mobilní turistické informační centrum (mTIC)

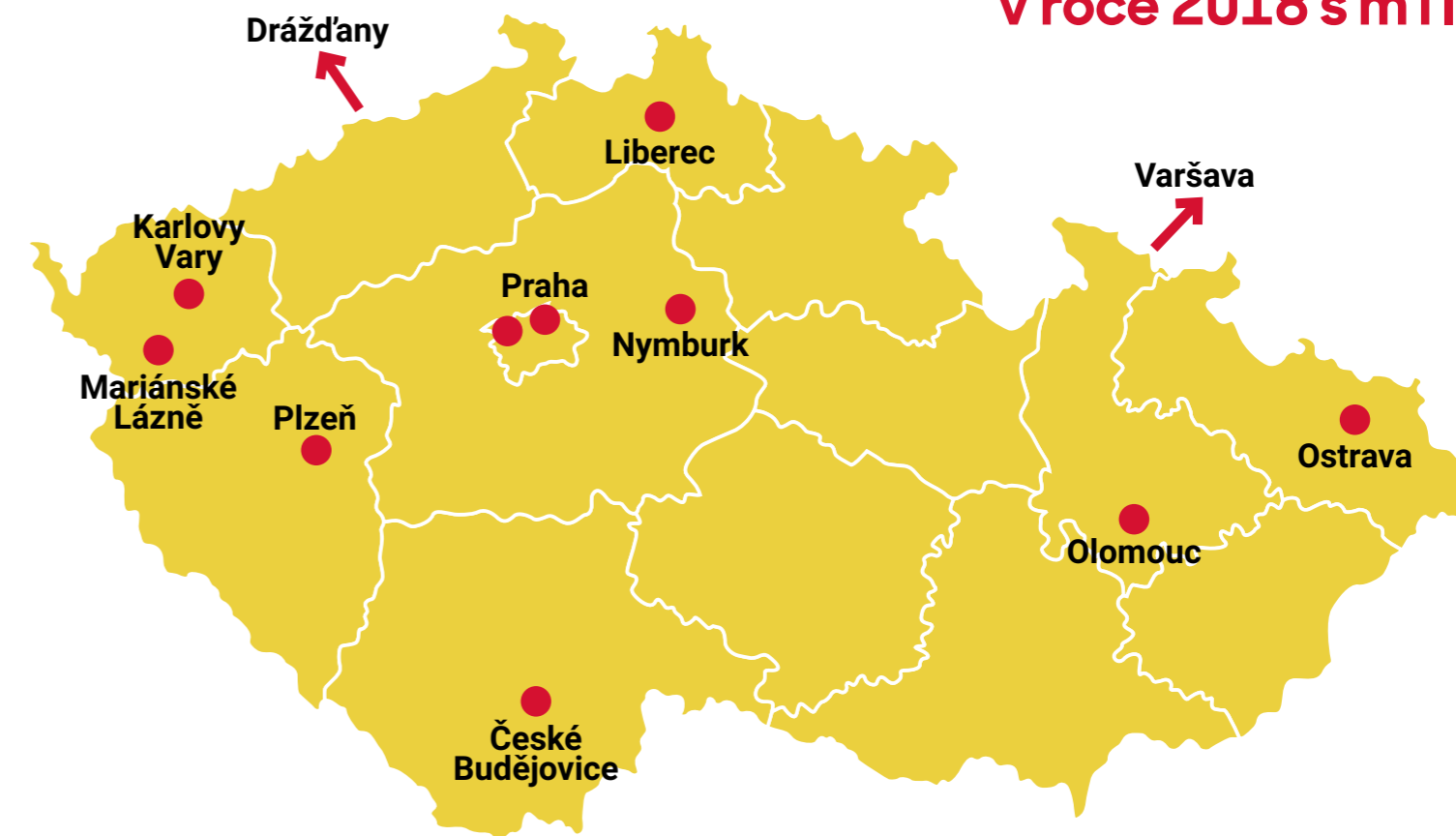
Již od roku 2014 provozujeme kromě klasických informačních center také mobilní informační centrum, tzv. mTIC, které vzniklo přestavbou jedné z našich dodávek. Využíváno je především na výjezdech po České republice, kde propaguje Prahu jako atraktivní turistickou destinaci, popř. podporuje sezonní marketingové aktivity. Objevuje se na různých městských slavnostech, volnočasových festivalech, ale také na veletrzích cestovního ruchu a v příhraničních oblastech. V r. 2018 došlo ke sjednocení vizuálu a rebrandingu na Prague:emotion; mobilní TIC jsme označili Praha:tak blízko a Prague:joy.

#### Přehled uskutečněných akcí v r. 2018 s mTIC:

**Dovolená a Region, Ostrava** – veletrh cestovního ruchu ..... 2. – 4. 3.  
**TravelFest, České Budějovice** – veletrh cestovního ruchu ..... 13. – 14. 4.

**Lodě na Labi, Nymburk** – vodní turistika, festival ..... 5. 5.  
**Otevírání lázeňské sezony, Mariánské Lázně** – slavnosti města ..... 12. 5.  
**Oslavy 60. výročí Pražské informační služby, Praha-Vyšehrad** ..... 13. 5.  
**Slavnosti města, Olomouc** – krajské slavnosti ..... 2. – 3. 6.  
**Liberecký jarmark** – svátky města ..... 9. 6.  
**Piknik v Botanické, Praha** – pochod s Klubem českých turistů ..... 10. 6.  
**Dresden Festival, Drážďany, Německo** – svátky města ..... 17. – 19. 8.  
**ITEP Plzeň** – veletrh cestovního ruchu ..... 20. – 22. 9.  
**Tourfilm Karlovy Vary** – filmový festival ..... 5. – 6. 10.  
**World Travel Show Varšava, Polsko** – veletrh cestovního ruchu ..... 19. – 21. 10.

### Přehled uskutečněných akcí v roce 2018 s mTIC





## TURISTICKÝ PORTÁL PRAGUE.EU

Oficiální turistický portál byl v průběhu roku 2018 modernizován v souladu s novým vizuálním stylem s důrazem na přehlednost a uživatelský komfort. Jeho oblíbenost potvrzuje kontinuálně rostoucí trend návštěvnosti. V roce 2018 jsme zaznamenali **rekordní počet 4 802 203 návštěv z 223 zemí a správních celků světa** (o 36 % více než v r. 2017 a o 105 % více v porovnání s r. 2015). Poprvé v historii portálu se povedlo překonat půlmilionovou návštěvnost za jeden měsíc. Neustále rostoucí zájem o portál zvládáme využíváním tří dedikovaných serverů a služby CDN, která zjednodušuje přenášení dat.

Turistický portál je přehledným zdrojem informací pro českou i zahraniční veřejnost, zejména pro stávající a budoucí turisty. Uživatelé zde kromě památek, muzeí a galerií, nabídky turistických, gastronomických a ubytovacích služeb naleznou velmi obsáhlý a denně aktualizovaný kalendář akcí, články na zajímavá témata a mnoho dalších tipů a doporučení. Portál je uživatelům dostupný v jednadvaceti jazykových verzích a nabízí velké množství fotografií včetně virtuálních 3D prohlídek nejznámějších pražských památkových objektů.

Tematické **landing page** (microsites) zaměřujeme na propagaci sezonních nabídek metropole a na prezentaci našich aktuálních marketingových témat. Stránky vždy využívají jednoduše zapamatovatelnou adresu vycházející z domény prague.eu.

Hlavním tématem pro rok 2018 byla speciální landing page **k 100. výročí vzniku Československé republiky** – ta byla vytvořena již na koci roku 2017 a následně rozvíjena ([prague.eu/ceskoslovensko](http://prague.eu/ceskoslovensko)).

