

Výroční zpráva 2017

Prague City Tourism



Prague
City Tourism

Praha:emoce

Výroční zpráva 2017

Prague City Tourism



Praha:emoce

Obsah

ÚVODNÍ SLOVO	4	EDIČNÍ ČINNOST	30
PROFIL ORGANIZACE	6	STAROMĚSTSKÁ RADNICE.....	32
O nás.....	6	PRAŽSKÁ VLASTIVĚDA A VZDĚLÁVÁNÍ	36
Organizační struktura	7	Vlastivědné vycházky	36
MARKETING A PUBLIC RELATIONS	10	Průvodcovské vzdělávání	36
Marketingová témata a kampaně.....	12	Pražská univerzita pro každého	36
Sociální média.....	14	STATISTIKY A ANALÝZY	40
Zahraniční press a fam tripy	16	Průzkum mezi návštěvníky Prahy v letech 2014 - 2017.....	40
Domácí média	16	ROK 2017 V ČÍSLECH PRAGUE CITY TOURISM.....	42
Podpora kongresové turistiky	16	HOSPODAŘENÍ PRAGUE CITY TOURISM V ROCE 2017	44
Výstavy, veletrhy a speciální akce.....	17	PŘÍJEZDOVÝ CESTOVNÍ RUCH V PRAZE V ROCE 2017	48
Spolupráce a partnerství.....	17	VÝHLED DO ROKU 2018.....	54
TURISTICKÉ SLUŽBY	20		
Turistická informační centra.....	20		
Turistický portál www.prague.eu	23		
Díspečink průvodců	26		
On-line prodejní systém.....	26		

ÚVODNÍ SLOVO



Rok 2017 byl pro Prague City Tourism skutečnou výzvou, a to hned z několika důvodů.

V první řadě v červnu začala plánovaná rozsáhlá rekonstrukce Staroměstské radnice. Nejzásadněji naši činnost ovlivnilo téměř sedmiměsíční uzavření ochozu radniční věže. Nemožnost vstupu na věž se výrazně promítla do příjmů organizace a samozřejmě znamenala komplikaci pro návštěvníky Prahy. V době uzavírky se nám však podařilo navázat spolupráci s vedením Novoměstské radnice a mohli jsme tak návštěvníkům nabídnout vstup do objektu Staroměstské radnice a výstup na věž Novoměstské radnice s jednou vstupenkou. Této možnosti využilo v průměru 1400 návštěvníků měsíčně. Ochoz Staroměstské radnice byl znovu otevřen 18. prosince a spolupráce tak byla ukončena. V souvislosti s otevřením jsme nahradili starou webovou prezentaci rozšířeným záznamem, integrovaným do turistického portálu www.prague.eu, který nyní nabízí informace v atraktivnější formě a je uživatelsky přívětivější.

I přes probíhající rekonstrukci jsme úspěšně oslavili 679. výročí založení Staroměstské radnice akcí Radnice dokořán 2017. Hlavním motivem letošního ročníku byla legenda o mistru Hanušovi. Návštěvníci se podívali do běžně nepřístupných prostor, dozvěděli se zajímavosti z probíhající rekonstrukce i oprav minulých anebo si poslechli výklad o událostech Pražského povstání. O třetí ročník této akce byl opět obrovský zájem a nadšené reakce účastníků svědčí o vynikající organizaci a celkovém úspěchu. Nejen ti, kteří se letos na radnici nedostali, se mohou v září 2018 těšit na ročník čtvrtý.

Již začátkem roku z výběrového řízení vzešla nová agentura, jejímž úkolem je tvorba a správa destinační značky. Společnost Touch Branding pro Prahu vytvořila vizuální styl, jehož těžištěm jsou emoce. Navazuje tak na předchozí styl, je ale modernější, dospělejší a lépe odpovídá naší orientaci na náročnější bonitní klientelu.

Velkým úspěchem loňského roku je rozšíření nabídky jazykových verzí turistického webového portálu www.prague.eu na celkový počet 21, což je v evropském měřítku skutečně

unikátní. Webový portál v dubnu získal prvenství v kategorii města a obce Zvláštní ceny ministryně pro místní rozvoj za nejlepší turistickou prezentaci na webových stránkách při soutěži Zlatý erb.

Na jaře došlo k podpisu memoranda o spolupráci Prahy, Berlína a Vídně na vzdálených trzích. Účast na veletrzích a marketingové kampaně v Asii nebo v Americe jsou velmi nákladné, a právě proto se střeoevropské metropole zavázaly k součinnosti v rámci marketingových kampaní, PR eventů, press a fam tripů, společných prezentací pro cestovní kanceláře a širokou veřejnost a také na optimalizaci vlakového spojení mezi destinacemi. Již v dubnu se Praha společně s Berlínem a Vídní zúčastnila prezentační cesty po Brazílii. Dohoda byla podepsána s platností na tři roky, ale vzhledem k dosavadní úspěšnosti můžeme předpokládat, že bude pokračovat i v dalších letech.

Změny se v roce 2017 nevyhnuly ani Sektoru odborných činností. Dosavadní nabídku procházek s průvodci jsme rozšířili o trasy mimo centrum a v souvislosti s rozmachem free tours jsme se jako alternativu rozhodli nabídnout pravidelné sobotní vycházky. Dvouhodinové nenáročné vycházky s profesionálním licencovaným průvodcem se konají, jak už jejich název napovídá, každou sobotu v anglickém, případně německém jazyce. S velkým potěšením můžeme konstatovat, že vycházky jsou velmi úspěšné a je o ně skutečně velký zájem.

V loňském roce se nám podařilo zviditelnit Prahu na 60 letištích v Evropě díky letadlu Austrian Airlines, které nese jméno „Město Praha“ a destinační značku Prague City Tourism. Na potenciální domácí návštěvníky jsme cílili prostřednictvím letní outdoorové kampaně *Praha je i Vaše*. O zvýšení počtu domácích návštěvníků na konci roku se také postarala rozsáhlá *Předvánoční kampaň Praha 2017*.

Asi nejzásadnější výzvou pro Prague City Tourism byla náhlá a rychlá změna ve vedení organizace, ke které došlo v polovině roku. S velkou radostí a úlevou mohu říci, že přechod proběhl velmi hladce a v konečném důsledku neovlivnil žádnou z našich činností a jejich výsledky.

I rok 2018 pro nás chystá několik náročných úkolů. Kromě otevření nového moderního návštěvníckého centra na Letišti Václava Havla (Terminál 2) nebo oslav výročí 100 let od založení Československa, nás čeká přechod z příspěvkové organizace MHMP na akciovou společnost. Díky dosavadním zkušenostem jsem ale přesvědčen, že se i tentokrát novým výzvám postavíme čelem a všechny změny zvládneme bez sebemenších problémů.

Petr Slepíčka, statutární zástupce organizace



PROFIL ORGANIZACE

O NÁS

PRAGUE CITY TOURISM (PCT) je marketingová organizace, jejímž hlavním posláním je péče o rozvoj domácího i zahraničního cestovního ruchu v české metropoli.

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 i 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.

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. Od podzimu 2016 je PCT 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.

SÍDLO ORGANIZACE

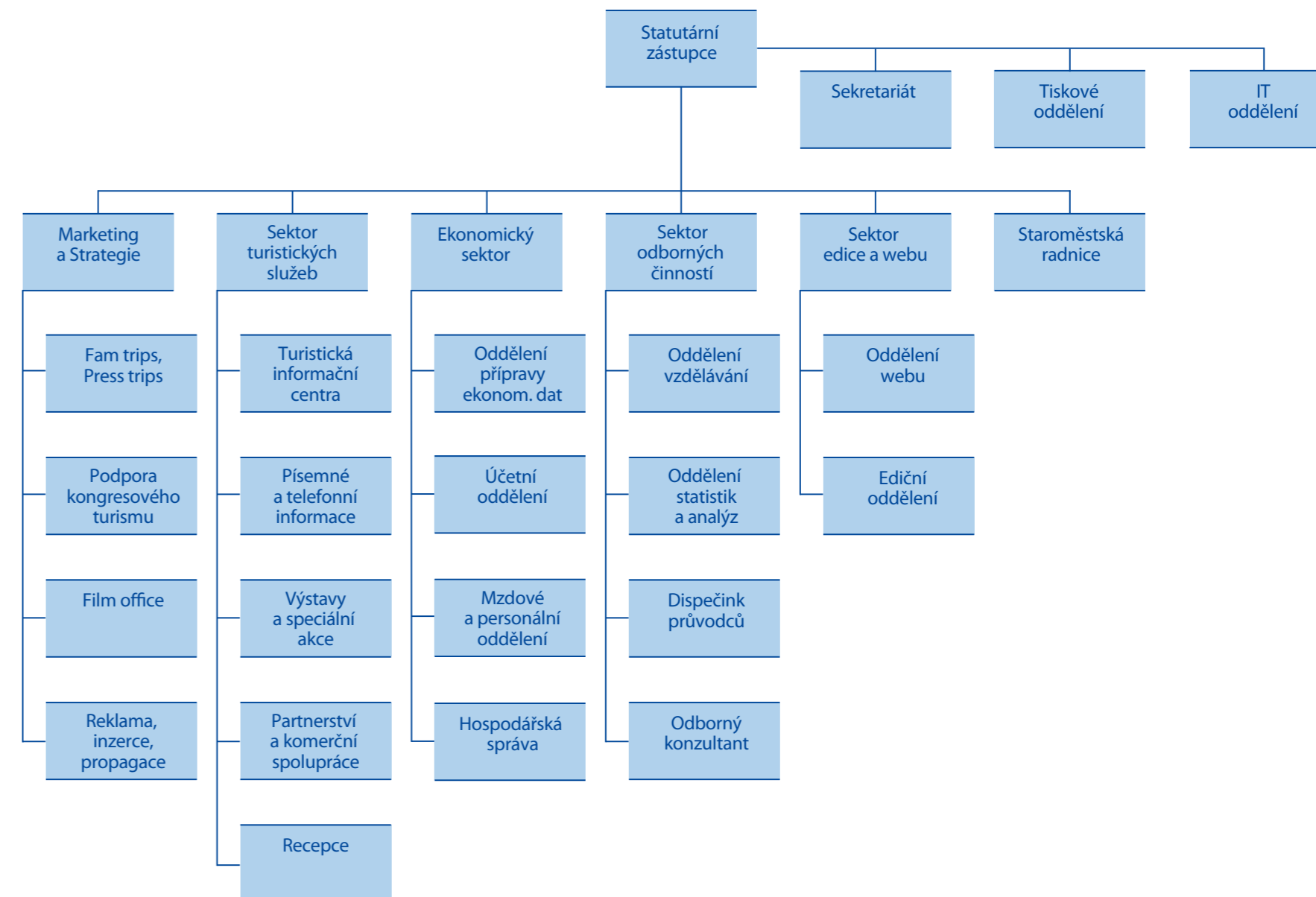
Arbesovo nám. 70/4
150 00 Praha 5
tel. +420 221 714 714
www.praguecitytourism.cz
www.prague.eu

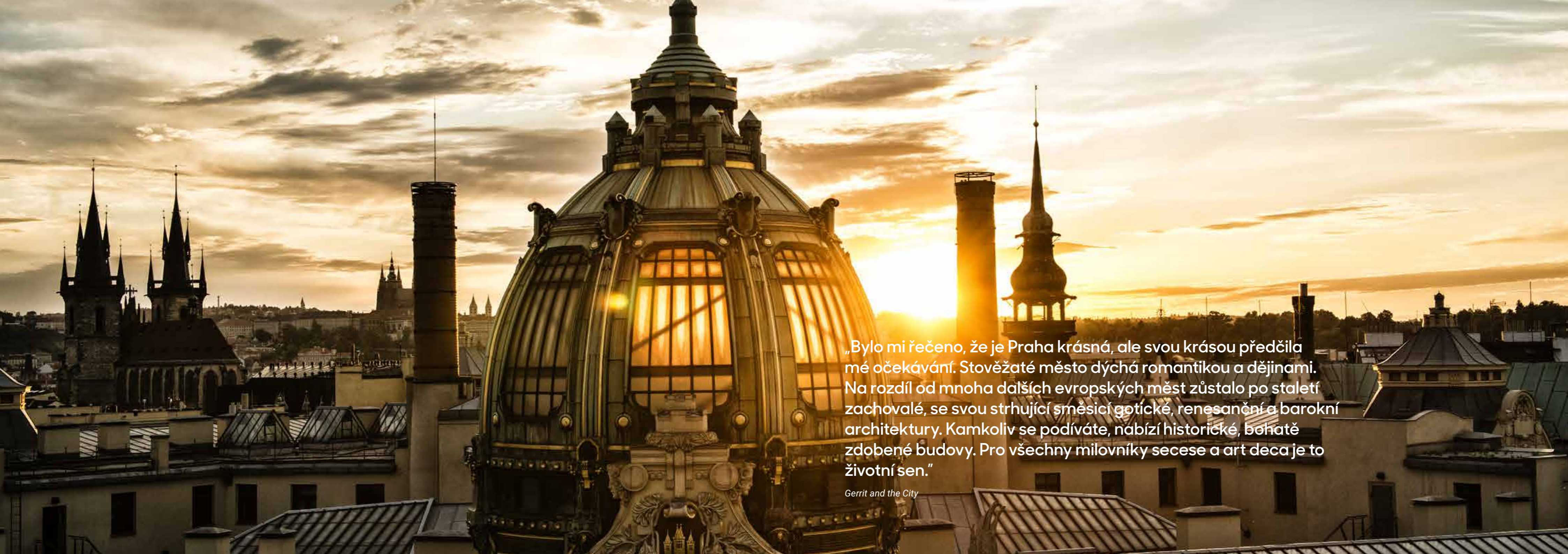
ŘEDITELSTVÍ

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



ORGANIZAČNÍ STRUKTURA PRAGUE CITY TOURISM 2017





„Bylo mi řečeno, že je Praha krásná, ale svou krásou předčila mé očekávání. Stověžaté město dýchá romantikou a dějinami. Na rozdíl od mnoha dalších evropských měst zůstalo po staletí zachovalé, se svou strhující směsicí gotické, renesanční a barokní architektury. Kamkoliv se podíváte, nabízí historické, bohatě zdobené budovy. Pro všechny milovníky secese a art deca je to životní sen.“

Gerrit and the City

MARKETING A PUBLIC RELATIONS

Rok 2017 lze v mezinárodním kontextu cestovního ruchu označit za přelomový v tom, že se v médiích termín „overtourism“ stal běžně skloňovaným výrazem. Turistická přetíženost historických center, masivní nárůst krátkodobě pronajímaných bytů a jeho důsledky na rezidenty, rostoucí napětí mezi zájmy turistického průmyslu a obyvatel historických měst – to vše jsou negativní aspekty cestovního ruchu, o nichž se dosud hovořilo jen velmi opatrně a takřka výhradně na odborných fórech. V roce 2017 bylo toto téma médií nastoleno jako vysoce aktuální, přičemž Praha bývá zmiňována jako město overtourismem ohrožené, ne-li zasažené.