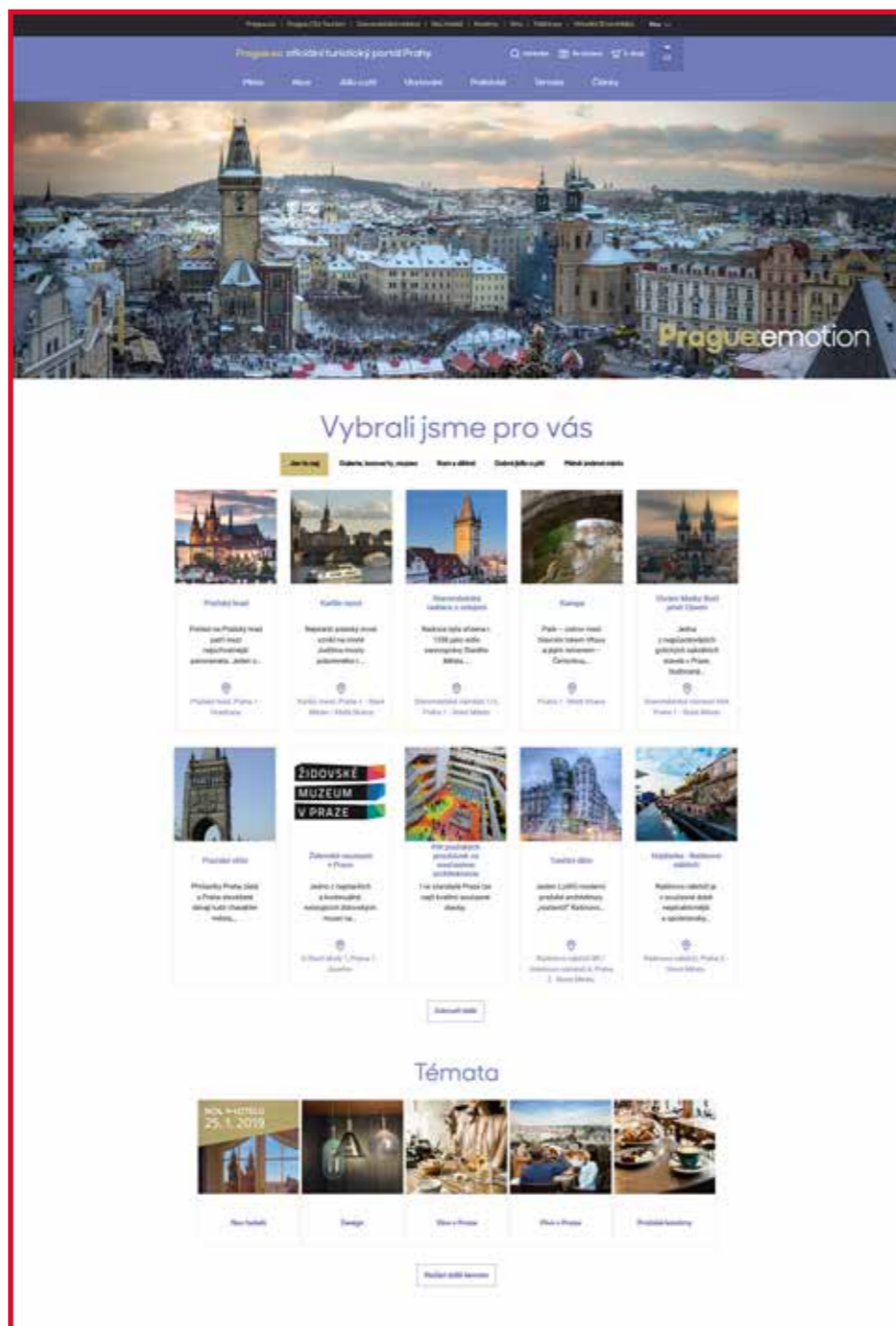
Ze sezonních témat jsme se zaměřili na svátek **sv. Valentýna** ([prague.eu/valentyn](http://prague.eu/valentyn)), **Velikonoce a Vánoce** v Praze ([prague.eu/velikonoce](http://prague.eu/velikonoce), [prague.eu/vanoce](http://prague.eu/vanoce)).

Z marketingových témat to byla akce **Noc hotelů** ([prague.eu/nochotelu](http://prague.eu/nochotelu)), dále přiblížení **pražské kavárenské scény** ([prague.eu/kavarny](http://prague.eu/kavarny)), zaměřili jsme se i na **procházky Prahou** mimo turisticky přetížené trasy ([prague.eu/prochazky](http://prague.eu/prochazky)) a na téma **Praha a design** ([prague.eu/design](http://prague.eu/design)).

Ve spolupráci s Magistrátem hl. m. Prahy jsme zpropagovali akci **Pražské vinice 2018** ([prague.eu/vinice](http://prague.eu/vinice)).

Korporátní stránky na doméně **praguecitytourism.cz** v české a anglické verzi jsou určeny především pro odborníky z oblasti cestovního ruchu. Využívají je zástupci domácích i zahraničních médií, zájemci o odborné analýzy a statistiky z oblasti cestovního ruchu, průvodci či posluchači průvodcovských kurzů.

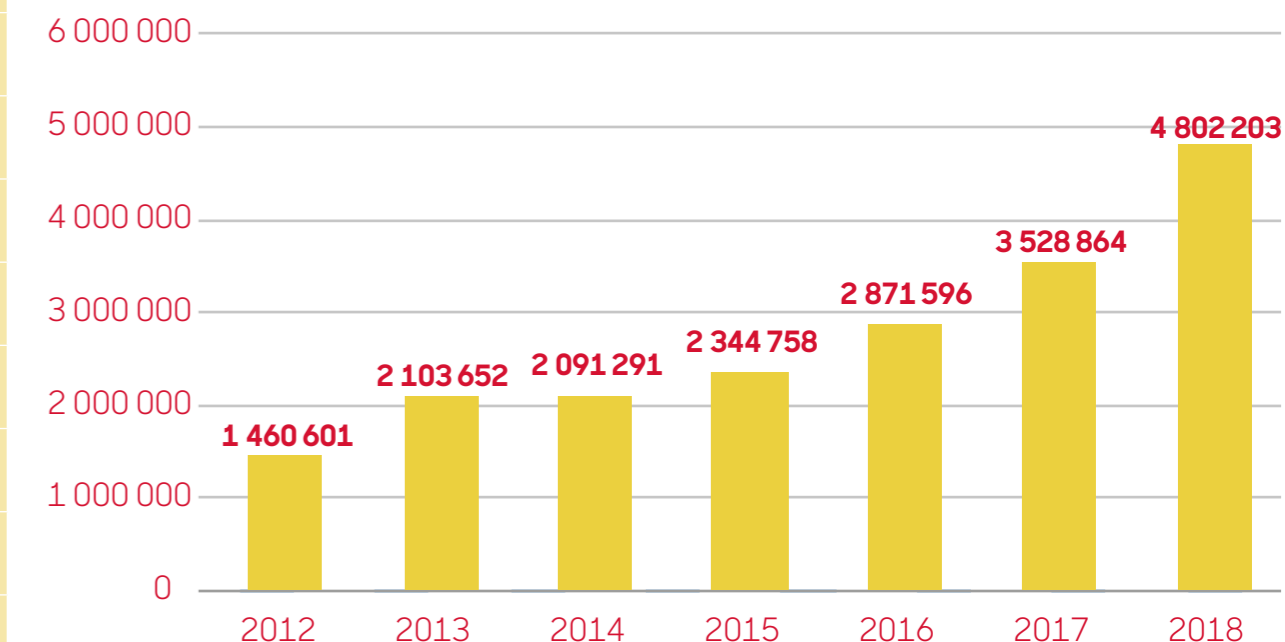
Turistický portál prague.eu v dubnu obhájil **první místo** v kategorii města a obce Zvláštní ceny ministryně za nejlepší turistickou prezentaci na webových stránkách při soutěži **Zlatý erb 2018**.



## NEJVÝZNAMNĚJŠÍ ZDROJOVÉ ZEMĚ ZA ROK 2018

Země	Návštěvy	Podíl v %
Česká republika	1 943 629	40
Německo	514 468	11
Itálie	297 266	6
USA	230 073	5
Velká Británie	218 732	5
Francie	214 516	4
Španělsko	194 807	4
Rakousko	87 275	2
Rusko	86 442	2
Slovensko	69 629	1
ostatní země a území	945 366	20
<b>Celkem</b>	<b>4 802 203</b>	<b>100</b>

## NÁVŠTĚVNOST WEBŮ PRAGUE.EU 2012 - 2018





## DISPEČINK PRŮVODCŮ

Dispečink průvodců zajistil v roce 2018 průvodce pro 1426 akcí (oproti r. 2017 nárůst o 237 akcí), jichž se celkem zúčastnilo 15 458 osob.

Skupinové vycházky s výkladem v angličtině pořádáme již 3x týdně. Celkem jsme za rok 2018 uspořádali 220 těchto akcí pro 1471 osob.

Novinkou od 1. 7. 2018 je zajišťování průvodcovských služeb do historických tramvají Dopravního podniku hl. m. Prahy. Tradičně zajišťujeme velikonoční a vánoční vycházky i akce pro VIP klub průvodců (61 akcí). Se sektorem marketingu spolupracujeme při zajišťování press tripů a fam tripů či akcí pro blogery a influencery (47 akcí).

Pokračuje pravidelná spolupráce se státní správou, konkrétně s ministerstvy zahraničí, zemědělství, školství, mládeže a tělovýchovy, s Akademií věd, Karlovou univerzitou (program Erasmus) aj. Pro Ministerstvo obchodu ČR a Ministerstvo pro místní rozvoj ČR zajišťujeme Dny otevřených dveří, které se setkávají vždy s velkým ohlasem. Další prohlídky zajišťujeme pro pražské městské části (Praha 2, Praha 3, Praha 8), pro akce protokolu primátora i pro MHMP obecně, pro Prague Convention Bureau, pobočky CzechTourismu, Letiště Praha aj.

Z větších akcí jsme participovali na organizaci prohlídek pro kongresy, akce a instituce jako např. V-MIS Francie, Prague Events, Regensburger Kantorei, Alliance Francie, Státní úřad pro jadernou bezpečnost, Kunst und Kultur Wien, Mama Shelter Prague, Widex Line, Coloplast SPA Bologna, Rohde+Schwarz, AK Saxinger, NODES Dánsko a další.

Na dispečinku průvodců si návštěvníci mohou zakoupit **merchandisingového zboží** z produkce PCT.

## ON-LINE PRODEJNÍ SYSTÉM

On-line prodejní systém **eshop.prague.eu** slouží jako internetový obchod (e-shop) a zároveň je využíván pracovníky v turistických infocentrech jako prodejní nástroj na jednotlivých pobočkách. Je volně přidružen k oficiálnímu turistickému portálu hl. m. Prahy prague.eu.