Marketing naší organizace se však (na rozdíl od státní organizace CzechTourism) již několik let nesoustřeďuje na dosahování co nejvyššího meziročního nárůstu počtu návštěvníků Prahy, neboť zejména v sezoně je kapacita historického centra – kam míří většina návštěvníků* – na hranici svých možností.

**Podle průzkumu realizovaného v letech 2014-2017 je mezi návštěvníky Prahy okolo 70 % těch, kteří do Prahy přijíždějí poprvé; průměrná doba pobytu je přitom necelé 4 dny. Z toho vyplývá, že historické centrum je a bude i nadále hlavním cílem drtivé většiny návštěvníků Prahy.*

Strategií Prague City Tourism je tedy:

- propagovat méně turisticky exponované lokality (a jejich propagaci směřovat především na trhy, kde je reálný potenciál k opakovaným návštěvám s kratšími intervaly mezi jednotlivými pobyty, např. Německo a další evropské země)
- propagovat formy slow tourismu jako citlivější k destinaci (pěší vycházky mimo koridor Královské cesty, návštěva autentických gastro podniků – kaváren, restaurací, vináren – mimo historické centrum, návštěva farmářských či designových trhů, nákup autentických lokálních výrobků apod.)
- motivovat náročnější programovou skladbu návštěvnických pobytů (kultura, kvalitní gastronomie, romantika, nákupy...)
- podporovat kongresovou turistiku (v rámci naší spolupráce s Prague Convention Bureau)

Prostředky naší marketingové komunikace jsou především

- sociální média (především Facebook, Instagram, Twitter)
- web prague.eu
- 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 i on-line.

Refresh destinační značky a vizuálního komunikačního stylu pro roky 2017-2019

V roce 2017 proběhlo výběrové řízení na tvorbu a správu destinační značky, které zahrnovalo jak návrh nového, resp. úpravu stávajícího stylu vizuální komunikace, tak i grafické zpracování veškeré vizuální komunikace po dobu tří let.

Z tendru vyšla vítězně firma Touch Branding. Její adaptace dosavadního vizuálního stylu vychází z „emocionálního“ charakteru destinační značky, ale dosavadní citoslovce Wow, Oooh, Cheers apod., která nebyla vždy vnímána pozitivně, nahrazuje jednoduchým, vizuálně čistým sdělením Prague:emotion. Slovo emotion se pak v nejrůznějším kontextu dá nahradit dalšími abstrakty vyjadřujícími konkrétní emoci (joy, fun, love...) či zážitek apod. Nový styl zachovává komunikační linku nastavenou předchozími kampaněmi, ale je přijatelnější pro demografickou skupinu starších a movitějších návštěvníků, což je segment, který chceme v budoucnu lépe marketingově oslovit.

Již v roce 2017 byly v novém vizuálním stylu – s postupnými úpravami – realizovány i první tituly, mj. druhá série populární brožury/průvodce Pět pražských procházek 2 či brožura Praha:židovská.



MARKETINGOVÁ TÉMATA A KAMPANĚ

Na rozdíl od roku předchozího se rok 2017 nenesl ve znamení jednoho stěžejního tématu. Během roku jsme se zaměřili na tři jednotlivá témata, a to **kavárny, design a pěší vycházky**. Každé z témat bylo zpracováno do samostatného tištěného materiálu, dále formou dedikované landing page s tematickým obsahem, formou tematické propagace na sociálních sítích, tištěnou a outdoorovou inzercí a PR.

Pražské kavárny

Pražská kavárenská kultura v posledních letech prošla výrazným boomem, který ještě zdaleka nekončí. Kromě klasických kaváren dnes Praha nabízí řadu originálních podniků – a to i v lokalitách mimo historické centrum, které v sobě kombinují prémiovou kávu, autentické, příjemné prostředí, osobní servis a v některých případech i kulturní program. Kavárny jsou proto ideálním marketingovým tématem pro motivaci k opakovaným návštěvám, protože jeden pobyt k jejich poznání rozhodně nestačí.

📌 www.prague.eu/kavarny

Design

V našem designovém průvodci jsme se zaměřili na designové destinace v Praze, na kulturní a historický kontext českého designu a jeho jedinečnost (zejména sklo), ale především na výběr kvalitních obchodů a showroomů s kvalitním českým designem, od papírenského zboží a suvenýrů přes sklo až po šperky.

📌 www.prague.eu/design

Pět pražských procházek 2

Po úspěchu první série procházkových tras jsme zpracovali druhý díl s podtitulem Nevšední trasy po místech známých i neznámých. Trasy druhého dílu se ještě výrazněji zaměřily na turisticky málo vytížené oblasti, které nicméně disponují zajímavou architekturou i osobitou atmosférou. Druhý díl zahrnuje čtvrti jako Bubeneč, Troja, Holešovice, Žižkov, Střešovice a Dejvice.

📌 www.prague.eu/prochazky

Téma procházek jsme využili i během jarní domácí kampaně, která proběhla především formou inzerce a outdoorové reklamy. Slogan kampaně: Praha je i Vaše.

Domácí kampaně

V roce 2017 proběhly dvě kampaně zaměřené na domácí cestovní ruch. Jarní kampaň se zaměřila na pěší poznávání méně známých částí Prahy. Zimní kampaň pak prezentovala proslavené pražské vánoční trhy a kouzelnou atmosféru předvánočního města jako důvod k návštěvě.

Další kampaně

Valentýnská kampaň s Deutsche Bahn

V lednu proběhla společná on-line kampaň s Deutsche Bahn na propagaci Prahy jako valentýnské destinace. Propagace se zaměřila na trhy Hamburk, Berlín, Drážďany. Nejlepších výsledků kampaň dosáhla v Hamburku, což je vzhledem k delším pobytům hostů z této destinace pozitivní zjištění.

Top pražské akce

V březnu 2017 rovněž skončila kampaň Top pražské akce z roku 2016, která měla meziroční přesah a jejímž smyslem bylo propagovat sedm největších kulturních, sportovních a zábavních akcí, které se každoročně v Praze konají.

Noc hotelů

Prague City Tourism se rovněž každoročně podílí na akci Noc hotelů, kterou společně pořádají Asociace hotelů a restaurací České republiky, Správa Pražského hradu, Muzeum hlavního města Prahy a Prague City Tourism.



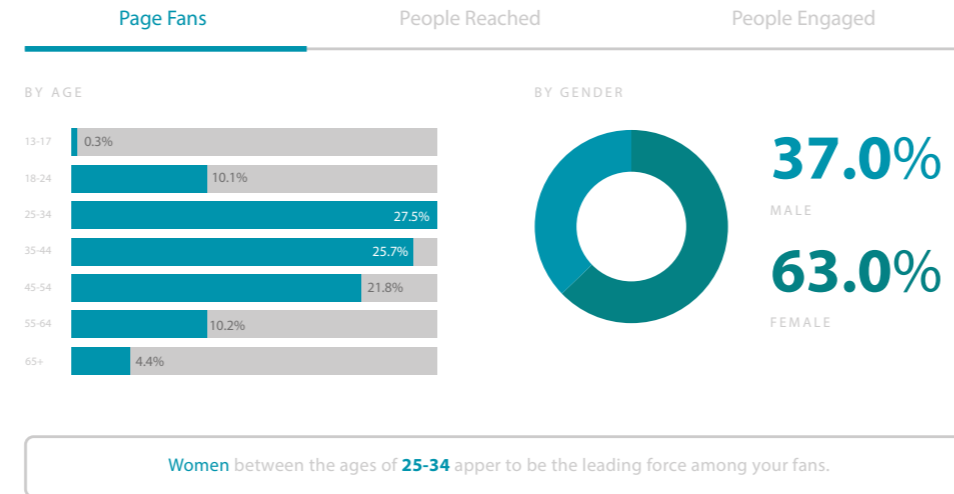
SOCIÁLNÍ MÉDIA

V roce 2017 byla správa profilů @prague.eu na sociálních sítích svěřena nezávislé konzultance Michelle Losekoot, která v předchozím období spravovala korporátní profil Prague City Tourism (ten si do své gesce převzala mluvčí PCT). Angažmá M. Losekoot bylo původně zamýšleno jako provizorní řešení (začátkem roku mělo proběhnout výběrové řízení na nového poskytovatele, ale jeho konání bylo z rozhodnutí MHMP postupně posunuto až na období těsně před koncem roku 2017), takže nakonec šlo o řešení celoroční. M. Losekoot (spolu s marketingovým týmem PCT) pracovala s rozpočtem několikanásobně nižším, než měl předchozí dodavatel služeb (společnosti Havas Prague a MediaCom), avšak i tak se všem spravovaným profilům podařilo dosáhnout vynikajících výsledků jak v dosahu, tak v interakcích i v růstu počtu fanoušků/sledujících na všech spravovaných profilech. (Na výsledky kampaně od února 2018 naváže další poskytovatel služeb, vítěz nového tendru, společnost Nydrle.) Za úspěchem lze vidět především kvalitní původní obsah s vysokou úrovní vizuální složky (profesionální fotografie), konzistentní frekvenci postů a kvalitní community management.

Nejvýraznější je nárůst sledujících i počtu reakcí na Instagramu. Koncem roku 2017 došlo na základě vzájemné dohody ke sloučení obsahově velmi podobných a počtem fanoušků přibližně stejně silných instagramových profilů @Prague.eu a @Praha.eu (profil spravovaný MHMP) pod nový společný profil @CityofPrague, který měl koncem roku **16 568 sledujících** (oproti 3687 na začátku roku).

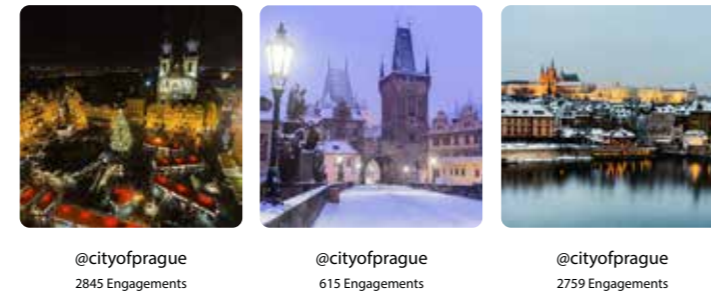
Post	Reactions	Comments	Engagement	Reach
<p>Prague.eu Morning Friends!</p> <p>(Post) by Michelle L. October 15, 2017 9:57 am</p>	31,643	1,169	13.8%	254,845
<p>Prague.eu Whoopee! Travelers' Choice puts Prague in the top 10 world destinations to visit this spring</p> <p>(Post) by Michelle L. May 02, 2017 7:52 pm</p>	28,621	1,130	8.8%	385,310
<p>Prague.eu Watch out, Prague will steal your heart.</p> <p>(Post) July 06, 2017 7:02 pm</p>	24,040	1,011	11.0%	238,515

Facebook Audience Demographics



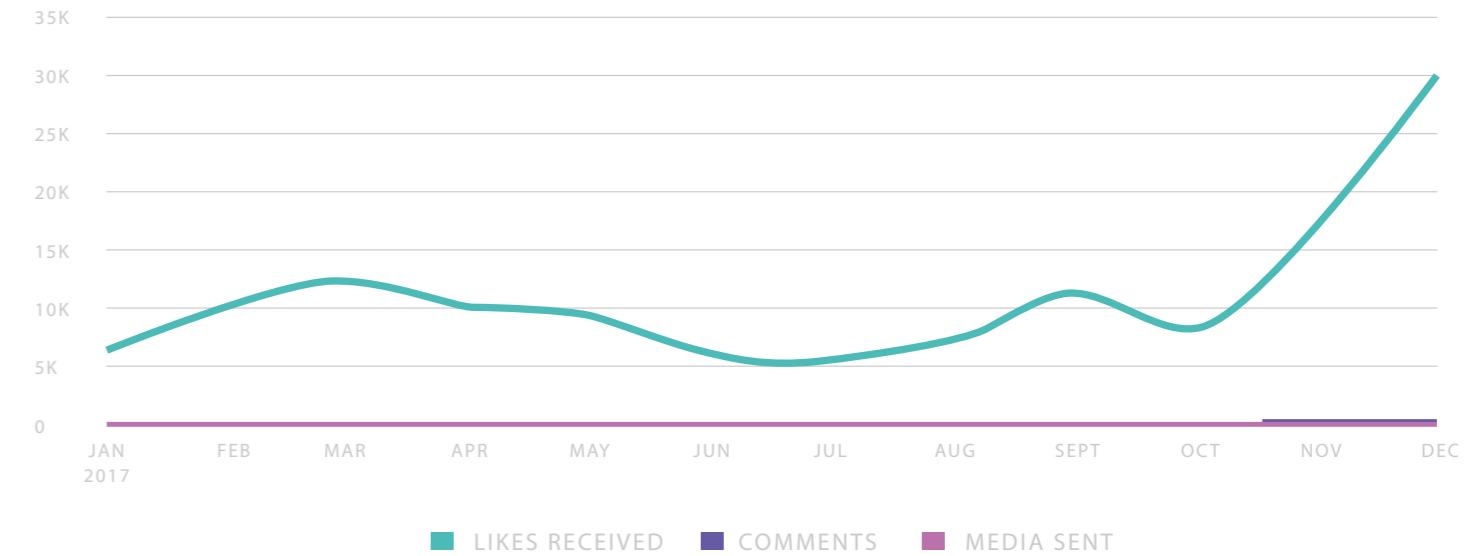
Top Countries	Top Cities
United States: 40,735	London, England, United Kingdom: 4,637
Italy: 35,433	Rome, Lazio, Italy: 3,534
Spain: 24,760	Moscow, Russia: 3,240
Germany: 24,398	Milan, Lombardia, Italy: 3,182
United Kingdom: 19,950	Prague, Czech Republic: 2,760

Instagram Top Posts



Instagram Engagement

AUDIENCE ENGAGEMENT, BY MONTH



Engagement Metrics

Engagement Metrics	Totals
Likes Received	136,483
Comments Received	1,343
Total Engagements	137,826

Engagements per Follower	8.32
Engagements per Media	512.36

The number of engagements increased by
-19,477.6%
since previous date range

The number of engagements per media increased by
-6,668.4%
since previous date range

ZAHRANIČNÍ PRESS A FAM TRIPY

V roce 2017 jsme od zahraničních médií, blogerů a cestovních agentur obdrželi celkem 147 žádostí o podporu a spolupráci při přípravě poznávacích cest do Prahy, včetně 18 poptávek od zahraničních zastoupení CzechTourism. Nejvíce poptávek přišlo z USA, Velké Británie, Německa, Kanady, Itálie, Španělska, Brazílie a Rakouska.