### Tento systém nabízí:

- vstupenky na námi pořádané vlastivědné vycházky
- akreditované průvodcovské kurzy
- Pražskou univerzitu pro každého
- profesionální průvodce Prahou
- skupinové vycházky
- merchandisingové předměty
- on-line rezervace na akce MHMP a našich partnerských subjektů

V roce 2018 byl stejně jako turistický portál modernizován v souladu s novým vizuálním stylem a s ohledem na mobilní zobrazení. Pro zpříjemnění nákupu byly upraveny navigační prvky a zlepšena prezentace produktů. Kromě profesionálních fotografií jsme začali využívat i produktová videa. E-shop je nyní nově k dispozici ve 3 jazykových verzích. K české a anglické přibyla v průběhu roku 2018 německá verze.

Velkému zájmu se stále těší možnost objednání map a brožur z naší produkce zdarma, resp. pouze za poštovné. Za rok 2018 jsme takto poskytli **75 800 ks map a brožur**. Zájem je rovněž o nákup merchandisingových předmětů z naší produkce – v průběhu roku jsme realizovali téměř 600 objednávek – a dále o vlastivědné vycházky, kterých si zájemci přes e-shop objednali 12 500. Celkově bylo úspěšně realizováno 5039 transakcí. On-line prodej tvořil 75 % ze všech prodejů.



**Prague: walking tours**

Every Thursday, Friday, Saturday  
Start at 11 a.m. and 2 p.m.  
Duration 2 hours  
Price 300 CZK per person  
Professional guides

[www.eshop.prague.eu/walks](http://www.eshop.prague.eu/walks)

Prague:emotion





## Praha:Stromovka

Oáza klidu a pohody, zelený ostrov uprostřed hlučící metropole, pražský „Central Park“. Bývalá Královská obora má jedinečný genius loci a žije svým vlastním rytmem. Za relaxací sem den co den vyráží pestrá paleta návštěvníků - od bohémských hipsterů, přes rodiny s dětmi, milenecké dvojice a pejskaře, po vyznavače joggingu či in-line bruslení.





## EDIČNÍ ČINNOST

V roce 2018 jsme vydali 24 titulů brožur, map a letáků v celkovém nákladu 2 700 500 kusů, některé až ve 13 jazykových verzích. Tištěné materiály jsou nedílnou součástí turistických služeb a mezi návštěvníky města je o ně trvale velký zájem. Poskytují základní informace o městě, prezentují aktuální marketingová témata a slouží pro propagaci turistické destinace Praha doma i v zahraničí.

Výročí 100 let od vzniku Československé republiky se promítlo i do naší ediční činnosti. Již počátkem roku 2018 jsme vydali publikaci **Praha:1918–2018**, reflektující místa a příběhy osobností spojených se vznikem státu. Brožuru doplnil kalendář nejdůležitějších akcí konaných při této příležitosti v průběhu celého roku v Praze. V těsné návaznosti vyšel ambiciózní katalog **Praha:1918–1992**, koncipovaný jako ohlednutí se za jedinečnými uměleckými díly, architektonickými skvosty, technickými unikáty i kulturními a společenskými fenomény československé éry.

Praha patří mezi nejzelenější světové metropole. Pražské historické zahrady, parky, sady i rozlehlé přírodní lokality v okrajových částech města nabízejí nejen prostor pro odpočinek či sportovní aktivity, ale jsou mnohdy i „nosiči poučení“. Vše důležité o pražské zeleni, včetně řady praktických informací, jsme shrnuli do monotematické brožury **Praha:příroda**.

V nadstandardním formátu vydáváme čtenářsky oblíbené **čtvrtletníky** zaměřené na kulturní nabídku města v nadcházejícím období; větší prostor pak dostávají významné svátky a výročí (např. Velikonoce, advent a Vánoce, 100 let CSR), které jsou zároveň obdobími zvýšeného návštěvnického zájmu. Ve čtvrtletnících se věnujeme i propagaci zajímavých lokalit či čtvrtí mimo turisticky přetížené trasy.

V brožurě **Praha:kultura** jsme zmapovali pestrou kulturní nabídku, již Praha po celý rok nabízí. Kromě výtvarné scény jsme se věnovali také hudbě, opeře a divadlu, neopomněli jsme alternativní scénu ani umění ve veřejném prostoru. Brožura obsahuje spoustu praktických informací a velmi bohatý obrazový doprovod.

Rok 2018 byl stěžejní pro jednu z nejnavštěvovanějších pražských památek – Staroměstskou radnici, jejíž věž včetně pražského orloje prošla rekonstrukcí. Při příležitosti ukončení rekonstrukce jsme vydali brožuru **Pražský orloj**, jež vznikla ve spolupráci s pražským orlojníkem Petrem Skálou. Reprezentativní publikace přináší ucelený a srozumitelný výklad o starobylém mechanismu a neopomíná ani skutečnosti, které přinesla jeho poslední oprava. Součástí brožury je řada dosud nepublikovaných historických fotografií.

V dotisku, resp. reedici jsme vydali nejžádanější tituly, především náš gastronomickou řadu popisující pražskou pivní, kavárenskou a vinnou scénu, a dále brožury zaměřené na pražské procházky mimo centrum, na český design a židovské památky v Praze.

Materiály jsou **zdarma k dispozici** v našich turistických informačních a návštěvnických centrech, v partnerských infocentrech, na domácích a zahraničních veletrzích a dalších akcích cestovního ruchu. Poskytujeme je rovněž profesním asociacím a pořadatelům významných mezinárodních akcí pořádaných v Praze (konference, kongresy, workshopy apod.).

Veškerou produkci v elektronické podobě a ke stažení najdou zájemci na turistickém portálu **prague.eu** a na korporátních stránkách **praguecitytourism.cz**. Nově nyní umožňujeme listování v brožurách díky elektronickému publikačnímu nástroji issuu.com. Nabízíme rovněž možnost objednání a následné doručení informačních materiálů prostřednictvím

našeho e-shopu pouze za cenu poštovného. V r. 2018 jsme touto cestou distribuovali 75 800 ks tištěných materiálů do celého světa.

### Ocenění

V dubnu 2018 jsme s našimi tištěnými materiály zaznamenali cenný úspěch. V rámci 3. ročníku soutěžní přehlídky turisticko-propagačních materiálů TURISTPROPAG jsme v kategorii Turistický průvodce obsadili 1. a 3. místo. Odborná porota vybírala ze 151 přihlášených materiálů od téměř 40 různých subjektů. Prvenství mezi turistickými průvodci získala brožura Praha:židovská, třetí místo obsadil katalog Praha:1918–1992.

### PŘEHLED TITULŮ VYDANÝCH V ROCE 2018

NÁZEV	NÁKLAD/KS	JAZYKOVÉ VERZE
Praha:jaro	25 000	CZ, EN
Praha:léto	30 000	CZ, EN
Praha:podzim	20 000	CZ, EN
Praha:zima a Vánoce	25 000	CZ, EN
Staroměstská radnice v Praze	570 000	CZ, EN, DE, FR, IT, ESP, RUS, POL, POR, NED, JAP, KOR, CHI
Praga:inspiraço	5 000	POR
Inbound Tourism in Prague 2017	500	EN
Prague:Walking Tours	26 000	EN
Prague: Town Hall Pass	55 000	CZ/EN
Pražská vlastivěda - měsíční program	77 000	CZ
Praha:mapa	200 000	CZ, EN, FR, ESP
Mapa města trhací	800 000	EN
Praha:1918–2018	50 000	CZ, EN, DE, FR
Praha:1918–1992	70 000	CZ, EN, DE, FR
Praha:příroda	100 000	CZ, EN, DE
Praha:pěšky 1	90 000	CZ, EN, DE, FR, IT, ESP, RUS
Praha:víno	30 000	CZ, EN
Praha:kavárny	40 000	CZ, EN, DE
Praha:pivo	70 000	CZ, EN, DE
Praha:kultura	100 000	CZ, EN, DE, FR, IT, ESP, RUS
Praha:design	5 000	CZ
Praha:židovská	5000	CZ
Praha do kapsy	7000	CZ, POL
Pražský orloj	300 000	CZ, EN

**Celkem 2 700 500**

leták

mapa

brožura



### NEWSLETTERY

#### The Prague Preview – newsletter pro zahraniční odbornou veřejnost

V anglické, německé a ruské verzi poskytujeme zahraniční odborné veřejnosti a médiím v dostatečném časovém předstihu informace o zásadních novinkách v cestovním ruchu, našich projektech i významných akcích. Newsletter vychází 6x ročně a rozesíláme jej cíleně cca 7500 příjemcům.

#### Zpravodaj pro incoming a průvodce

Pro českou odbornou veřejnost, průvodce Prahou a pracovníky cestovního ruchu vydáváme každý měsíc newsletter v české verzi, který shrnuje novinky i podstatné informace z oblasti turismu a kultury, včetně aktuálního dění v Prague City Tourism.

Oba newslettery jsou k dispozici na [praguecitytourism.cz](http://praguecitytourism.cz).





## STAROMĚSTSKÁ RADNICE

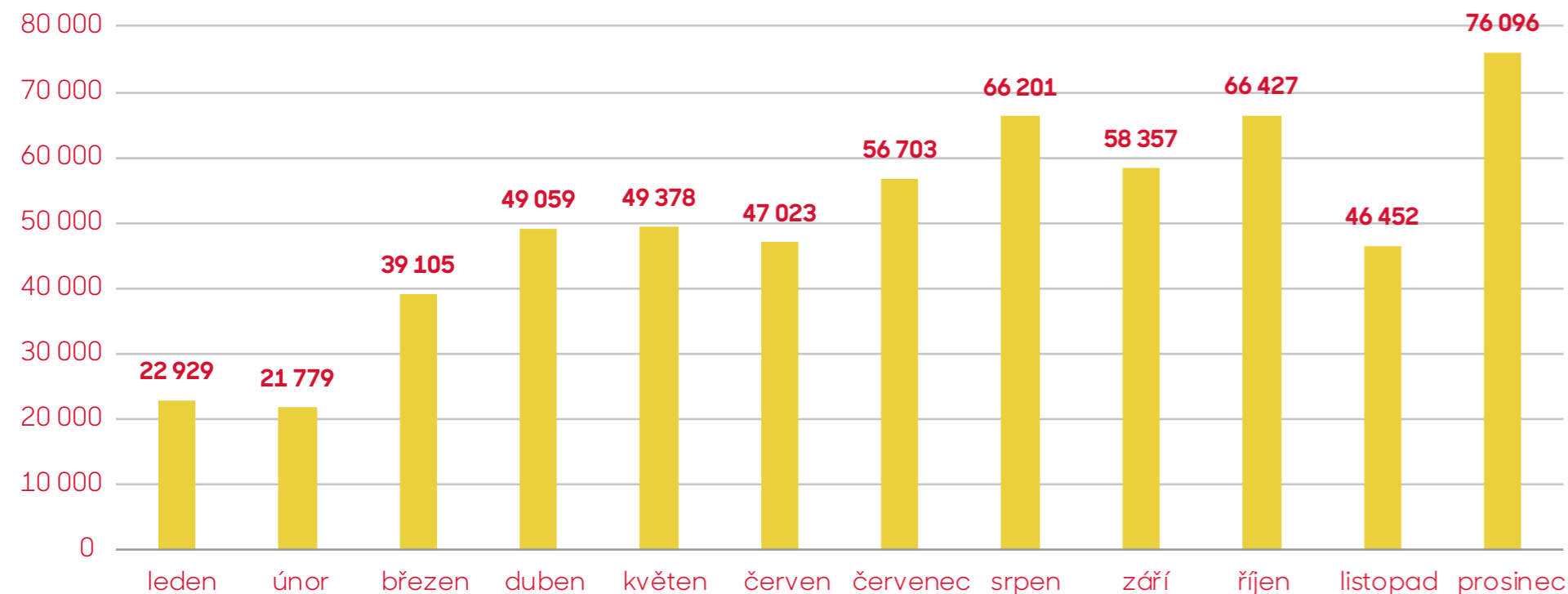
Rok 2018 se na Staroměstské radnici nesl ve znamení pokračujících oprav fasády nejstarších částí stavby. Generální **rekonstrukce radniční věže**, která byla svým rozsahem považována za největší obnovu památky od 2. světové války, vstoupila do druhé poloviny. Zatímco vyhlídkový ohoz věže, turisticky nejnavštěvovanější část objektu, byl zpřístupněn již v prosinci 2017, stavební práce se v r. 2018 týkaly vizuálně nejatraktivnějších částí radnice, tj. pražského orloje a arkýře radniční kaple.

Nepřítomnost středověkého stroje, ikonické památky Prahy, se logicky propadla do čísel návštěvnosti. Zkraje roku 2018 jsme vypracovali podrobnou **analýzu stavu návštěvnosti** objektu a na jejím základě přijali opatření, díky nimž se nám podařilo vytíženost památky dlouhodobě zvyšovat a přibližovat tak k zažitým zvyklostem z minulých let. Zatím-

co v lednu 2018 jsme se potýkali s poklesem návštěvnosti ve výši 59 % oproti lednu 2013–2017, v březnu 2018 dosahovalo toto číslo již pouhých 26 %. Velikonoční svátky pak dokonce patřily z hlediska návštěvnosti objektu k historicky rekordním.

Značnou část čísel návštěvnosti tvořily **mobilní vstupenky (mVstupenky)**, jejichž obliba od zavedení v roce 2016 stále roste. V prosinci 2018 tvořily cca 8 % z celkového objemu zakoupených vstupenek – tehdy jsme přivítali rovných 6000 držitelů mVstupenky, čímž byl téměř čtyřnásobně překonán dosavadní rekordní počet z prosince 2016. Prosinec byl také návštěvnicky nejúspěšnějším měsícem roku. Na druhém místě se historicky poprvé (nejspíše v souvislosti s opravami věže a jejich dokončením) umístil měsíc říjen. **Celkový počet návštěvníků Staroměstské radnice za rok 2018 byl 599 509.**

### Celkový počet návštěvníků Staroměstské radnice za rok 2018



Zkraje roku 2018 jsme dokončili kompletní **přestavbu všech pokladních míst**. Pokladny získaly reprezentativní vzhled i zcela nové, praktické uspořádání. Součástí těchto úprav byl vznik nové odpočinkové zóny pro návštěvníky ve třetím patře budovy. Na podzim na úpravu interiérů pokladen navázala kompletní výměna všech pokladních systémů.

Navázali jsme na úspěšnou spolupráci s Novoměstskou radnicí a v květnu jsme zavedli tzv. **Town Hall Pass** – kombinovanou vstupenku, která umožňuje návštěvu obou objektů. Ta zároveň reaguje na požadavek mnoha klientů, kteří poptávají opakovaný vstup s jedinou vstupenkou. Kromě věže Novoměstské radnice tak Town Hall Pass nabízí mimo jiné rovnou dva vstupy na věž Staroměstské radnice v libovolném čase a v tří denním horizontu. Produkt se rychle zařadil mezi nejprodávanejší položky.

V březnu jsme spustili **kampaň na sociálních médiích** s cílem zlepšit povědomí o Staroměstské radnici a informovat o možnostech prohlídky, jež památka i přes probíhající stavební práce nabízí. Zahraniční návštěvníky jsme zvali pravidelnými příspěvky, domácímu publiku jsme prezentovali zajímavosti z aktuálních oprav. Posílení návštěvnosti pravidelně zajišťovala i reklama v tištěných lokálních médiích (např. Prague Visitor).

Velkou **marketingovou kampaň** jsme pak přichystali na hlavní turistickou sezonu. V době, kdy vrcholily stavební práce na obnově orloje, se návštěvníci metropole mohli na řadě míst setkat s reklamními nosiči, jež lákaly k návštěvě Staroměstské radnice. Reklamní panely byly k vidění v nejvýznamnějších dopravních uzlech (stanice metra a nádraží) nebo v turisticky atraktivních lokalitách. Outdoorovou reklamou paralelně doplňovala



kampaň ve formě letáků, distribuovaných do sedmdesáti ubytovacích zařízení na území hlavního města. Přímo v budově radnice zvali k prohlídkám Staroměstské radnice také **profesionální promotéři**. K návštěvě vybízel i poutač, který jsme ve spolupráci s MHMP začlenili do vizualizace **velkoplošné obrazovky**, nahrazující orloj po dobu rekonstrukce. Pro lepší orientaci a informovanost turistů jsme upravili a zaktualizovali panely na oplocení staveniště věže a orientační systém v interiéru a exteriéru budovy. Letní marketingová kampaň v kombinaci s dalšími opatřeními přinesla vynikající výsledky a rekordní finanční zisky.

Zlepšení návštěvnosti památky přinesla i **součinnost s místními hotely**. Díky spolupráci formou předplacených voucherů se Staroměstská radnice stala součástí pobytových balíčků, které získávají hoteloví hosté při rezervaci na dvě a více nocí. Návštěvnost objektu podpořila i naše spolupráce s portálem **Booking Experiences**. Začátkem roku jsme profil Staroměstské radnice obsahově zatraktivnili a počet zájemců, kteří si přes tuto platformu zakoupili vstupenky, se tak během následujících tří

měsíců podařilo zvýšit o 500 %. Na základě tohoto úspěchu jsme navázali spolupráci s organizací Viator, která na podobném principu nově nabízí vstupenky do Staroměstské radnice svým klientům. Novou výhodou, jež má vést k intenzivnější spolupráci mezi oběma stranami a větší návštěvnosti z hlediska organizovaných skupin, jsme s nástupem turistické sezony představili **smluvním průvodcům Prague City Tourism**. Ti po předložení průkazu průvodce Prahou automaticky získávají skupinové vstupné.

Velkou pozornost jsme věnovali přípravám velké **architektonicko-provozní rekonstrukce** Staroměstské radnice, jejíž realizace je naplánována na období 2019–2020. V rámci přestavby interiérů radnice vznikne v objektu nové informační centrum, návštěvníká hala, expozice i prohlídkové trasy, bude upraven a doplněn historický mobiliář budovy. Cílem naší organizace je aktivní participace na projektu, ve spolupráci se správou objektu Staroměstskou radnicí rehabilitovat do předválečného stavu, obnovit její hodnoty a využít její silný potenciál.