V průběhu roku se PCT podílela na realizaci **95 poznávacích cest** pro zahraniční média, novináře, fotografy a blogery a **15 fam tripů** pro zástupce zahraničních cestovních agentur. Výsledkem této spolupráce je zatím **100 výstupů** (článků v zahraničních tištěných médiích, na blozích, video a rozhlasových reportáží). Nejvýznamnější média, se kterými jsme v r. 2017 spolupracovali, jsou rakouské deníky Oberösterreichische Nachrichten a Kurier, německé Reisejournal, Welt am Sonntag a Frankfurter Allgemeine Zeitung, britské The Daily Telegraph, Sunday People Daily Express a The Independent, z amerických pak především The New York Times.

Úspěšný byl rovněž první press trip pro 6 významných katarských influencerů organizovaný ve spolupráci s Qatar Airways a 4 Instagram takeovers. Výsledkem byla řada výstupů na sociálních sítích. Nejčastějšími tématy, kterým se zástupci zahraničních médií a blogeri věnovali, byla gastronomie, neznámá místa v Praze, umění a Praha jako city break destinace.

DOMÁCÍ MÉDIA

Tiskové oddělení se v roce 2017 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 médiem. V průběhu roku jsme vydali celkem 24 tiskových zpráv, které vygenerovaly přes **250 výstupů v digitálních i tištěných médiích**. Největší ohlas již tradičně vzbudily výsledky statistického šetření, konkrétně čtvrtletní a výroční analýzy návštěvnosti města, statistiky o návštěvnosti pražských památek a turistických cílů i výsledky srovnávací statistiky European Cities Marketing.

Nejplodnější spolupráci se podařilo navázat s deníky MF Dnes, Pražský deník, Blesk, Aha a Metro a s webovými portály prazskypatriot.cz a zakulturou.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 periodikách TTG a COT se zprávy o aktivitách organizace objevovaly pravidelně.

V roce 2017 tiskové oddělení zajistilo placenou propagaci naší činnosti například v titulech vydavatelství KAM po Česku, v deníku Metro, magazínu City (MF Dnes), v časopise pro zahraniční návštěvníky CityMAG a v palubním časopise jídelních a lůžkových vozů Meridian.

Pro rok 2017 si tiskové oddělení také vytklo za cíl aktivně cílit na zahraniční novináře. Prvními kroky, které jsme tímto směrem učinili, jsou pravidelný překlad tiskových zpráv do anglického jazyka a registrace v databázi Help a Reporter Out. Největším dosavadním úspěchem této strategie byl 60minutový rozhovor ve vysílání rádia **Classic FM Johannesburg**.

PODPORA KONGRESOVÉ TURISTIKY

Podpora kongresové turistiky podobně jako každý rok probíhala především ve spolupráci s organizací Prague Convention Bureau. Klíčovou akcí celého roku bylo konání „kongresu kongresů“ **ICCA (International Congress and Convention Association)** v Praze ve dnech 12. - 15. listopadu 2017. Tato akce je nejprestižnějším světovým setkáním profesionálů v kongresovém průmyslu a fakt, že Praha mohla kongres hostit, byl pro ni významnou poctou a uznáním kvalit domácího kongresového průmyslu. Na kongres se sjelo téměř 1300 delegátů z celého světa. Hlavní část kongresu se pořádala v Kongresovém centru Praha, večerní společenské akce se konaly v Paláci Žofín, Fóru Karlín a Průmyslovém paláci na Výstavišti. PCT přispěla organizací turistického programu včetně klasických i netradičně pojatých prohlídek města. Presentaci Prahy na akci zajišťoval stánek PCT s veškerým sortimentem informačních materiálů.



VÝSTAVY, VELETRHY A SPECIÁLNÍ AKCE

Každoročně se účastníme zahraničních a domácích veletrhů se zaměřením na cestovní ruch a MICE. Participujeme na speciálních akcích při kongresech, výročních setkáních a konferencích. V rámci těchto aktivit spolupracujeme s dalšími subjekty cestovního ruchu, např. s A.T.I.C. ČR, agenturou CzechTourism, Magistrátem hl. m. Prahy, PCB, ČSA a dalšími.

VELETRHY S ÚČASTÍ PCT v r. 2017

TUZEMSKÉ VELETRHY

Holiday World, Praha – veletrh cestovního ruchu..... 16. – 19. 2.
Dovolená a Region, Ostrava – veletrh cestovního ruchu 3. – 5. 3.
TravelFest, České Budějovice – veletrh cestovního ruchu..... 6. – 8. 4.
Czech Travel Market, Praha – odborný veletrh cestovního ruchu 25. – 26. 10.

ZAHRANIČNÍ VELETRHY S ÚČASTÍ PCT v r. 2017

ITB Berlin – veletrh cestovního ruchu..... 8. – 12. 3.
WTF Shanghai, Čína – veletrh cestovního ruchu..... 20. – 23. 4.
ILTM Sao Paolo, Brazílie – veletrh cestovního ruchu..... 25. – 28. 4.
IMEX, Frankfurt, Německo – veletrh cestovního ruchu..... 16. – 18. 5.
BITE Peking, Čína – veletrh cestovního ruchu 16. – 18. 6.
WTM London, Velká Británie – veletrh cestovního ruchu..... 6. – 8. 11.
ibtm world, Barcelona, Španělsko – veletrh cestovního ruchu..... 28. – 30. 11.

PARTICIPACE NA AKCÍCH OSTATNÍCH PARTNERŮ v r. 2017

TVG – FTI Corinthia hotel, Praha – výroční setkání zahraničních cestovních kanceláří 25. 3.
Den Evropy, Praha – evropský festival/oslava míru a jednoty v Evropě 4. 5.
ESPGHAN, KCP Praha – lékařský kongres (The European Society for Paediatric Gastroenterology Hepatology and Nutrition)..... 10. – 12. 5.
ESOC, KCP Praha – lékařský kongres (European Stroke Organization) 16. – 18. 6.
ISMB, KCP Praha – akademická konference (Intelligent Systems for Molecular Biology)..... 21. – 22. 7.
ITEP, Plzeň – veletrh cestovního ruchu (prospektový servis) 21. – 23. 9.
FIT Buenos Aires, Argentina – veletrh cestovního ruchu (prospektový servis) 28. – 31. 10.
56th ICCA Congress, KCP Praha – kongres mezinárodní asociace (International Congress and Convention Association) 12. – 15. 11.

SPOLUPRÁCE A PARTNERSTVÍ

Kampaň s národním dopravcem ČSA i nadále propagovala Prahu speciálně obbrandovaným **Airbusem A319**, obdobná forma spolupráce existuje s **Austrian Airlines** a cestovními kancelářemi **Sabtour** a **Vega Tour**, kde byly pražským vizuálem obbrandovány dálkové autobusy obou společností.

Vzájemná spolupráce a koordinace marketingových aktivit s národní turistickou centrálou **CzechTourism** byla realizována prostřednictvím sdílených stánků na veletrzích i účastí na organizaci press tripů a prezentací; pokračovala i marketingová spolupráce s **Letištěm Praha**. Novým partnerem je Středočeská centrála cestovního ruchu.





„Praha je prostě pastva pro oči – a nejlepší výhledy v Praze vás doslova přimrazí. Ať už svou členitou architekturou nebo nádhernými oranžovými střechami rozestými po městě, nebo okouzujícími výhledy z Karlova mostu na velkolepou Svatovítskou katedrálu, která se tyčí nad městem, na každém kroku nás Praha byla schopna zaskočit, pozdržet a uchvátit naše oči.“

Our Escape Clause

TURISTICKÉ SLUŽBY

TURISTICKÁ INFORMAČNÍ CENTRA (TIC) / VISITOR CENTRE

Poskytování turistických služeb patří k jedné ze stěžejních činností Prague City Tourism. V roce 2017 jsme zajišťovali provoz v pěti turistických a návštěvnických centrech v historickém středu města a v obou terminálech pražského mezinárodního letiště. Dvě z našich center (Na Můstku a Terminál 1) již mají mezinárodně srozumitelné označení Visitor Centre.

V průběhu roku 2017 navštívilo TIC 2 150 071 osob a zodpověděli jsme zde 1 233 364 dotazů.

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 mj. poskytujeme:

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

V obou informačních centrech na letišti zastupujeme agenturu **CzechTourism** a **České dráhy**. V rámci této spolupráce jsme v průběhu celého roku prodali jízdenky ČD téměř 30 000 cestujících.

V zájmu zkvalitnění poskytovaných služeb absolvovali pracovníci informačních center řadu školení a přednášek, např. školení Letiště Praha a.s., semináře organizované agenturou CzechTourism, školení na prodej jízdenek ČD aj. Seznamovali se rovněž s novými expozicemi muzejních, památkových a turistických objektů (ZOO Praha, Muzeum hl. m. Prahy, Uměleckoprůmyslové museum, Břevnovský klášter apod.).

Ocenění pro TIC

V soutěži o nejoblíbenější turistické informační centrum kraje Praha za rok 2017, vyhlašované A.T.I.C. ČR a vydavatelstvím KAM po Česku, získalo informační centrum Na Můstku první místo a informační centrum na letišti T1 druhé místo.



CELKOVÝ POČET NÁVŠTĚVNÍKŮ V TIC V LETECH 2010 - 2017



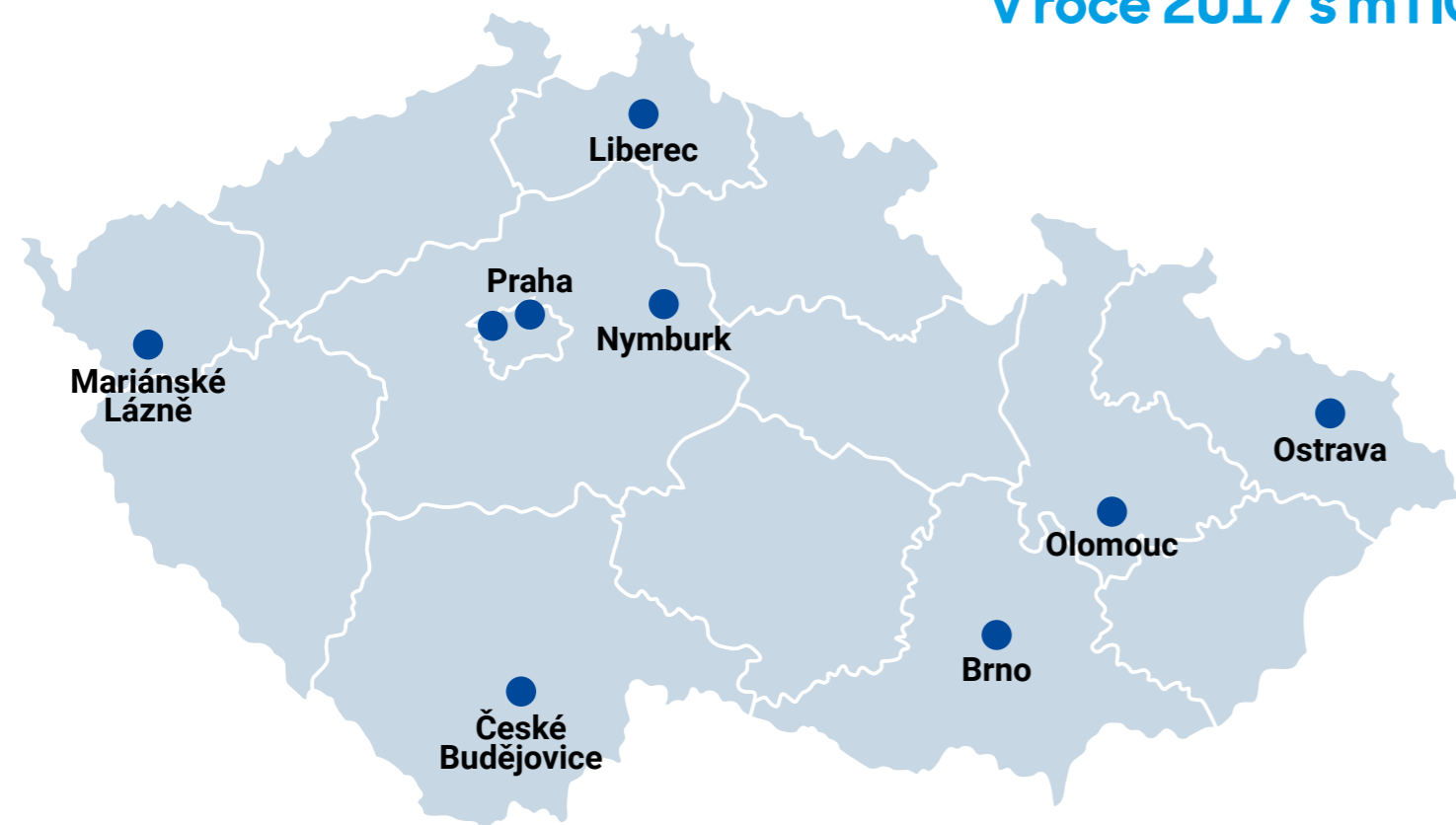
Mobilní turistické informační centrum (mTIC)

Již od roku 2014 provozujeme kromě klasických informačních a návštěvnických center také mobilní informační centrum, které vzniklo přestavbou jedné z našich dodávek. Využíváno je především na výjezdech po České republice, aby přiblížilo Prahu jako destinační cíl pro mnohé zájemce. Objevuje se tak na různých městských slavnostech, volnočasových festivalech, ale také na významných veletrzích cestovního ruchu.