V roce 2018 se Staroměstská radnice stala dějištěm připomínky řady výročí. V květnu 2018 byla jedním z míst oslav **60 let od založení naší organizace** s řadou tematických prohlídek s programem. V tutéž dobu hostily reprezentativní sály radnice akcí, která se konala u příležitosti výročí **400 let od druhé pražské defenestrace**. Pro účastníky panelové diskuze, probíhající za přítomnosti mnoha odborníků na tuto problematiku, jsme zajistili mimořádné prohlídky.

Zásadní událostí podzimu byla akce **Radnice dokořán**, jíž jsme připomněli výročí 680 let od jejího založení. Zájemcům z řad Pražanů a domácích návštěvníků jsme ve dnech 13.–18. září představili běžně nepřístupné prostory radničních domů, formou kostýmovaných prohlídek či přednášek jsme vzpomněli na nejvýznamnější události a osobnosti s radnicí spojené, uspořádali jsme řadu hudebních vystoupení. Do akce jsme zapojili i památky, které se Staroměstskou radnicí historicky či funkčně souvisejí – běžně nepřístupnou Rezidenci primátora a Novou radnici, románské podzemí někdejší Andělské koleje nebo Novoměstskou radnici. Součástí programu bylo několik výstupů k průběhu a výsledkům generální opravy radniční věže. Akce vyvrcholila v den výročí založení radnice slavnostním odhalením novogotického oltáře, jež byl poškozen v bojích roku 1945 a nyní se po dlouhých 73 letech vrátil po celkovém zrestaurování do radniční kaple. Radnice dokořán se stala historicky největší akcí pro veřejnost, která se na Staroměstské radnici kdy pořádala. Týdenního programu se zúčastnilo přes 2000 zájemců.

Na oslavy výročí založení radnice pak navázalo **slavnostní odhalení zrestaurovaného orloje** – mechanismus středověkého stroje se po dlouhé odmlce znovu roztočil **28. září**. Dvouletá oprava radniční věže tak byla ukončena. Při této příležitosti proběhla i vernisáž výstavy Znovuzrození věže Staroměstské radnice, dokumentující proběhlé opravy.

Závěr roku patřil na Staroměstské radnici tradičnímu **vánočnímu koncertu**, tentokrát jsme jej uspořádali v radniční kapli.







## **Praha: Vršovice**

Původně dělnická, trochu pozapomenutá čtvrť venkovského rázu se během několika let stala populární díky čilému kulturnímu a komunitnímu životu, který se odehrává ve zdejších kavárnách, klubech a barech. Nepřehlédnutelnou součástí Vršovic je také unikátní prvorepubliková církevní architektura.



## PRAŽSKÁ VLASTIVĚDA A VZDĚLÁVÁNÍ

### VLASTIVĚDNÉ VYCHÁZKY

Vycházky Pražské vlastivědy nabízejí pražským i mimopražským návštěvníkům možnost seznámit se s dějinami a architekturou významných pražských staveb i celých čtvrtí. Zájemci mohou navštívit vycházky v exteriéru a komentované prohlídky cenných budov v centru Prahy i za jeho hranicemi. Stranou nezůstávají ani významné přírodní lokality a příměstské obce. Od března do prosince se konají také speciální nordic-walking vycházky a pravidelně je v nabídce několik akcí pro nejmenší návštěvníky.

Mimo programované prohlídky zajišťujeme rovněž soukromě objednané akce z nabídky vycházek, a to pro individuální zájemce, školy, kluby či instituce. Průvodci Pražské vlastivědy se v roce 2018 podíleli na projektu vycházek pro Prahu 8 nebo Prahu 10, zajistili dny otevřených dveří v Poslanecké sněmovně a na Ministerstvu dopravy, prezentovali se na Betlémské kulturní noci či na akci Radnice dokořán.

V rámci oslav 100. výročí vzniku republiky se po celý rok konaly vycházky, přednášky a návštěvy objektů spojené s touto událostí. Vyvrcholením byl cyklus vycházek a přednášek konaný ve dnech 17. – 21. října za symbolickou cenu. Akcemi na Vyšehradě jsme oslavili 60. výročí vzniku Pražské informační služby.

Na prohlídkách pro veřejnost Pražská vlastivěda spolupracuje s mnoha institucemi včetně Národního divadla a jeho scénami, s Rudolfinem, s Galeríí hl. m. Prahy nebo Národní galeríí Praha.

**V roce 2018 bylo uspořádáno 506 akcí, jichž se zúčastnilo 15 894 osob, a dále 38 individuálně objednaných akcí.**

### PRAŽSKÁ VLASTIVĚDA V ČÍSLECH

Počet vycházek..... **506**

Počet návštěvníků ..... **15 894**

Počet vstupenek prodaných v předprodeji ..... **12 525**

Nejúspěšnějšími vycházkami byly v r. 2018 cykly Dvory a dvorky, Utajené zahrady a Pražské průchody a pasáže.

### PRŮVODCOVSKÉ VZDĚLÁVÁNÍ

Zájemcům o průvodcovskou činnost jsme v roce 2018 nabídli akreditované kurzy a průvodcům možnost dalšího vzdělávání. V průběhu roku jsme uspořádali 6 kurzů pro profesi Průvodce Prahou a Průvodce cestovního ruchu. Ve spolupráci s Židovským muzeem v Praze jsme rovněž zorganizovali 2 kurzy Průvodce Židovského muzea.

Pro zájemce z řad průvodců jsme připravili celkem 135 doškolovacích akcí, kterých se zúčastnilo 1738 průvodců.

Dále pokračovala výměna nebo vystavování průkazů Průvodce Prahou. V roce 2018 bylo vydáno 80 průkazů, celkový počet držitelů průkazů je 1461.

V rámci vzdělávání jsme rovněž připravili zkoušku profesní kvalifikace pro průvodce Prahou, kterou skládalo celkem 16 uchazečů, z toho 10 bylo úspěšných.

### PRŮVODCOVSKÉ VZDĚLÁVÁNÍ V ČÍSLECH

počet kurzů..... **8**

počet kurzistů..... **108**

počet doškolovacích akcí..... **135**

počet účastníků doškolování ..... **1738**

počet vydaných průkazů Průvodce Prahou ..... **80**

celkový počet držitelů průkazů Průvodce Prahou ..... **1461**

### PRAŽSKÁ UNIVERZITA PRO KAŽDÉHO

Rok 2018 byl ve znamení 100. výročí vzniku samostatného Československa. K tomuto jubileu připravila Pražská univerzita pro každého zvláštní cyklus, který byl pro velký zájem opakován i na podzim, a dále speciální soubor přednášek a vycházek (Architektura čs. státnosti, Osobnosti čs. státnosti, Praha za první republiky). Nabídli jsme zcela nová témata z historie, architektury a zajímavostí Prahy (Magické osmičky, Zajímavé kapitoly z historie Prahy apod.). Žádanou novinkou byl samostatný vycházkový cyklus o pražských vinicích a na podzim nově koncipovaný přednáškový cyklus věnovaný pátrání po předcích.

I v tomto roce si posluchači mohli zvýhodněným způsobem zakoupit místo na oba semestry, čehož využily více než dvě třetiny zájemců. Většina z nich si je zakoupila přes e-shop. Nově jsme umožnili také platby kartou. Veškeré informace poskytujeme posluchačům přes webové rozhraní. Díky nové nabídce se přihlásil značný počet posluchačů, kteří k nám přišli poprvé.

### PRAŽSKÁ UNIVERZITA PRO KAŽDÉHO V ČÍSLECH

počet nabízených cyklů..... **11**

počet pořádaných akcí..... **196**

počet posluchačů..... **513**

### Odborná knihovna

Knihovna disponuje cca 12 000 svazky a je určena průvodcům, kurzistům, zaměstnancům a zájemcům z řad odborné veřejnosti. V roce 2018 jsme zaregistrovali 51 nových čtenářů. Katalog knih je možno nalézt na webu [praguecitytourism.cz](http://praguecitytourism.cz). Výdej a příjem knih je zajištěn každý všední den na recepci.





## Praha: Vinohrady

Honosná a rezidenční městská část s nádechem staré Paříže byla vybudovaná na přelomu 19. a 20. století podle jednotné urbanistické koncepce. Historizující a secesní domy jsou sdružené do pravidelných obdélníkových bloků, kterými protékají široké bulváry. Do elegantní mozaiky Vinohrad vkusně zapadají malebné parky a prostorná náměstí.





## ROK 2018 V ČÍSLECH PRAGUE CITY TOURISM

<b>12 464 956</b>	zobrazených webových stránek
<b>4 802 203</b>	návštěv na webech PCT z 223 zemí a správních celků světa
<b>2 700 500</b>	ks vydaných turistických brožur, map a letáků
<b>1 633 623</b>	zodpovězených dotazů v turistických informačních centrech
<b>1 304 710</b>	návštěvníků turistických informačních center
<b>599 509</b>	návštěvníků Staroměstské radnice
<b>220 000</b>	fanoušků na Facebooku Prague.eu
<b>75 800</b>	ks tištěných turistických materiálů objednaných přes e-shop
<b>25 000</b>	fanoušků na Facebooku Prague City Tourism
<b>15 894</b>	účastníků vlastivědných vycházek
<b>13 157</b>	návštěv denně na portálu prague.eu (průměr)
<b>12 525</b>	vlastivědných vycházek objednaných přes e-shop
<b>12 000</b>	svazků v odborné knihovně PCT
<b>4447</b>	vyřízených písemných a telefonních dotazů
<b>1738</b>	účastníků průvodcovského doškolení
<b>1426</b>	akcí zajištěných dispečinkem průvodců
<b>600</b>	vyřízených objednávek z e-shopu
<b>540</b>	výstupů v tištěných a digitálních domácích médiích
<b>513</b>	účastníků Pražské univerzity pro každého
<b>506</b>	uspořádaných vlastivědných vycházek
<b>220</b>	uspořádaných skupinových vycházek
<b>190</b>	fam tripů a press tripů, na nichž se PCT podílel
<b>135</b>	doškolovacích akcí pro průvodce
<b>80</b>	vydaných průkazů Průvodce Prahou
<b>21</b>	jazykových mutací má turistický portál prague.eu
<b>12</b>	veletrhů v ČR i zahraničí s účastí PCT
<b>5</b>	turistických informačních center ve správě PCT





# HOSPODAŘENÍ PRAGUE CITY TOURISM V ROCE 2018

## HLAVNÍ ČINNOST

Hlavní činností organizace v r. 2018 bylo poskytování profesionálních informací o nabídce cestovního ruchu v Praze, zprostředkování turistických služeb, organizace vzdělávacích cyklů o historii a současnosti města či zajištění návštěvnického provozu historického objektu Staroměstská radnice.

Propagační činnost, resp. marketingová komunikace, probíhala na mnoha kanálech: 1) elektronicky prostřednictvím vlastních webových stránek prague.eu a on-line inzerce, 2) na sociálních sítích (především Facebook, Twitter a Instagram), 3) prostřednictvím vlastních tištěných materiálů, 4) formou inzerce, a to jak v klasických tištěných médiích, tak i na outdoorových a indoorových inzertních plochách a 5) prostřednictvím PR aktivit.

Klíčovými komunikačními tématy Prahy pro rok 2018 bylo 100. výročí založení Československa, dále pokračující téma designu (a kvalitního nakupování) v Praze a propagace turisticky atraktivních čtvrtí mimo historické centrum Prahy. Dalšími komunikačními tématy byla zelená Praha (parky, zahrady, zelené plochy) a pražské kulturní akce. Svěbytným, ac spíše okrajovým tématem pro domácí publikum bylo i 60. výročí Pražské informační služby.

Se službami návštěvníkům úzce souvisela činnost informačních center PCT, která v roce 2018 doznala dalšího zkvalitnění. Podařilo se rozšířit prostory současného TIC na Terminálu 2 Letiště Václava Havla Praha. Do budoucna je zásadní přesun z nevyhovujících a funkčně i vizuálně zastaralých prostor ve Staroměstské radnici do nové lokace v Křížové chodbě.

**Z finančního pohledu byl rok 2018 velmi úspěšný. Podařilo se nám dosáhnout rekordních tržeb v historii organizace ve výši 117 277,3 tis. Kč, i když nadále pokračovaly opravy na Staroměstské radnici. Celkové náklady byly ve výši 115 362,1 tis. Kč, hospodářský výsledek skončil v zisku ve výši 1 915,2 tis. Kč, aniž bychom museli čerpat neinvestiční příspěvek.**

Rokem 2018 vstoupily do druhé fáze práce na generální obnově fasády věže Staroměstské radnice. Ačkoliv vyhlídkový ochoz věže byl zpřístupněn již v prosinci 2017, samotné lešení na místě stálo i převážnou část roku 2018. Přestože bylo z horních partií věže do léta 2018 postupně sneseno, až do konce září zůstal lešením obehnan pražský orloj. Přítomnost lešení a okolního staveniště a nepřítomnost orloje se dle předpokladu promítly do výsledků návštěvnosti.

Zkraje roku 2018 jsme vypracovali podrobnou analýzu stavu návštěvnosti Staroměstské radnice a na jejím základě přijali opatření, díky kterým se nám podařilo vyčlenit památky dlouhodobě zvyšovat a přiblížit tak k zažitým zvyklostem z minulých let. Velkou marketingovou kampaň jsme přichystali na hlavní turistickou sezonu, kdy vrcholily stavební práce na obnově orloje. Outdoorovou reklamou paralelně doplňovala kampaň ve formě letáků nebo promo akcí, které jsme pořádali přímo ve Staroměstské radnici. Přijatá opatření, která měla za cíl maximalizovat návštěvnost památky v době finišujících oprav věže, přinesla vynikající výsledky a rekordní finanční zisky v podobě roční tržby ve výši 111,5 mil. Kč.

Hlavním zdrojem příjmů je bezpochyby vstupné ze Staroměstské radnice, které představuje s částkou 111 487 tis. Kč 95 % všech výnosů organizace. Z dalších zdrojů příjmů organizace to jsou vlastivědné vycházky a Pražská univerzita pro každého a kurzy pro průvodce a jejich doškolení. Ostatní výnosy jsou reprezentovány některými menšími položkami (např. provizemi).

**Celkové náklady** za rok 2018 byly **115 362,1 tis. Kč**, což je plněním o 7 % více oproti upravenému rozpočtu. Organizace počítala s náklady o 7 mil. Kč méně. Zvýšení nákladů o 7 mil. Kč je zapříčiněno zvýšením daně z příjmů právnických osob (DZPPO) na základě vyšších tržeb. Rozpočet DZPPO je 10 mil. Kč a skutečnost je 17 mil. Kč.

Celkové náklady organizace z velké části tvoří v absolutních číslech osobní náklady a služby (dohromady 72 %), v rámci služeb pak dominují marketingové projekty a propagace města ve výši 17,2 mil. Kč.

Hospodářský výsledek je rekordní a předčil veškerá očekávání ohledně výše tržeb i přes veškeré překážky, s nimiž se organizace potýkala. Poprvé v historii dosáhla celkových tržeb 117 mil. Kč a k tomu nečerpala neinvestiční příspěvek. Dosavadní nejvyšší tržby byly v roce 2016, a to 91 mil. Kč. V roce 2017 byly celkové tržby 55 mil. Kč.

## DOPLŇKOVÁ ČINNOST

**Doplňková činnost organizace byla v roce 2018 provozována s kladným hospodářským výsledkem, a to ve výši 858 tis. Kč.**

Produkt Prague Card (PK) měl v doplňkové činnosti zásadní vliv na výši zisku. O karty je mezi návštěvníky Prahy stále zájem pro jejich komfort (v ceně karty je zahrnuto i jízdné na MHD). Tržby za prodej Prague Card byly ve výši 47 487 tis. Kč, což je v hrubém zisku 5 702,6 tis. Kč a prodalo se 61 101 kusů.

**Celková výše tržeb za rok 2018 je 65 831 tis. Kč, z čehož je 47 487 tis. Kč tržeb ze samotné Prague Card.**

Další tržby jsou 512,7 tis. Kč, z toho z prodeje jízdenek MHD 445,6 tis. Kč a zbytek z prodeje na našem e-shopu a v TIC. Dále 345,7 tis. Kč z komisních prodejů a 1 420 tis. Kč jsou za průvodcovské služby. 1 284,9 tis. Kč bylo za služby providers (Ticketmaster, IRSNET, Premiant City Tour, Martin Tour atd.).

**Celková výše nákladů v doplňkové činnosti za rok 2018 je 64 973 tis. Kč.**

Z nejvyšších nákladových položek musíme uvést spotřebované nákupy, a to položku prodané zboží ve výši 41 776 tis. Kč, jedná se o kartu Prague Card. Dále 10 949 tis. Kč je nákup jízdného MHD a prodejních předmětů. Zbytek jsou služby propagace, reklama, průvodcovské služby, telefony, pošta, bankovní poplatky. Položka Daně a poplatky obsahuje silniční daň, dálniční a správní poplatky, poplatky za parkování. Poslední vyšší nákladovou položkou je daň z příjmů právnických osob, na jejíž výši má vliv karta Prague Card.