Přehled uskutečněných akcí s mTIC v r. 2017

Dovolená a Region, Ostrava – veletrh cestovního ruchu	3. – 5. 3.
TravelFest, České Budějovice – veletrh cestovního ruchu	6. – 8. 4.
Lodě na Labí, Nymburk – vodní turistika	6. 5.
Otevírání lázeňské sezony, Mariánské Lázně – slavnosti města	13. 5.
Slavnosti města, Olomouc – krajské slavnosti	4. 6.
Liberecký jarmark – slavnosti města	10. - 11. 6.
Piknik v Botanické, Praha – pochod s Klubem českých turistů	18. 6.
Ignis Brunensis, Brno – slavnosti města	24. 6.
Ladronkafest, Praha – festival volnočasových aktivit	9. 9.

Přehled uskutečněných akcí v roce 2017 s mTIC



TURISTICKÝ PORTÁL WWW.PRAGUE.EU

V roce 2017 se opět potvrdil rostoucí trend návštěvnosti webového portálu. Zaregistrovali jsme **rekordní počet 3 528 864 návštěv** (cca o 20 % více než v r. 2016 a průměrně 9700 návštěv denně) **z 227 zemí a správních celků světa.**

Turistický portál je přehledným zdrojem informací nejen pro návštěvníky Prahy. Uživatelé zde kromě památek, muzeí a galerií, nabídky turistických, gastronomických a ubytovacích služeb naleznou denně aktualizovaný kalendář akcí, články na zajímavá témata a mnoho dalších tipů a doporučení. Důraz je kladen také na velké množství fotografií.

V průběhu roku přibyly na oficiálním turistickém portále hl. m. Prahy další **čtyři nové jazykové verze**, a to holandština, hindština, hebrejštiny a arabština. Celkový počet jazykových verzí tak dosáhl unikátního počtu jednadvaceti.

Tematické **landing page** (microsites) zaměřujeme na propagaci sezonních nabídek metropole a na prezentaci našich aktuálních marketingových témat. Ze sezonních témat jsme se v r. 2017 zaměřili na svátek **sv. Valentýna, Velikonoce a Vánoce v Praze**. Z marketingových témat na akci **Noc hotelů** (určeno pro Pražany jako poděkování za to, že se o „své“ město dělí se zahraničními návštěvníky), **pražské kavárny, procházky Prahou** (náměty na vycházky na místa mimo přetížené historické centrum) a na téma **Praha a design**. Koncem roku jsme rovněž připravili speciální landing page **k 100. výročí vzniku Československé republiky**, které bude v roce 2018 dále rozvíjeno jako naše hlavní marketingové téma.

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 **www.prague.eu** v dubnu získal **první místo** v kategorii města a obce Zvláštní ceny ministryně pro místní rozvoj za nejlepší turistickou prezentaci na webových stránkách při soutěži **Zlatý erb 2017**.



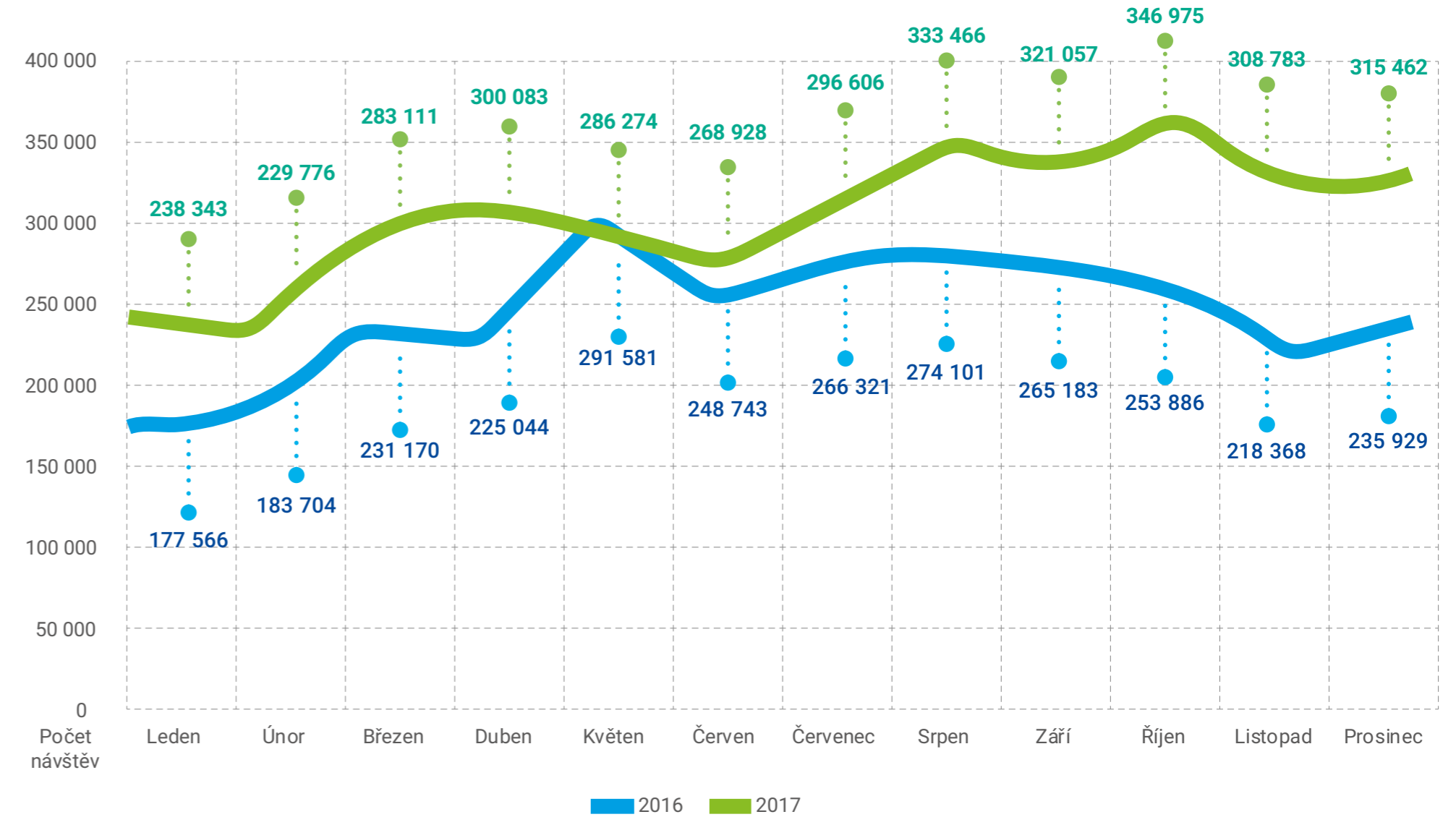
NEJVÝZNAMNĚJŠÍ ZDROJOVÉ ZEMĚ ZA ROK 2017

Země	Návštěvy	Podíl v %
Česká republika	1 443 840	41
Německo	375 203	11
Itálie	256 640	7
USA	164 103	5
Velká Británie	159 829	5
Španělsko	130 973	4
Francie	130 294	4
Rusko	71 448	2
Rakousko	64 479	2
Slovensko	58 809	2
ostatní země a území	673 246	19
Celkem	3 528 864	100

NÁVŠTĚVNOST WEBŮ PRAGUE.EU 2011 - 2017



NÁVŠTĚVNOST WEBŮ PRAGUE.EU PODLE MĚSÍCŮ 2016 - 2017



DISPEČINK PRŮVODCŮ

Dispečink průvodců zajistil v roce 2017 **průvodce pro 1189 akcí**, jichž se celkem zúčastnilo **16 170 osob** (oproti roku 2016 nárůst o 9 akcí a 3770 osob). Pro sektor marketingu bylo zajištěno 30 akcí a VIP akcí bylo celkem 50.

Pokračuje pravidelná spolupráce se státní správou, konkrétně s Ministerstvem zahraničních věcí, Ministerstvem školství, mládeže a tělovýchovy a s Ministerstvem zemědělství i dalšími institucemi.

Pro Ministerstvo obchodu a Ministerstvo pro místní rozvoj zajišťujeme **Dny otevřených dveří**, které se setkávají vždy s velkým ohlasem. Další prohlídky pořádáme pro Městské části (MČ Praha 2, Praha 3, Praha 8). Průvodce poskytujeme rovněž pro akce Protokolu primátorky i pro MHMP obecně (Oslavy Karlova mostu), pro PCB nebo pro pobočky CzechTourismu.

Z větších akcí jsme participovali na organizaci prohlídek pro Privat Bank, Meritis, Komoru daňových poradců, EON, Svaz seniorů ČR nebo program Erasmus Univerzity Karlovy.

S marketingem spolupracujeme na akcích pro novináře (fam tripy). Hlavním bodem letošního roku byla příprava a organizace průvodců na **kongres ICCA** (International Congress and Convention Association).

V zájmu rozšíření nabídky kvalitních průvodcovských služeb jsme od srpna 2017 nově zavedli **sobotní skupinové vycházky** v angličtině a ve vybraných termínech i v němčině, které se setkaly s velkým zájmem, obdobně jako již tradiční velikonoční a vánoční vycházky.

ON-LINE PRODEJNÍ SYSTÉM

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

Tento systém nabízí:

- vstupenky na námi pořádané vlastivědné vycházky
- akreditované průvodcovské kurzy
- Pražskou univerzitu pro každého
- profesionální průvodce Prahou
- merchandisingové předměty
- pražskou turistickou kartu (Prague Card)

V roce 2017 jsme systém rozšířili o nabídku **on-line rezervací** na akce pořádaná MHMP a jeho partnerských subjektů. Jedná se o jednorázové akce se vstupem zdarma a omezenou kapacitou na dobu prohlídky. Zájemce si z pohodlí svého domova rezervuje prohlídku a pořadatel akce od nás elektronicky obdrží finální seznam zájemců. Např. rezervaci na Den otevřených dveří do rezidence primátorky využilo 450 zájemců.

Stále více populární je možnost objednání map a brožur z naší produkce zdarma, resp. pouze za poštovné. Za r. 2017 jsme takto poskytli **83 600 ks map a brožur**, což je o 30 % více než v roce předchozím. Nejvíce zakázek z e-shopu zasíláme po ČR a po Evropě - nejčastěji do Německa, Velké Británie, Španělska, Belgie, Itálie; mimo Evropu pak do USA, Kanady a Mexika.

Pomocí on-line prodejního systému bylo v průběhu roku 2017 úspěšně realizováno téměř **11 000** zakázek, z nichž bylo 67 % vyřízeno on-line. Úspěšně ho využívají i senioři patřící do věkové skupiny 65+. Celkový konverzní poměr e-shopu dosahoval výborných 7,5 %.

Merchandising

V průběhu roku 2017 jsme doplnili sortiment upomínkových předmětů s logem Prahy. Nově jsou v prodeji např. cestovní kufr, sportovní tašky a hygienické taštičky, deštníky se selfie tyčí, chladicí tašky aj. Nejvíce se stále prodávaly magnety, magické hrnky, utěrky na brýle, reflexní pásky. Nadále je rovněž velmi úspěšný prodej hedvábných šátků.

Merchandisingové předměty nabízíme v našich TIC v centru města, na dispečinku průvodců a ve Staroměstské radnici. Kompletní nabídka je i na našem e-shopu.





„Byl to nádherný pátek, když jsem se procházel tímto úžasným městem. Kafe, jídlo, pivo – všechno „tyjó, supr“. A nejlepší nakonec? Architektura. Opravdu si zaslouží všechno to bájení a těm dlážděným ulicím a starosvětským tramvajím jsem totálně propadl.“

Joe Baur, @baurjoe

EDIČNÍ ČINNOST

Tištěné informační materiály z naší produkce jsou důležitou součástí nabídky turistických služeb. Návštěvníkům poskytují základní informace o městě, popř. prezentují marketingová témata pro aktuální sezonu. V neposlední řadě tyto materiály slouží také pro propagaci Prahy jako turistické destinace doma i v zahraničí. **V průběhu roku 2017 jsme vydali celkem 2 158 110 ks turistických informačních brožur, map a letáků, některé až ve 13 jazykových verzích.**

Pravidelné kulturní **čtvrtletníky** mají netradiční formát, který poskytuje dostatek prostoru pro kulturní nabídku na nadcházející období, bohatý obrazový doprovod i řadu článků, v nichž upozorňujeme na zajímavé pražské čtvrti a zákoutí mimo hlavní turistické trasy.

V rozšířeném počtu jazykových verzí, s širším obsahem, přehlednou mapou a množstvím fotografií jsme vydali základní informační brožuru a praktického turistického průvodce v jednom - brožuru **Praha do kapsy**.

Pět pražských procházek 2 tematicky navazuje na stejnojmennou brožuru z r. 2016 a předkládá další sérii pěti vycházek na méně známá, avšak zajímavá místa mimo přeplněné historické centrum, která mají svůj osobitý charakter, historii, architekturu i atmosféru.

Ve spolupráci s Magistrátem hl. m. Prahy a Pražskou organizací vozíčkářů jsme připravili **Čtyři pražské procházky bez bariér** s nabídkou tras historickým centrem, určených pro osoby s pohybovým omezením. Brožura podrobně popisuje terén, přístupové komunikace i důležitá místa na trase.

Nový titul **Pražské kavárny** je průvodcem po současné pražské kavérenské scéně. Nechybí však ani pohled do historie, bohatý obrazový doprovod a praktická mapa. Tato brožura doplnila ediční řadu zaměřenou na pražskou gastronomii.

Brožura **Praha:židovská** přináší přehled nejdůležitějších židovských památek a osobností, slovníček židovských pojmů a historický pohled do více než tisícileté přítomnosti Židů v Praze.

Prague:design je průvodce s řadou zajímavých informací a tipů z oblasti současného českého designu. Součástí je i praktická mapa a přehled nejlepších pražských obchodů, studií a showroomů s českým designem.

Celkový přehled všech vydaných tištěných materiálů včetně nákladu a jazykových verzí je uveden v následující tabulce:

Flyers
 Maps
 Brochures

PŘEHLED TITULŮ VYDANÝCH V ROCE 2017

NÁZEV	NÁKLAD/KS	JAZYKOVÉ VERZE
Jaro v Praze	25,000	CZ, EN
Léto v Praze	25,000	CZ, EN
Podzim v Praze	25,000	CZ, EN
Praha:Zima a Vánoce	25,000	CZ, EN
Staroměstská radnice v Praze	405,000	CZ, EN, DE, FR, IT, ESP, RUS, POL, POR, NED, JAP, KOR, CHI
Praga	5,000	POR
Inbound Tourism in Prague 2016	500	EN
Your Prague	1,400	EN
Prague:Walking Tours	5,000	EN
Staroměstská radnice → Novoměstská radnice	10,000	CZ/EN
Pražská vlastivěda - měsíční program	86,400	CZ
PEXESO - Praha plná památek	2,000	CZ
Mapa města trhací	800,000	CZ/EN/DE/RUS
Pražské kavárny	37,510	CZ, EN, DE
Praha do kapsy	400,000	CZ, EN, DE, FR, IT, ESP, POR, RUS, POL, JAP, KOR, CHI, ARAB
Top akce 2017	25,000	CZ/EN
Pět pražských procházek 2	80,000	CZ, EN, DE, FR, IT, ESP, RUS
Čtyři pražské procházky bez bariér	35,000	CZ, EN, ESP
Praha:židovská	100,000	CZ, EN, DE, FR, IT, ESP, RUS
Prague:design	35,000	CZ, EN, DE
Pět pražských procházek - dotisk	10,000	CZ
Pivní průvodce Prahou - dotisk	20,000	EN
Informace pro průvodce Prahou na sezonu 2017	300	CZ

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.).

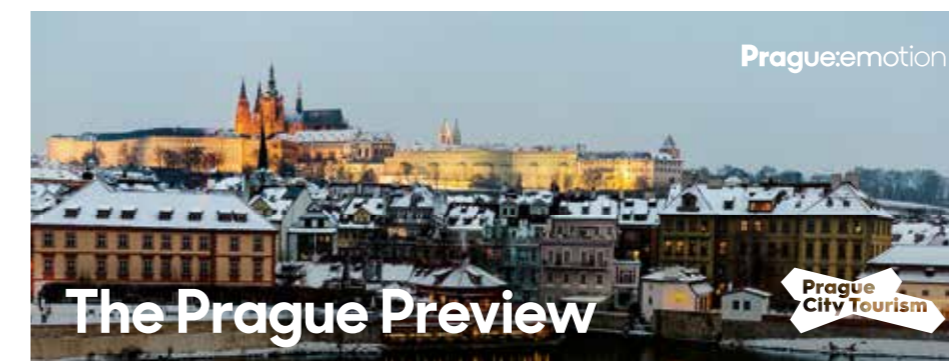
Veškerou produkci v **elektronické podobě** a ke stažení zájemci najdou na turistickém portálu www.prague.eu a na korporátních stránkách www.praguecitytourism.cz. Nabízíme rovněž možnost objednání a následné doručení informačních materiálů prostřednictvím našeho e-shopu.

NEWSLETTERY

Vydáváme 2 druhy elektronických newsletterů:

The Prague Preview je určen pro zahraničí, zejména pro odbornou veřejnost. Vychází 6x ročně, vždy v anglické, německé a ruské jazykové verzi, a přináší aktuální novinky a informace z oblasti kulturního dění v dlouhodobějším horizontu tak, aby pomohl při plánování cest do Prahy. Je zdrojem důležitých informací i pro zahraniční média. Newsletter cíleně rozesíláme na cca 7600 adres, které průběžně doplňujeme a aktualizujeme; další zájemci si jeho zaslání mohou objednat na našich webových stránkách.

Zpravodaj pro incoming a průvodce vychází každý měsíc v české jazykové verzi. Shrnuje novinky, zajímavosti a aktuální informace z oblasti turismu a rovněž informuje o aktuálním kulturním dění v Praze. Věnuje se také aktuálnímu dění v Prague City Tourism. Tento zpravodaj je důležitým pomocníkem pro průvodce Prahou, domácí média i pracovníky v cestovním ruchu.



STAROMĚSTSKÁ RADNICE

Staroměstská radnice patří dlouhodobě k nejoblíbenějším turistickým cílům České republiky a již standardně si zachovává status **nejnávštěvovanější památky** staré Prahy. Trend vzrůstající návštěvnosti, který byl patrný v minulých letech, si národní kulturní památka držela především v prvním čtvrtletí roku 2017, kdy objekt navštívilo o 8,6 % návštěvníků více oproti stejnému období v roce 2016.

S nástupem hlavní turistické sezony provoz i celkovou návštěvnost Staroměstské radnice významnou měrou ovlivnila příprava a samotná realizace stavebních prací. Vyhlídkový ochoz, který je zásadní částí návštěvnického okruhu, byl od 1. června do 17. prosince 2017 veřejnosti zcela uzavřen. Poklesu návštěvnosti, který taková uzavírka znamenala, jsme čelili **marketingovými akcemi** a intenzivní spoluprací s organizacemi působícími v cestovním ruchu (tištěná média, Rakouské dráhy, Booking Experiences). Důsledkem bylo značné navýšení návštěvnosti historických interiérů – vrcholem se stal srpen 2017, kdy reprezentační sály navštívilo rekordních 14 500 osob (téměř 50% nárůst oproti stávajícímu maximu z března 2014).

Abychom turistům zajistili alternativu za uzavřenou vyhlídku, navázali jsme spoluprací s **Novoměstskou radnicí**, díky níž se automatickou součástí vstupenky do interiérů Staroměstské radnice stal i výstup na věž Novoměstské radnice na Karlově náměstí. Tuto nabídku využilo cca 1400 návštěvníků měsíčně.

Jistou formu kompenzace za uzavřený vyhlídkový ochoz věže Staroměstské radnice představoval i značně posílený provoz v interiérech radnice, které zůstaly stavebními pracemi nedotčeny. Turistický provoz interiérů ostatně zasáhly i další změny, které jsou součástí **nové koncepce provozu Staroměstské radnice**, již jsme spustili v dubnu 2017. Návštěvníkům přinesla sjednocení prohlídkových tras – jediná vstupenka tak umožňuje vstup do všech historických prostor objektu, což se rázem projevilo větší návštěvností reprezentačních sálů radnice. Oblíbenou novinkou se staly i jejich volné prohlídky – nezávisle na komentovaných prohlídkách si mohou zájemci prohlédnout sály i bez doprovodu průvodce. Komentované prohlídky dostaly naopak pevnější řád a jejich jazykové varianty větší pravidelnost.

V závislosti na provozních úpravách jsme provedli **upgrade systému mobilních vstupenek** a rozšířili platnost mVstupenky do celé budovy. Velkých změn doznaly i klasické tištěné vstupenky – získaly zbrusu nový vzhled s atraktivní grafikou a novým vizuálem Prahy. Radikální proměnou prošel i **ceník vstupného** – díky sjednocení turistických provozů radnice mohl být zeštíhlen a zpřehledněn; některé z kategorií (školní či rodinné vstupné) jsou nyní cenově výhodnější.

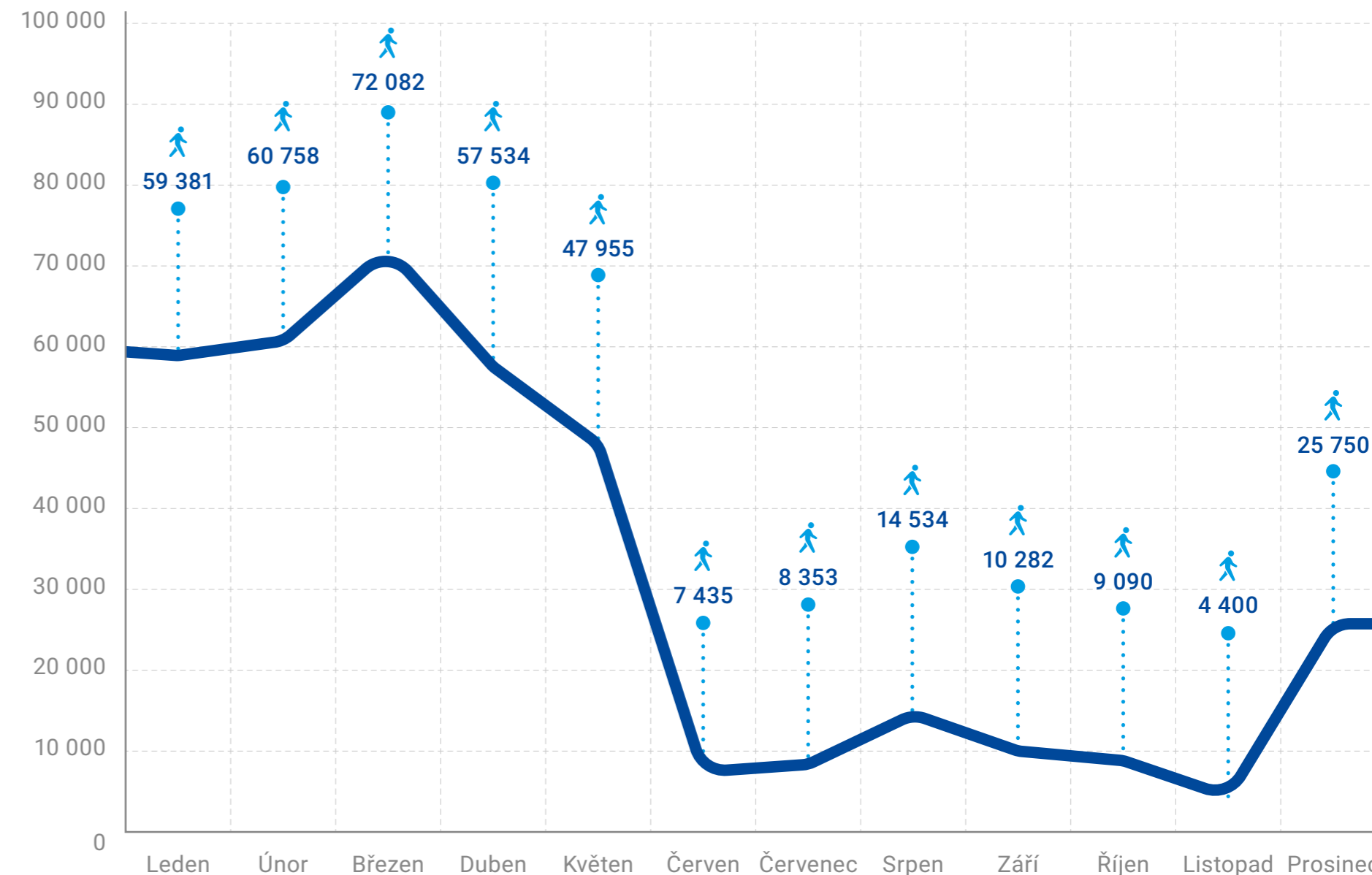
Paralelně s rekonstrukcí fasády věže probíhala oprava schodišťových hal a samotného schodiště. **Generální přestavbou prošla pokladna** ve třetím patře. Zrestaurované prostory

chodeb i dalších interiérů jsme vybavili novým **orientačním a informačním systémem**. Kompletní obnovou prošla i **internetová prezentace Staroměstské radnice**.

V průběhu roku 2017 jsme věnovali pozornost **podpoře akcí** cestovního ruchu (Noc hotelů), dětských akcí (Ledová Praha), akcí s charitativním zaměřením (Na světě nejsme sami, Happy Hearts Fund aj.), TOP pražských akcí (Volkswagen Maraton Praha) nebo výstavních projektů (Czech Press Photo). Upořádali jsme řadu **mimořádných prohlídek** s doprovodným programem pro významné hosty města (např. belgickou královskou rodinu), akcím pro veřejnost pak vévodila **Radnice dokořán 2017**. Třetí ročník dne otevřených dveří již tradičně představil Pražanům i turistům radnici v nevšedním pojetí a rozsahu. Třídenní program otevřel běžně nepřístupné prostory, pamatoval i na probíhající rekonstrukci věže – účastníkům akce jsme ukázali dosavadní výsledky opravy fasády věže i historické artefakty, které byly během prací nalezeny. S velkým ohlasem se setkal **vánoční koncert**, který již tradičně ve svátečním čase v prostorách Staroměstské radnice pořádáme. Slavnostní zážitek zajistili i naši trubači, kteří se ujali produkce **vánočních koled** z oken radnice.



Celkový počet návštěvníků Staroměstské radnice za rok 2017





„Kontaktovali jsme Prague City Tourism a dostali doporučení na prohlídku Staroměstské radnice, a bylo to skvělé! Prohlídka neunaví, je informativní a zábavná. Průvodce byl vtipný a evidentně má rád svou práci. Provedl nás podzemím, přiblížil historii města a budovy samé a ukázal nám báječné obrazy. Součástí prohlídky byla možnost vystoupat až na vrchol věže, skýtající dechberoucí vyhlídku na město..“

Aaron & Emily Edwards, www.lifetravelerstravelinglife.com

PRAŽSKÁ VLASTIVĚDA A VZDĚLÁVÁNÍ

VLASTIVĚDNÉ VYCHÁZKY

Naše osvětová a vzdělávací činnost má dlouholetou tradici a stále se těší velkému zájmu veřejnosti. Program Pražská vlastivěda si klade za cíl vzdělávat a informovat nejen pražskou veřejnost o historickém a stavebním vývoji Prahy. Pořádáme vycházky v historickém centru Prahy i v okolních čtvrtích a příměstských obcích, a to včetně speciálních vycházek s použitím holí pro nordic-walking. **V roce 2017 jsme uspořádali 523 akcí, kterých se zúčastnilo téměř 17 000 osob.** Dále jsme zorganizovali nebo se podíleli na 54 individuálně objednaných akcích.

Průvodci z Pražské vlastivědy také zajistili **Dny otevřených dveří** v Poslanecké sněmovně Parlamentu ČR, na Ministerstvu dopravy ČR a podíleli se na Betlémské kulturní noci. Tradiční je rovněž spolupráce s Městskými částmi Praha 10 a Praha 8.

Na prohlídkách pro veřejnost spolupracuje PCT také s **Národním divadlem** a jeho scénami, s **Rudolfinem** nebo s **Galerií hl. m. Prahy**. Na objednávku pořádáme vycházky pro kluby seniorů, případně školní skupiny. Během roku 2017 byla rozšířena nabídka nejoblíbenější a neobsazovanější vycházky – cyklu zaměřeného na pražské **dvory a dvorky** na Starém Městě a Malé Straně. Rovněž jsme rozšířili nabídku přednášek věnovaných pražským tématům nebo významným osobnostem, které spojily svůj život s hlavním městem. V květnu 2017 byl zakončen oblíbený cyklus vycházek Děti, objevujte památky Prahy II., který mapoval nejvýznamnější pražské stavby.