# Rozbor hospodaření PCT za rok 2018

## Hlavní činnost

	v tis. Kč			
	Schv. rozp. 2018	Uprav. rozp. k 31. 12. 2018	Skutečnost k 31. 12. 2018	Skutečnost k 31. 12. 2017
<b>VÝNOSY CELKEM</b>	74 364,5	76 754,5	117 277,3	55 935,0
z toho: ze vstupného	74 114,5	74 554,5	115 245,3	55 731,0
z prodeje služeb	0,0	0,0	0,0	0,0
ostatní výnosy	250,0	2 200,0	2 032,0	204,0
<b>NÁKLADY CELKEM</b>	105 250,0	107 711,0	115 362,1	92 680,0
z toho vybrané položky				
Spotřebované nákupy - z toho:	6 500,0	6 500,0	8 467,3	6 497,0
spotřeba materiálu	5 850,0	5 850,0	7 648,1	5 860,0
spotřeba energie	650,0	650,0	819,2	637,0
Služby - z toho:	36 000,0	36 071,0	31 591,3	29 173,0
opravy a udržování	750,0	750,0	928,7	563,0
cestovné	720,0	720,0	657,6	621,0
náklady na reprezentaci	250,0	250,0	245,0	250,0
nájemné a služby (nebyt. prost.)	2 000,0	2 000,0	2 326,0	1 920,0
úklid	380,0	380,0	465,3	357,0
výkony spojů	800,0	800,0	828,4	793,0
ostraha objektů	750,0	750,0	978,6	646,0
propagace	23 000,0	22 539,0	17 207,6	16 442,0
Osobní náklady - z toho:	46 000,0	48 000,0	50 996,1	40 775,0
prostředky na platy	27 205,3	29 205,3	28 990,9	23 785,0
ostatní osobní náklady	7 300,0	7 300,0	9 034,0	6 555,0
zákonné soc. pojištění	10 250,0	10 250,0	11 104,4	8 998,0
zák. soc. náklady - FKSP	544,0	544,0	581,4	476,0
Daně a poplatky	300,0	300,0	347,4	266,0
Ostatní náklady - z toho:	2 500,0	2 500,0	1 726,6	4 835,0
sml. pokuty a úroky z prodlení	0,0	0,0	0,0	1,0
jiné pokuty a penále	0,0	0,0	44,5	0,0
manka a škody	0,0	0,0	263,9	0,0
Odpisy dlouhodobého majetku	3 450,0	3 840,0	3 246,5	4 854,0
z dotace hl. m. Prahy	2 920,0	3 310,0	3 246,5	3 196,0
ze stát. dotace a zahraničí	0,0	0,0	0,0	0,0
Drobný dlouhod. majetek	500,0	500,0	1 070,0	521,0
Daň z příjmů	10 000,0	10 000,0	17 916,9	5 759,0
<b>Hospodářský výsledek</b>	-30 885,5	-30 956,5	1 915,2	-36 745,0
<b>Neinvestiční příspěvek</b>	27 631,5	27 702,5	27 702,5	70 048,0
Státní dotace	0,0	0,0	0,0	0,0
Ostatní	0,0	0,0	0,0	0,0
<b>CELKOVÝ VÝSLEDEK HOSPODAŘENÍ</b>	<b>-3 254,0</b>	<b>-3 254,0</b>	<b>29 617,7</b>	<b>33 303,0</b>

## Doplňková činnost

	v tis. Kč	
	Schválený rozpočet 2018	Skutečnost k 31. 12. 2018
<b>VÝNOSY CELKEM</b>	63 500	65 831
<b>NÁKLADY CELKEM</b>	62 187	64 973
z toho vybrané položky		
Spotřebované nákupy	50 500	53 039
z toho: spotřeba materiálu	250	186
spotřeba energie	100	128
Služby	5 000	3 683
z toho: opravy a udržování	50	38
cestovné	35	33
nájemné a služby (nebyt. prostory)	400	415
úklid	75	88
výkony spojů	130	123
Osobní náklady - z toho:	5 290	6 546
mzdové náklady	3 450	3 895
ostatní osobní náklady	700	923
zákonné soc. pojištění	1 050	1 479
zák. soc. náklady - FKSP	69	78
Daně a poplatky	58	65
Ostatní náklady - z toho:	800	349
smluvní pokuty a úroky z prodlení	0	0
jiné pokuty a penále	0	64
manka a škody	0	2
Odpisy dlouhodobého majetku	239	234
z toho: z budov a staveb	40	48
zařízení	180	186
Drobný dlouhod. majetek	70	116
Daň z příjmů	230	943
<b>HOSPODÁŘSKÝ VÝSLEDEK</b>	1 313	858
(+ zisk, - ztráta)		





## Praha:Žižkov

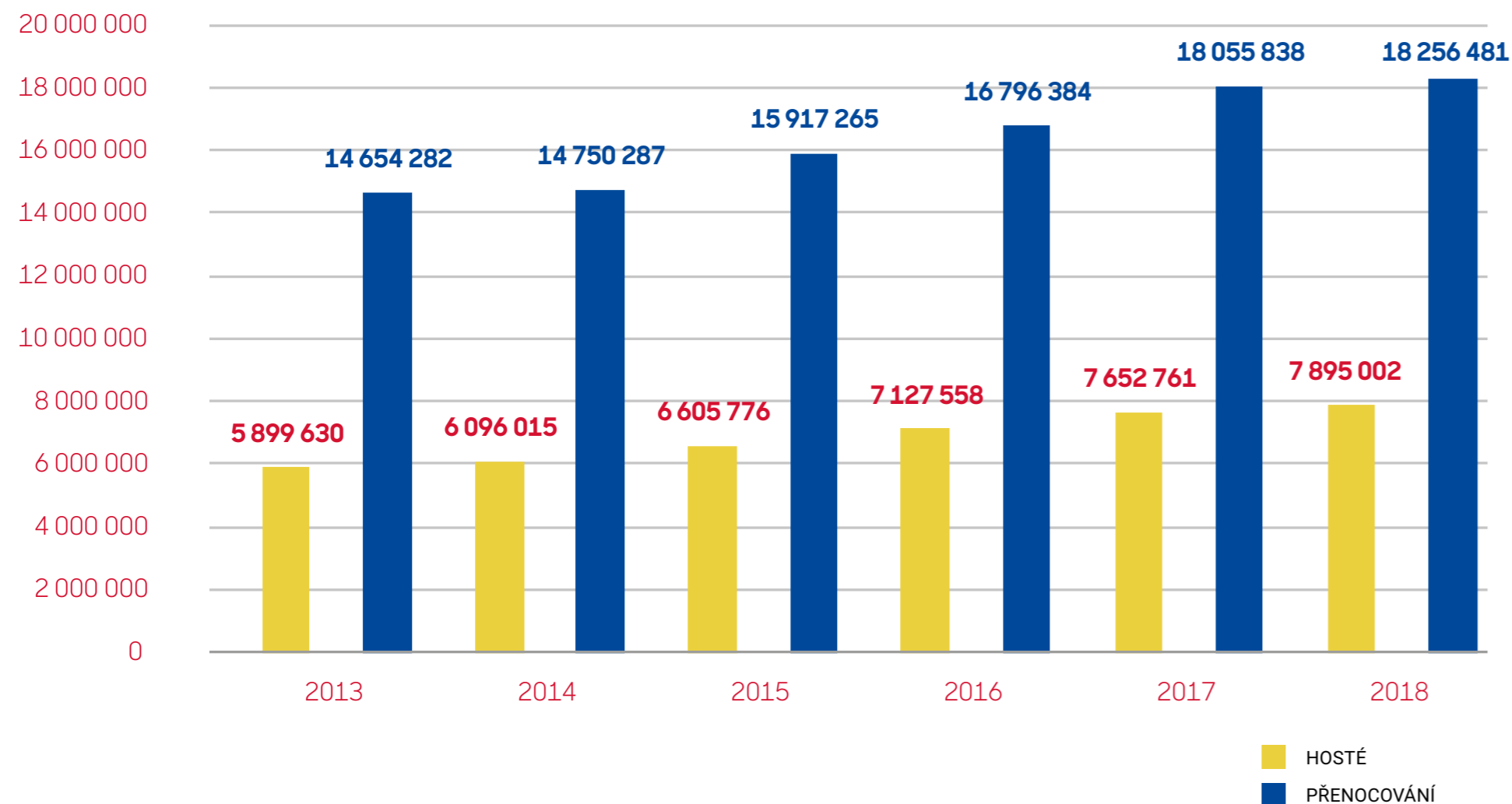
Svérázná enkláva rozprostřená v kopcovitém terénu měla vždy dosti bohémský charakter, který vytvářeli především místní lidé – dělníci, pražská galerka, studenti a umělci všeho druhu. Přestože se od té doby kolo dějin výrazně pootočilo, zdejší svébytná, trochu „neukázněná“ atmosféra se naštěstí nevytratila.



## CESTOVNÍ RUCH V PRAZE V ROCE 2018

Praha již po šesté v řadě dosáhla **rekordních výsledků jak z hlediska celkového počtu přenocování, tak i celkového počtu hostů**. Narůstající zájem o českou metropoli byl patrný nejen u hostů domácích, ale i zahraničních. Rok 2018 proběhl především ve znamení **stále vyšší poptávky ze strany Číňanů, ale také Ukrajinců a Britů**. Praha se stala tradičně nejnavštěvovanějším městem i krajem České republiky.

Do pražských hotelů, penzionů, hostelů, ubytoven a kempů přijelo v průběhu roku **7 895 002 hostů**, kteří zde strávili **18 256 481 noci**.



Stejně jako v předchozích letech tvořili převažující složku **návštěvníci ze zahraničí**, kterých Praha přivítala **6 674 368 (84,54 %)**, **rezidentů** se v evidovaných ubytovacích zařízeních zaregistrovalo **1 220 634 (15,46 %)**.

**Celkový počet návštěvníků** v hromadných ubytovacích zařízeních **vzrostl meziročně o více než dvě stě tisíc osob (1,1 %)**. Nerezidentů přibýlo ve srovnání s rokem 2017 10 092 (0,1 %), domácích hostů 190 551 (9,9 %), což znamená, že cizinci se na celkovém přírůstku podíleli pouze 5 %.

Složení zemí TOP 10 podle počtu příjezdů zůstává podobné s rokem předchozím. Pouze uvnitř této skupiny došlo k posílení pozic Číny a oslabení Jižní Koreje.

Přibližně každý pátý Evropan přicestoval z Německa, podíl této země činil s 912 649 návštěvníky 11,6 % z celkového počtu zahraničních hostů. Druhé místo mezi nerezidenty patří USA (6,1 %), třetí Spojenému království (5,4 %).