PRAŽSKÁ VLASTIVĚDA V ČÍSLECH

počet vycházek..... 523
počet návštěvníků 16 938
počet vstupenek prodaných v předprodeji..... 12 523

PRŮVODCOVSKÉ VZDĚLÁVÁNÍ

Zájemci o průvodcovskou činnost si i v roce 2017 mohli vybírat z nabídky akreditovaných kurzů a průvodci z dalšího vzdělávání. V průběhu roku jsme uspořádali 3 kurzy pro zájemce o profesi průvodce - **Průvodce Prahou** a **Průvodce cestovního ruchu**. Ve spolupráci s Židovským muzeem v Praze jsme rovněž zorganizovali 2 kurzy **Průvodce Židovského muzea v Praze** s celkovým počtem 58 posluchačů.

Kromě akreditovaných kurzů jsme také pořádali mezi průvodci velice oblíbené doškolovací akce, jichž bylo 97 s účastí 1878 průvodců. O doškolovací akce pro průvodce Prahou projeví zájem čínští průvodci, pro něž jsme zorganizovali čtyři akce a další byla připravena pro polské průvodce.

Na počátku roku jsme vydali praktickou brožuru **Informace pro průvodce Prahou na sezonu 2017**.

V průběhu celého roku 2017 pokračovala výměna nebo vystavování **průkazů Průvodce Prahou** - celkem bylo vydáno 111 průkazů. Průvodci, kteří požádali o výměnu, případně o nový průkaz, mají možnost zveřejnění své profesionální průvodcovské činnosti na webových stránkách www.prague.eu. Tento proces přispěl k revizi aktivních průvodců a výrazně napomohl zlepšit již tak dobrou komunikaci mezi průvodci a PCT.

V rámci vzdělávání jsme rovněž připravili zkoušku profesní kvalifikace pro průvodce Prahou – PK 65 028 N, které se zúčastnilo celkem 23 uchazečů, z nichž 16 bylo úspěšných. Jeden uchazeč úspěšně absolvoval zkoušku průvodce CR – PK 65 021 N. V rámci zkoušek se uskutečnily také jazykové zkoušky pro průvodce.

PRŮVODCOVSKÉ VZDĚLÁVÁNÍ V ČÍSLECH

počet kurzů 6
počet kurzistů 55
počet doškolovacích akcí 98
počet účastníků doškolování 1897
počet vydaných průkazů Průvodce Prahou 111

PRAŽSKÁ UNIVERZITA PRO KAŽDÉHO

Rok 2017 byl ve znamení 300. výročí narození Marie Terezie, k němuž jsme připravili zvláštní cyklus, který byl pro obrovský zájem opakován i na podzim. Další nové cykly si zájemci z řad široké veřejnosti oblíbili natolik, že se během několika málo dní zcela vyprodaly. Značný úspěch zaznamenal rovněž specializovaný vycházkový cyklus o pražských zahradách.

Pražskou univerzitu pro každého navštěvovalo v **11 nabízených cyklech**, což představovalo **188 akcí**, celkem **709 posluchačů**. Ti měli možnost si pro školní rok 2017/2018 poprvé koupit zvýhodněným způsobem cyklus na oba semestry, čehož využily více než dvě třetiny zájemců. Umožnili jsme rovněž zakoupení cyklů přes e-shop, což se stává preferovanou variantou nákupu. Veškeré informace posluchači získávají přes webové rozhraní.

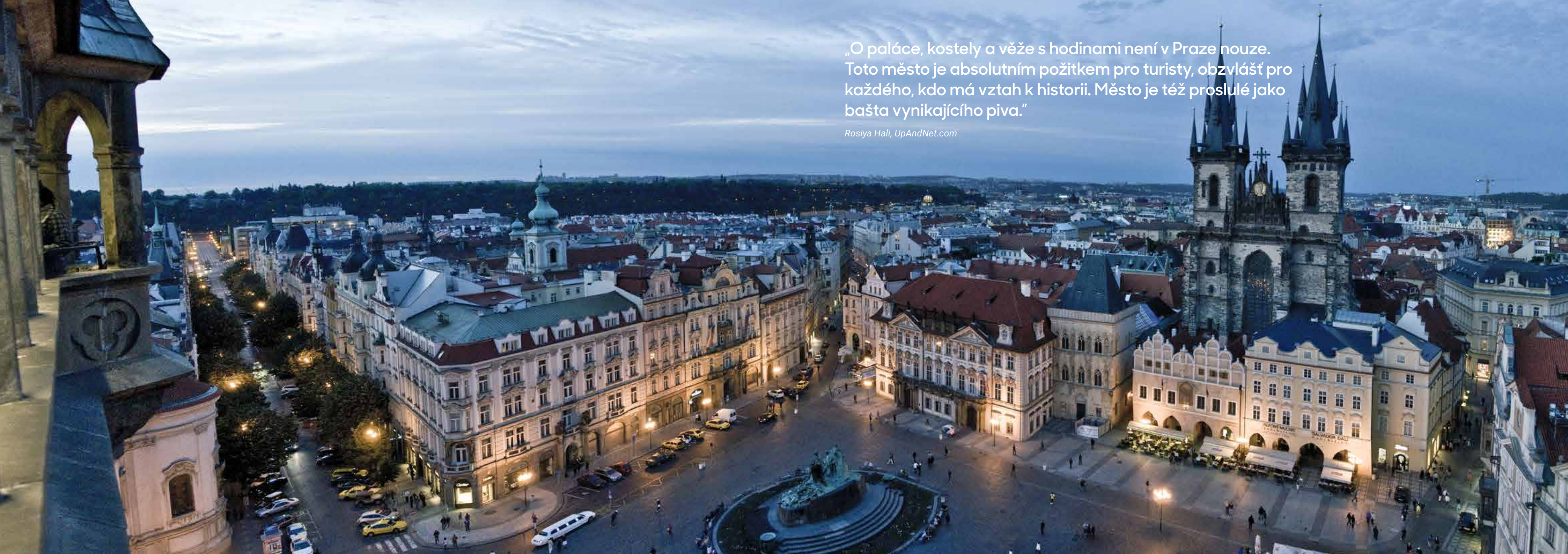
PRAŽSKÁ UNIVERZITA PRO KAŽDÉHO V ČÍSLECH

počet nabízených cyklů..... 11
počet pořádaných akcí..... 188
počet posluchačů..... 709

Knihovna

Pro odbornou veřejnost, průvodce, kurzisty i zaměstnance je k dispozici odborná knihovna s cca 12 000 svazky. Katalog knih je možno nalézt na www.praguecitytourism.cz.





„O paláce, kostely a věže s hodinami není v Praze nouze. Toto město je absolutním požítkem pro turisty, obzvlášť pro každého, kdo má vztah k historii. Město je též proslulé jako bašta vynikajícího piva.“

Rosiya Hali, UpAndNet.com

STATISTIKY A ANALÝZY

V oblasti statistik a analýz jsme v roce 2017 navázali na systematickou činnost z minulých let a pokračovali v soustavném vytváření analýz cestovního ruchu na základě dat zveřejňovaných Českým statistickým úřadem. Dokončen byl stěžejní průzkumný projekt **Příjezdový cestovní ruch v Praze 2014 – 2017** (viz níže). Díky výborné spolupráci s většinou návštěvnických objektů na území hl. m. Prahy vznikl přehled o návštěvnosti pražských památek, atrakcí a významných kulturních akcí za předcházející rok. Významná je i spolupráce s celoevropským rakouským informačním systémem TourMIS, který umožňuje vzájemné porovnávání evropských měst a zemí.

Statistická témata jsou k dispozici v české a anglické jazykové mutaci na www.praguecitytourism.cz.

PRŮZKUM MEZI NÁVŠTĚVNÍKY PRAHY V LETECH 2014 - 2017

V roce 2017 byl úspěšně ukončen a vyhodnocen tříletý průzkumný projekt **Srovnávací analýza v příjezdovém cestovním ruchu v Praze 2014 - 2017**, který Prague City Tourism realizovala ve spolupráci s firmou **GfK Czech**. Nově získané poznatky o motivech, chování a spokojenosti návštěvníků Prahy jsou velmi cenné pro další směřování naší činnosti.

Postupně proběhlo **šest vln terénního šetření** rovnoměrně rozložených do letního a zimního období. Akce se zúčastnilo **9306 respondentů ze 127 zemí**.

Cílem průzkumu

bylo obohatit data získávaná od Českého statistického úřadu o kvalitativní charakteristiky a zjistit zejména:

- co motivuje zahraniční i domácí návštěvníky k cestě do Prahy
- s jakými dalšími městy či místy výlet do Prahy kombinují
- důvody jejich pobytu
- zda přijíždějí individuálně nebo organizovaně
- jaký volí způsob přenocování
- strukturu výdajů a použitých služeb
- zda jsou turisté s návštěvou spokojeni
- co se jim tu nejvíce líbí a co by naopak chtěli zlepšit
- odkud čerpají informace
- jaký mají vztah k využívání moderních technologií během cesty
- zda se do Prahy vracejí.

Metoda a cílová skupina

Cílovou skupinou šetření byli vícedenní i jednodenní, domácí i zahraniční návštěvníci Prahy starší 15 let. Potencionální respondenti byli osloveni pomocí náhodného výběru, aby výsledný soubor byl reprezentativní. Tazatelé se v předem určených 36 lokalitách obraceli na každého třetího turistu, vždy ale jen na jednoho ze skupiny. Použita byla metoda TAPI

(osobní dotazování za pomoci tabletů). Dotazník byl k dispozici ve 12 jazykových verzích, horní kvóta na národnost byla stanovena na 120 osob v jedné vlně.

Demografická struktura respondentů a region trvalého bydliště

Průzkum zachytil názory všech věkových skupin návštěvníků. Nejsilněji byla zastoupena kategorie 20 – 29 let (37 %), která převažuje zejména v zimním období. V létě se posiluje zájem o Prahu i u starší generace a věková struktura je vyrovnanější. Ve zkoumaném vzorku bylo nepatrně více mužů (52 %).

Z pohledu větších územních celků se v průzkumu objevovali v největší míře návštěvníci z Evropy (58 %), následovaní Asijsci (18 %). Kromě nejvýrazněji zastoupených zemí, jakými byly Velká Británie, Německo, Francie, Rusko či USA, se vyhodnocovaly i názory účastníků z exotických zemí, např. z Madagaskaru, Trinidadu a Tobaga, Eritrey nebo Kyrgyzstánu.

Hlavní cíl cesty

Nejobvyklejší variantou chování návštěvníků byla cílená cesta pouze do Prahy (58 %). Přibližně třetina hostů se kromě Prahy vypravila i do dalšího města, resp. místa v Evropě, přičemž nejčastěji si zvolili některou z blízkých metropolí - Vídeň, Budapešť nebo Berlín. 8 % turistů spojilo návštěvu Prahy s jinou destinací v České republice, nejčastěji s Českým Krumlovem, Karlovými Vary, Brnem nebo Kutnou Horou.

Pořadí a organizovanost cesty

Převážná většina hostů (71 %) navštívila Prahu poprvé. Naopak každý více než desátý respondent zde již minimálně čtyřikrát byl. V nejhojnějším počtu se kromě rezidentů vracejí hosté ze sousedních zemí – Slováci, Němci a Poláci.

Praha obecně více láká individuální turisty – cestu si v 88 % zorganizovali sami hosté, popř. někdo z jejich rodiny nebo přátel. Pokud návštěvníci přicestovali organizovaně, pak nejčastěji se zahraniční cestovní kanceláří (8 %).

Hlavní důvod a pohnutka cesty

Praha je jednoznačně městem, které v první řadě přitahuje milovníky architektury, historie a památek. Pro 71 % respondentů je právě toto hlavní důvod cesty a všechny ostatní důvody se vyskytovaly až s výrazným odstupem.

Nejčastější pohnutkou pro cestu do Prahy byla pro 43 % hostů doporučení příbuzných a známých, 16 % dotazovaných sem přilákala lokace (šikovní poloha města) a 13 % přijelo opakovaně na základě vlastní dobré zkušenosti z minulé návštěvy.

Délka pobytu a způsob přenocování

Praha rozhodně nepatří mezi města, která nerezidenti opouštějí již v den příjezdu. 97 % hostů zde alespoň 1x přenocovalo. Téměř polovinu z jednodenních návštěvníků tvořili Češi.

Pro přespání turisté v Praze nejčastěji využívají hromadná ubytovací zařízení (77 %). 17 % preferovalo pronájem pokoje, bytu apod. v soukromí, 5 % nocovalo u známých či příbuzných. Jen půl procenta návštěvníků upřednostnilo pobyt u cizích osob zdarma (např. Couchsurfing).

Informační zdroje a využívání moderních technologií

Bezkonkurenčně nejrozšířenějším informačním zdrojem před cestou do Prahy byl ve všech vlnách dotazování internet. Vyhledávaly na něm více než tři čtvrtiny hostů (76 %). 62 % návštěvníků využilo cestovatelské portály nebo sociální sítě, 43 % pak oficiální webové stránky Prahy, ČR apod. Přibližně třetina hostů si nechala poradit od přátel či příbuzných, kteří Prahu navštívili dříve, téměř každý čtvrtý respondent čerpal inspiraci v tištěném průvodci.

Po příjezdu do Prahy většina hostů (67 %) získávala informace elektronicky (mobilní telefon, tablet apod.). Nemálo návštěvníků však stále využívá tradiční papírové informační zdroje – více než polovina se orientovala podle papírové mapy a 28 % čerpal z knižních průvodců či tištěných brožur. Téměř třetině turistů poskytl znalosti místní profesionálové v cestovním ruchu.

Nejaktivnějšími uživateli mobilních telefonů a internetu jsou lidé ve věku 30 – 49 let, ti, kdo přijeli do Prahy obchodně, a obecně Češi.

Spokojenost se službami

Celkem bylo návštěvníkům Prahy předloženo k posouzení devět druhů služeb, jejichž hodnocení vyznělo převážně pozitivně. Praha je turisty oceňována jako bezpečné a čisté město s dobře fungující městskou hromadnou dopravou, kvalitními informačními centry a erudovanými průvodci.

Výdaje

Během vlastního pobytu v Praze (tedy po odpočítání výdajů na cestu) vydali hosté průměrně 7799 Kč, což činilo po přepočítání na den 1688 Kč. Hlavní položku ve struktuře výdajů představovalo ubytování (822 Kč/den) a stravování (530 Kč/den). Jednoznačně nejvelkorysejší útratu ponechali v českém hlavním městě hosté z Ruska.

Oblíbená místa

Turisté Prahu často s nadšením hodnotili jako krásné město s úžasnou atmosférou a historií, s rozsáhlou kulturní nabídkou a množstvím zachovalých unikátních památek. Místům, která návštěvníky nejvíce okouzila, vévodí Karlův most a Pražský hrad. Hosty velmi zaujalo i Staroměstské náměstí a z městských částí především Staré Město.

Návrat do Prahy

Díky vysoké spokojenosti s návštěvou se 84 % hostů chce do českého hlavního města podívat znovu. Toto přání deklarovaly alespoň tři čtvrtiny respondentů ze všech regionů. Jen necelá 3 % návštěvníků se do Prahy spíše nebo rozhodně vracet nechtějí.

Základní výsledky projektu jsou k dispozici na stránkách www.praguecitytourism.cz.



ROK 2017 V ČÍSLECH PRAGUE CITY TOURISM

3 528 864	návštěv na www.prague.eu z 227 zemí a správních celků světa
2 158 110	ks vydaných turistických brožur, map a letáků
2 150 071	návštěvníků turistických informačních a návštěvnických center
1 233 364	zodpovězených dotazů v turistických informačních centrech
377 554	návštěvníků Staroměstské radnice
214 611	fanoušků na Facebooku Prague.eu
83 600	ks tištěných turistických materiálů objednaných přes e-shop
24 997	fanoušků na Facebooku Prague City Tourism
16 938	návštěvníků vlastivědných vycházek
12 000	svazků v odborné knihovně PCT
9668	návštěv denně na portálu www.prague.eu (průměr)
7600	prodaných merchandisingových předmětů
3843	vyřízených písemných a telefonních dotazů
1189	akcí zajištěných dispečinkem průvodců
709	účastníků Pražské univerzity pro každého
563	vyřízených objednávek z e-shopu
523	uspořádaných vlastivědných vycházek
388	účastníků fam tripů a press tripů
250	výstupů v tištěných a digitálních domácích médiích
111	vydaných průkazů Průvodce Prahou
110	fam tripů a press tripů, na nichž se PCT podílela
98	doškolovacích akcí pro průvodce
21	jazykových verzí má turistický portál www.prague.eu
11	veletrhů v ČR i v zahraničí s účastí PCT
5	turistických informačních a návštěvnických center ve správě PCT



HOSPODAŘENÍ PRAGUE CITY TOURISM V ROCE 2017

HLAVNÍ ČINNOST

Hlavní činností Prague City Tourism (PCT) v roce 2017 byla pokračující všeobecná propagace Prahy jako atraktivní turistické destinace, a to směrem do zahraničí i do ČR. V jejím rámci probíhala i komunikace specifických témat zaměřených na opakované návštěvníky a na jejich motivaci k návštěvě městských částí mimo historické centrum. Zásadní význam měla marketingová komunikace na internetu a na sociálních sítích (Facebook, Twitter, Instagram, Pinterest). Velmi důležitý byl rozvoj vlastních webových stránek do 21 jazykových mutací, včetně zlepšené optimalizace pro mobilní zařízení, stále zlepšování a rozšiřování obsahu a podpora návštěvnosti.

Významná byla i publikační činnost, zejména vlastní edice specializovaných průvodců, map a informačních brožur či letáků, které jednak informují a dále mají také potenciál ovlivnit způsob, jakým návštěvníci tráví čas v hlavním městě během stávajících či budoucích návštěv. Dle průzkumu se nechá ovlivnit 55 % návštěvníků. Se službami návštěvníkům úzce souvisí činnost turistických a návštěvnických informačních center PCT, jež v průběhu roku 2017 navštívilo 2 150 071 lidí.

V červnu 2017 začaly opravy ve Staroměstské radnici, které na téměř 7 měsíců uzavřely věž. Rozpočet byl stanoven z hlediska tržeb ve variantě, která počítala s tím, že lidé místo prohlídky radniční věže budou chodit do interiérů radnice. Toto očekávání se díky marketingovým kampaním naplnilo a počet návštěvníků do sálů byl vyšší (někdy i dvojnásobně) oproti stavu před opravou. Od 1. 4. zde organizace sjednotila vstupné (jedna vstupenka do třech prostor). Věž byla pro veřejnost opět otevřena 18. 12. 2017.

Hlavní témata propagace v roce 2017 byla následující: design a móda v Praze, pražská kavárenská kultura, pražská architektura městských čtvrtí mimo historické centrum a romantika. Téma designu a módy zapadá do dlouhodobé koncepce tematických průvodců a navíc se jedná o kulturní téma univerzálně zajímavé pro většinu trhů. Totéž platí o tématu kaváren, které navazovalo na dosavadní sérii gastronomicky zaměřených průvodců, jež se setkávají s velkým úspěchem. Cílem nové série pražských procházek (první vyšla v roce 2016) bylo motivovat návštěvníky k výpravám mimo historické centrum Prahy, neboť i zde se nachází řada pozoruhodných míst a architektonických památek. Ve spolupráci s Magistrátem hl. m. Prahy a Pražskou organizací vozíčkářů jsme připravili Čtyři pražské procházky bez bariér.

Z finančního pohledu byl rok 2017 úspěšný, protože se nám podařilo ufinancovat chod organizace i přes uzavření věže Staroměstské radnice. Tržby z této významné památky, která patří se svými 91 % tvorby všech příjmů mezi naše nejdůležitější příjmy, nám klesly o 40 %. Aby organizace předešla ještě větším ztrátám z tržeb, podepsala smlouvu s Novoměstskou radnicí. Po dobu oprav radniční věže byl automatickou součástí vstupenky

do Staroměstské radnice výstup na věž Novoměstské radnice na Karlově náměstí. Toto opatření zajistilo, že vstup do Staroměstské radnice byl pro návštěvníky i přes uzavřenou věž nadále atraktivní. Díky spolupráci s Novoměstskou radnicí tak nebylo třeba snižovat výši vstupného do Staroměstské radnice.

Na konci září PCT obdržela od MHMP jako navýšení neinvestiční příspěvek ve výši 18 670,2 tis. Kč na pokrytí ztráty z věže, z níž organizace vyčerpala jen 10 867,66 tis. Kč. Předpokládaná plánovaná ztráta byla mnohem vyšší. Na tento pozitivní stav měly vliv tyto události: k 1. 4. 2017 jsme sjednotili vstupenky do celého objektu Staroměstské radnice, věž byla uzavřena až 1. 6. 2017 a protože jsme byli celý rok v úsporném nákladovém režimu, **ušetřili jsme 21 mil. Kč nákladů** oproti roku 2016.

DOPLŇKOVÁ ČINNOST

Doplňková činnost organizace byla v roce 2017 provozována s kladným hospodářským výsledkem, a to ve výši 1 163 tis. Kč.

Produkt Prague Card (PK) má 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 Pražské karty byly ve výši 46 696 tis. Kč a prodalo se 52 089 kusů. Od dubna 2017 byla zvýšena cena PK a byl upraven systém provize mezi PCT a Hello Prague.

Celková výše tržeb za rok 2017 je 63 063 tis. Kč, z čehož je 46 696 tis. Kč tržeb ze samotné Prague Card.

Celková výše nákladů v doplňkové činnosti za rok 2017 je 61 900 tis. Kč. Z nejvyšších nákladových položek musíme uvést spotřebované nákupy, a to položku prodané zboží - jedná se o kartu Prague Card včetně nákupu jízdného MHD.

Vzhledem k ziskovosti realizovaných aktivit má PCT oproti roku 2016 nižší zisk. Od ledna 2017 došlo dle směrnice k úpravě klíčování nákladů mezi hlavní a doplňkovou činností. Jedná se o přesnější rozdělování nákladů u středisek turistická informační centra. Dále klesly tržby z nájemného, protože jsme na začátku roku 2017 museli vypovědět smlouvy kvůli opravám Staroměstské radnice. Tím zde klesly i tržby z prodejních předmětů.

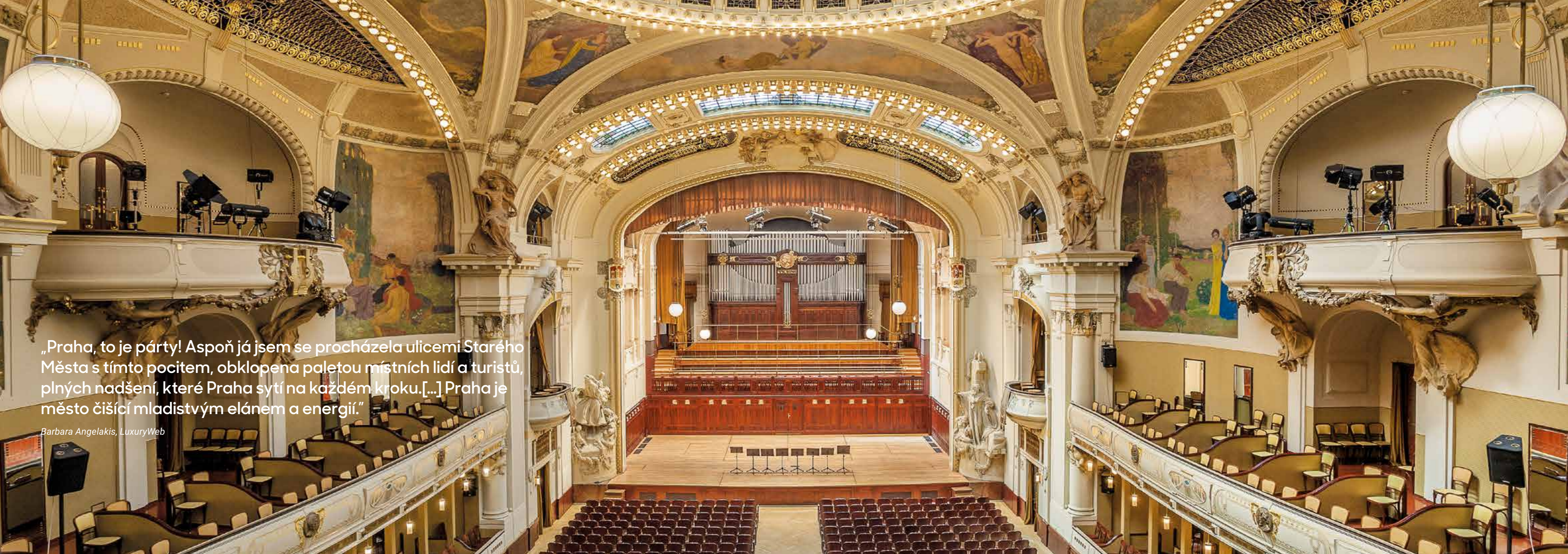
Rozbor hospodaření PCT za rok 2017

Hlavní činnost

	v tis. Kč			
	Schválený plán 2017	Upravený plán k 31.12.2017	Skutečnost k 31.12.2017	Skutečnost k 31.12.2016
VÝNOSY CELKEM	51 000,0	52 500,0	55 935,0	91 443,0
Výnosy z vlastních výkonů a zboží	46 500,0	52 468,0	55 731,0	86 511,0
Ostatní výnosy	4 500,0	0,0	173,0	3 281,0
Finanční výnosy	0,0	32,0	31,0	1 651,0
NÁKLADY CELKEM	77 940,5	125 543,0	92 680,0	113 575,0
Spotřebované nákupy	4 700,0	8 200,0	6 497,0	4 540,0
Služby	12 240,5	50 054,7	29 173,0	40 108,0
z toho: cestovné	800,0	630,0	621,0	678,0
náklady na reprezentaci	250,0	250,0	250,0	242,0
Osobní náklady	40 000,0	43 482,3	40 775,0	39 289,0
z toho: platy zaměstnanců	22 995,0	25 560,9	23 785,0	22 295,8
ostatní osobní náklady	7 200,0	7 095,0	6 555,0	6 959,0
Daně a poplatky	300,0	300,0	266,0	343,0
Ostatní náklady	4 000,0	4 836,0	4 835,0	7 692,0
z toho: smluvní pokuty a úroky z prodlení	0,0	2,0	1,0	0,0
jiné pokuty a penále	0,0	0,0	0,0	3,0
manka a škody	0,0	0,0	0,0	0,0
Odpisy, rezervy a opravné položky	3 700,0	5 530,0	5 236,0	4 048,0
z toho: odpisy jako zdroj 416	3 200,0	3 200,0	3 196,0	3 587,0
odpisy kryté státní dotací (403/672)	0,0	0,0	0,0	0,0
Finanční náklady	0,0	140,0	139,0	0,0
Daň z příjmů	13 000,0	13 000,0	5 759,0	17 555,0
Výsledek hospodaření (výnosy - náklady)	-26 940,5	-73 043,0	-36 745,0	-22 132,0
Neinv. příspěvek z rozpočtu zřizovatele	23 945,5	70 048,0	70 048,0	38 507,0
Neinv. přisp. prostřednictvím rozpočtu zřizovatele	0,0	0,0	0,0	0,0
Ostatní dotace mimo rozpočet zřizovatele	0,0	0,0	0,0	0,0
Výsledek hospodaření celkem	-2 995,0	-2 995,0	33 303,0	16 375,0

Doplňková činnost

	v tis. Kč	
	Schválený plán 2017	Skutečnost k 31.12.2017
VÝNOSY CELKEM	61 000,0	63 063,0
NÁKLADY CELKEM	59 000,0	61 900,0
Spotřebované nákupy	50 710,0	49 913,0
Služby	3 850,0	4 892,0
Osobní náklady	3 150,0	5 153,0
z toho: mzdy a platy (bez 00N)	2 090,0	3 148,0
ostatní osobní náklady	270,0	665,0
Daně a poplatky	20,0	57,0
Ostatní náklady	650,0	1 153,0
Odpisy, rezervy a opravné položky	270,0	420,0
z toho: odpisy jako zdroj 416	220,0	221,0
odpisy kryté státní dotací (403/672)	0,0	0,0
Finanční náklady	0,0	9,0
Daň z příjmů	350,0	303,0
Výsledek hospodaření (+ zisk, - ztráta)	2 000,0	1 163,0