Z 55 sledovaných zemí a území zaznamenal ČSÚ u 33 z nich přírůstky a u 22 z nich úbytky počtu příjezdů do Prahy.

**Celkový počet přenocování překonal hranici 18 milionů noclehů, z čehož 16 342 147 (87,1 %) připadá na nerezidenty a přes 2 miliony (12,9 %) na návštěvníky z České republiky**. Ve srovnání s rokem 2017 se počet přenocování **navýšil o 200 643 noclehů (1,1 %)**. Rezidenti se na tomto zvýšení podíleli počtem 190 551 přenocování.

**Nejvíce nocí** (2 087 048), vyjme-li rezidenty, v Praze strávili **návštěvníci z Německa**. Jejich podíl na celkovém počtu přenocování zahraničních hostů činil 11,4 %. Druhá příčka podle počtu přenocování patří Rusku (1 395 958 nocí), více než milion noclehů realizovali v Praze i hosté z USA a Spojeného království.

Letošním vítězem v nárůstu počtu přenocování se stala Ukrajina, která navýšila počet přenocování ve srovnání s rokem 2017 o 68 712 noclehů, což je 32,3 %. Druhá se umístila Čína s 67 645 noclehy a třetí Spojené království s 54 390 noclehy navíc.

**Celková průměrná délka pobytu dosáhla na 2,3 noci**. Průměr u rezidentů činil 1,7 noci, u hostů ze zahraničí 2,4 noci. Mimořádnou délkou pobytu již tradičně vynikali Rusové (3,6 noci) a Izraelci (3,3 noci). Pouze krátký čas věnovali návštěvě Prahy Jihokorejci (1,6 noci) a Číňané (1,7 noci).

**Čisté využití lůžek** dosáhlo v roce 2018 **66,4 %** a využití pokojů **69,3 %**. Nejvyšší míru využití pokojů vykazují pětihvězdičkové hotely.

Během roku 2018 se v Praze uskutečnilo celkem **4 534 konferencí**, jichž se zúčastnilo 536 232 účastníků, což bylo o 146 akcí více než v roce 2017.

Příjezdový cestovní ruch se vyvíjel pozitivně i v **České republice** jako celku. **Počet návštěvníků poprvé v historii překonal hranici 21 milionů, počet přenocování dokonce 55 milionů**. Počet hostů i počet přenocování vzrostly meziročně ve všech krajích. Praha se na celkové návštěvnosti ze zahraničí podílela 37,1 %, na návštěvnosti rezidentů 11,47 %.

Podrobné statistiky a analýzy z oblasti příjezdového cestovního ruchu do Prahy včetně mezinárodního srovnání a další zajímavá čísla o Praze, návštěvnosti památek apod. najdete ve speciální sekci Statistiky a analýzy na [praguecitytourism.cz](http://praguecitytourism.cz).

## HLAVNÍ ZDROJOVÉ ZEMĚ Z HLEDISKA POČTU PŘENOCOVÁNÍ V R. 2018

Země	Počet přenocování	Podíl v %
Rezidenti	2 114 107	11,6
Německo	2 087 048	11,4
Rusko	1 395 958	7,6
USA	1 185 298	6,5
Spojené království	1 091 314	6
Itálie	926 576	5
Španělsko	641 011	3,5
Francie	590 835	3,2
Čína	568 049	3,1
Slovensko	551 864	3
Jižní Korea	488 078	2,7
ostatní země	6 616 343	36,4
<b>Celkem</b>	<b>18 256 481</b>	<b>100</b>



## Praha: Střešovice

Střešovice jsou učebnicí moderní architektury meziválečného období. Zdejší vilová kolonie plná originálních a nápaditých domů vás bezpečně zavede do noblesních časů první republiky a životního stylu tehdejší pražské smetánky.





## VÝHLED DO ROKU 2019

V roce 2019 se marketingové priority naší organizace zásadně měnit nebudou.

Je třeba zlepšit elektronickou komunikaci a její evidenci s našimi klienty, partnery i návštěvníky Prahy, čehož by měla dosáhnout akvizice výkonného CRM systému (Customer relationship management). Nutností je zefektivnění distribuce našich tištěných materiálů. Rok 2019 je rokem optimalizace interních procesů.

Významným marketingovým tématem celého roku budou pražské čtvrti Letná a Holešovice, Karlín a Vinohrady, z nichž každá má potenciál stát se oblíbenou destinací pražských návštěvníků; dílčím marketingovým tématem bude výročí listopadových událostí z roku 1989, aktivně se zaměříme na rodiny s dětmi. Více se chceme věnovat komunikaci na domácím trhu, lepší propagaci vlastních aktivit a produktů a rozšíření i zkvalitnění našeho programu merchandisingu.

Začátkem roku 2019 ukončíme prodej a spolupráci s Prague Card a nadále se budeme aktivně podílet na vzniku nové turistické karty Prague Visitor Pass. V prvním pololetí očekáváme nižší tržby v TIC kvůli výpadku prodeje turistické karty. Současně budeme hledat nové příležitosti v poskytovaných službách turistických informačních center.

Vzdělávání pracovníků TIC a organizování doškolovacích akcí (např. návštěvy muzeí, výstav a zajímavých i nově zpřístupňovaných objektů) bude pro nás opět prioritou. Pro pracovníky turistických informačních center budeme nadále organizovat exchange programy s informačními centry nejen v České republice, ale i v zahraničí. Velkou pozornost budeme věnovat také osobnímu rozvoji a vzdělávání pracovníků v back-office.

Na Staroměstské radnici připomeneme programem pro rezidenty výročí významných dějinných událostí i historických osobností (první pražská defenestrace, Václav IV., sametová revoluce). Podnikneme změny v koncepci dětských i večerních prohlídek a provedeme úpravy prezentace národní kulturní památky vůči veřejnosti (webové stránky). Navážeme na výsledky bezpečnostního auditu z roku 2018 a na jeho základě učiníme kroky, které povedou mimo jiné k lepší orientaci v námi nabízeném servisu (zavedením např. cizojazyčné vstupenky).

Velká pozornost bude věnována přípravám budoucí rekonstrukce interiérů Staroměstské radnice, která velmi výrazně zasáhne stávající provoz celého historického objektu, včetně turistického informačního centra a dispečinku průvodců.

Na rok 2019 jsme naplánovali řadu akcí, přednášek a vlastivědných vycházek spojených zejména s 30. výročí sametové revoluce. I v této oblasti se zaměříme na představení dalších výročí, která jsou spojena s číslem devět na konci letopočtu, např. zavedení československé měny, obsazení Československa nacistickým Německem nebo vstup ČR do NATO. V rámci cyklů přednášek a vycházek Pražské univerzity pro každého budou pro posluchače připravena speciální témata: Praha za první republiky, Zajímavé kapitoly z historie Prahy či cyklus zaměřený na výjimečné pražské vily.

S významnými tématy novodobých českých dějin, jakož i s aktualitami pražského kulturního a společenského života budou v rámci doškolování seznamování rovněž průvodci spolupracující s Prague City Tourism.

Budeme pořádát pravidelné skupinové vycházky s profesionálními licencovanými průvodci v anglickém jazyce, které se dobře zavedly a jsou zárukou vysokého standardu průvodcovských služeb v metropoli.

Samostatně i ve spolupráci s našimi tradičními partnery (Magistrát hl. m. Prahy, CzechTourism, Prague Convention Bureau aj.) se zúčastníme významných veletrhů a prezentací zaměřených na cestovní ruch, a to v České republice i v zahraničí, např. ITF SlovakiaTour, Holiday World, ITB Berlin, WTM Londýn. Již tradiční roadshow čeká naše mobilní informační centrum, s nímž se vydáme po České republice a do příhraničí s cílem propagovat Prahu jako turistickou destinaci zejména pro české návštěvníky.

Také v publikační činnosti budeme reflektovat výročí 30 let od sametové revoluce. Připravíme speciální brožuru, která návštěvníkům přiblíží významné osobnosti a místa spojená s r. 1989, doplněna bude o kalendář akcí k výročí. Toto téma zpracujeme i formou speciální landing page na webovém portálu.

Velkou pozornost budeme věnovat turistům, kteří k nám přijíždějí s dětmi. Vydáme obměněnou mapu Prahou s dětmi a novou brožuru o tajemných pražských příbězích. V návaznosti na naše hlavní marketingové téma zahájíme vydávání speciální řady titulů věnovaných čtvrtím mimo turisticky přetížené historické centrum.

Ve spolupráci s médii a odbornou veřejností se zaměříme na další zvyšování povědomí o identitě a hodnotách Prague City Tourism.





**Výroční zpráva 2018**

Text a foto: © Pražská informační služba – Prague City Tourism  
Arbesovo náměstí 70/4, Praha 5  
[www.prague.eu](http://www.prague.eu)  
[www.praguecitytourism.cz](http://www.praguecitytourism.cz)

Grafický návrh a sazba: Touch Branding  
Tisk: Akontext





PRA HA  
PRA GUE  
PRA GA  
PRA G



Výroční zpráva 2018  
Pražská informační služba – Prague City Tourism  
Arbesovo náměstí 70/4, / Praha 5 / 150 00 / CZ  
[prague.eu](http://prague.eu)  
[praguecitytourism.cz](http://praguecitytourism.cz)