„Praha, to je párty! Aspoň já jsem se procházela ulicemi Starého Města s tímto pocitem, obklopena paletou místních lidí a turistů, plných nadšení, které Praha sytí na každém kroku.[...] Praha je město čišící mladistvým elánem a energií.“

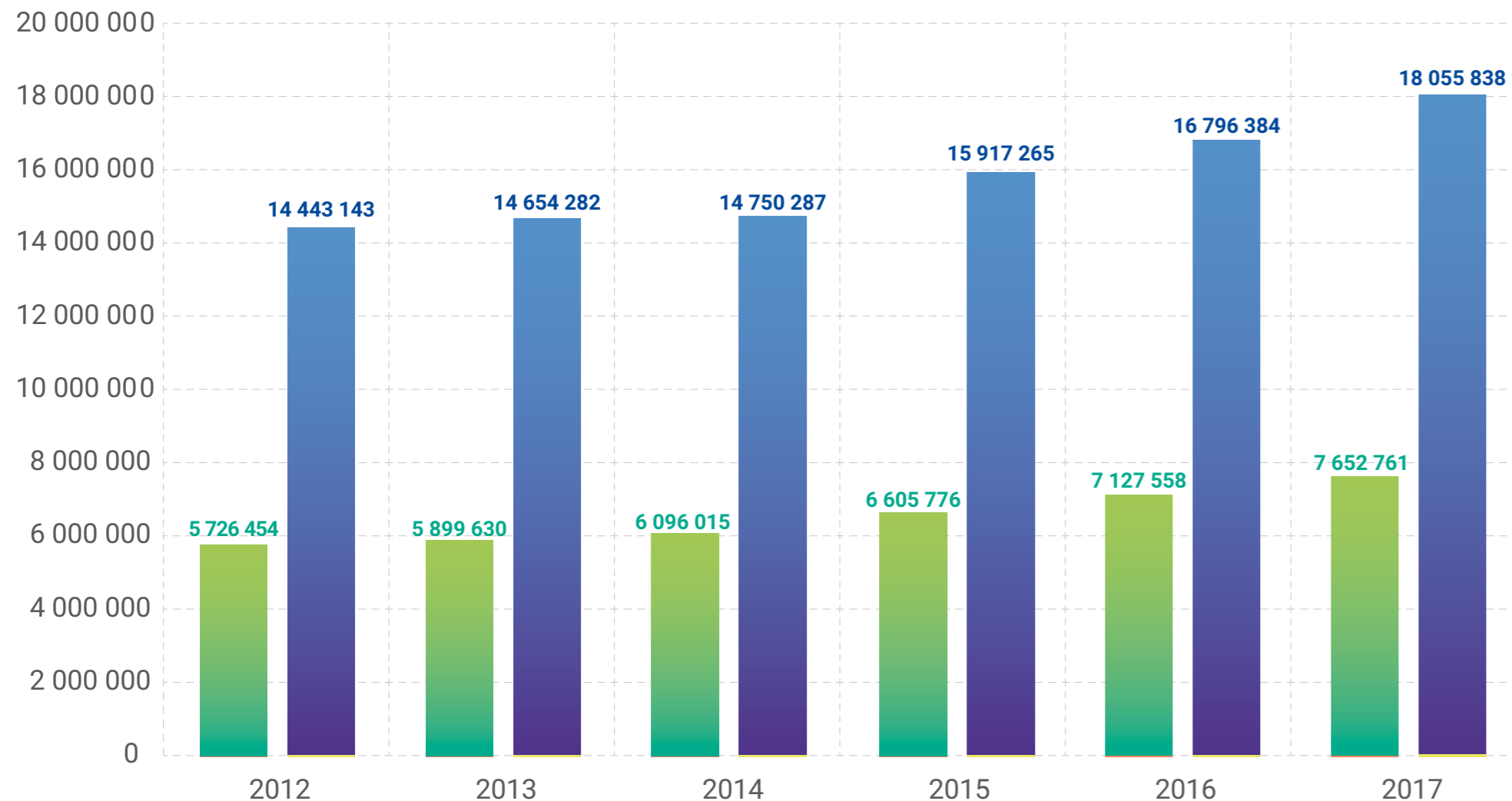
Barbara Angelakis, LuxuryWeb

PŘÍJEZDOVÝ CESTOVNÍ RUCH V PRAZE V ROCE 2017

Praha již po páté 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 2017 proběhl především ve znamení **velkého návratu návštěvníků z Ruska a stále vyšší poptávky ze strany Jihokorejců a Číňanů**. Praha se stala tradičně nejnavštěvovanějším městem i krajem České republiky.

Do pražských hotelů, penzionů, hostelů, ubytoven a kempů přijelo v průběhu roku **7 652 761 hostů**, kteří zde strávili **18 055 838 nocí**.

■ HOSTÉ
■ PŘENOCO VÁNÍ



Stejně jako v předchozích letech převažovali **návštěvníci ze zahraničí**, kterých bylo **6 562 518 (85,8 %)**, **rezidentů** se v evidovaných ubytovacích zařízeních zaregistrovalo **1 090 243 (14,2 %)**.

Celkový počet návštěvníků v hromadných ubytovacích zařízeních **vzrostl meziročně o více než půl milionu osob (7,4 %)**. Ve srovnání s rokem 2016 přibýlo 451 756 (7,4 %) nerezidentů, domácích hostů pak 73 447 (7,2 %), což znamená, že cizinci se na celkovém přírůstku podíleli 86 %.

Návštěvnost měla stoupající tendenci v průběhu celého roku, během druhého i třetího čtvrtletí přesáhla hranici dvou milionů hostů a v posledním kvartále se jí výrazně přiblížila. Nejvíce příjezdů bylo zaznamenáno v srpnu a v červenci (v obou měsících cca 770 000 hostů), oproti tomu první dva měsíce roku si pro cestu do českého hlavního města zvolilo vždy jen přibližně 400 000 návštěvníků.

Nejvyššího přírůstku počtu hostů (+104 234 osob) dosáhla Praha v dubnu, a to zejména kvůli termínu Velikonoc, který v r. 2017 připadl právě na čtvrtý měsíc roku.

Zatímco nerezidenti obecně preferovali období léta (s výjimkou např. Rusů, kteří upřednostňují prosinec a leden), návštěvníci z ostatních krajů České republiky jezdili do hlavního města již tradičně zejména během podzimu (nejvíce v listopadu).

Při vydělení Ruska jako samostatné oblasti činil podíl Evropanů na celkové návštěvnosti ze zahraničí 62,4 %, podíl Asijců 18,3 %, podíl Severní Ameriky 8,4 %. Na Rusy připadá 5,9 %, na Jižní a Střední Ameriku 2,9 %. Z regionu Austrálie, Oceánie a Nový Zéland přicestovalo 1,4 % a z Afriky 0,6 % hostů.

Asijců přibýlo meziročně 19,1 %, tedy téměř 200 000, samotných Rusů 108 424 (38,6 %) a Evropanů 109 725 (2,8 %). Podíl Asie se tak v porovnání s rokem 2016 navýšil o 1,8 %, podíl Evropy naopak o 2,8 % poklesl.

Složení zemí TOP 10 podle počtu příjezdů zůstává totožné s rokem předchozím, pouze uvnitř této skupiny došlo k posílení pozic Ruska, Jižní Koreje a Číny.

Přibližně každý pátý Evropan přicestoval z Německa, podíl této země činil s 913 950 návštěvníky 13,9 % z celkového počtu zahraničních hostů. Druhé místo mezi nerezidenty patří USA (7,2 %), třetí Spojenému království (6,1 %).

Během celého roku 2017 výrazně stoupala návštěvnost z Ruska, přičemž tento jev byl nastartován již na podzim r. 2016. Celkový přírůstek počtu ruských hostů dosáhl na 38,6 %. Z ostatních částí Evropy přibývalo zejména Němců (36,6 tisíce), Italů (20,5 tisíce), Švédů a Ukrajinců (u obou cca 15 tisíc).

Téměř polovina z 1,2 milionu Asijců přicestovala z Jižní Koreje (+26,8 %) nebo z Číny (+25,9 %). Zajímavé jsou i přírůstky Indů (+27,7 %) a Tchajwanců (+19,2 %). Počínaje květnem

se začala pozitivně vyvíjet též návštěvnost z Japonska (+8,6 %).

Z 55 sledovaných zemí a území zaznamenal ČSÚ u 39 z nich přírůstky a u 16 z nich úbytky počtu příjezdů do Prahy.

Celkový počet přenocování překonal hranici 18 milionů noclehů, z čehož 16 132 282 (89,3 %) připadá na nerezidenty a bezmála 2 miliony (10,7 %) na návštěvníky z České republiky. Ve srovnání s rokem 2016 se počet přenocování **navýšil o 1 259 454 noclehů (7,5 %)**. Více než jeden milion z celkového přírůstku počtu přenocování si na konto připsali zahraniční hosté, 144 875 nocí pak rezidenti.

Nejvíce nocí (2 099 753) v Praze strávili **návštěvníci z Německa**. Jejich podíl na celkovém počtu přenocování zahraničních hostů činil 13 %. Druhá příčka podle počtu přenocování patří Rusku (1 501 617), více než milion noclehů realizovali v Praze i hosté z USA a Spojeného království.

Rusko po dvouletém nepříznivém vývoji opětovně výrazně vylepšilo svoji pozici na základě enormního bezmála půlmilionového nárůstu počtu přenocování (+47 %) a posunulo se z loňského čtvrtého místa v celkovém žebříčku nerezidentů na druhé. 38,1 % z celkového přírůstku počtu přenocování připadá právě na Rusy.

Nově se mezi 10 zeměmi s nejvyšším počtem přenocování (bez započítání rezidentů) letos objevily Jižní Korea a Čína, u kterých nárůst překročil 20 % (tedy 90 000 nocí).

Hosté z Evropy se na celkovém počtu přenocování nerezidentů podíleli 61,7 %, na Asijce připadá 15,8 %, na Rusy vzhledem k nadprůměrně dlouhé délce pobytu 9,3 %, na návštěvníky ze Severní Ameriky 8,3 % a z Jižní a Střední Ameriky 2,9 %.

Celková průměrná délka pobytu dosáhla na 2,4 noci. Průměr u rezidentů činil 1,8 noci, u hostů ze zahraničí 2,5 noci. Mimořádnou délkou pobytu již tradičně vynikali Rusové (3,9 noci) a Izraelci (3,3 noci). Pouze krátký čas věnovali návštěvě Prahy Jihokorejci (1,7 noci) a Číňané (1,8 noci).

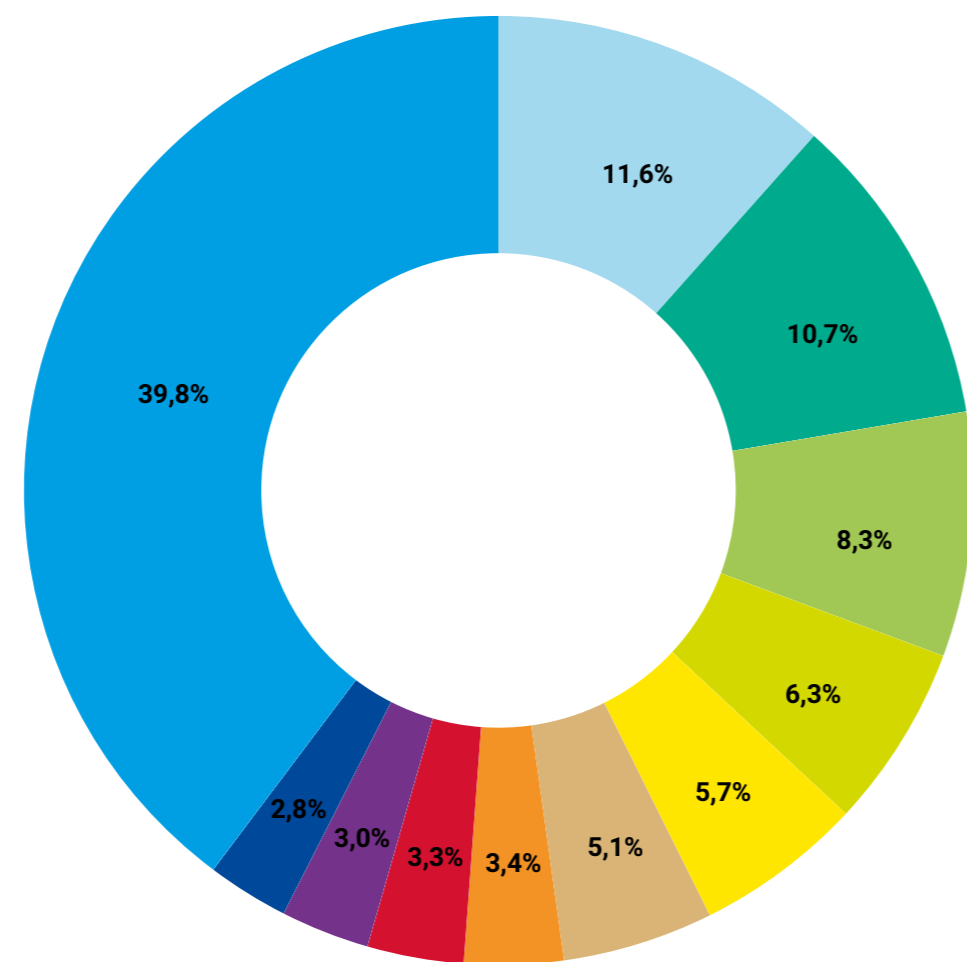
Celkovou **ubytovací kapacitu** Prahy tvořilo **787 ubytovacích zařízení**, z nichž bylo 526 hotelů, 94 penzionů, 20 kempů, 48 turistických ubytoven a 99 ostatních zařízení. Praha tak v průběhu roku 2017 disponovala 41 617 pokoji, 90 891 lůžky a 1096 místy pro stany a karavany. Tříhvězdičkových hotelů bylo 39,9 %, čtyřhvězdičkových 41,4 % a pětihvězdičkových 8,7 %.

Čisté využití lůžek meziročně vzrostlo na **67 %** a využití pokojů na **69,5 %**. Nejvyšší míru využití pokojů vykazují pětihvězdičkové hotely.

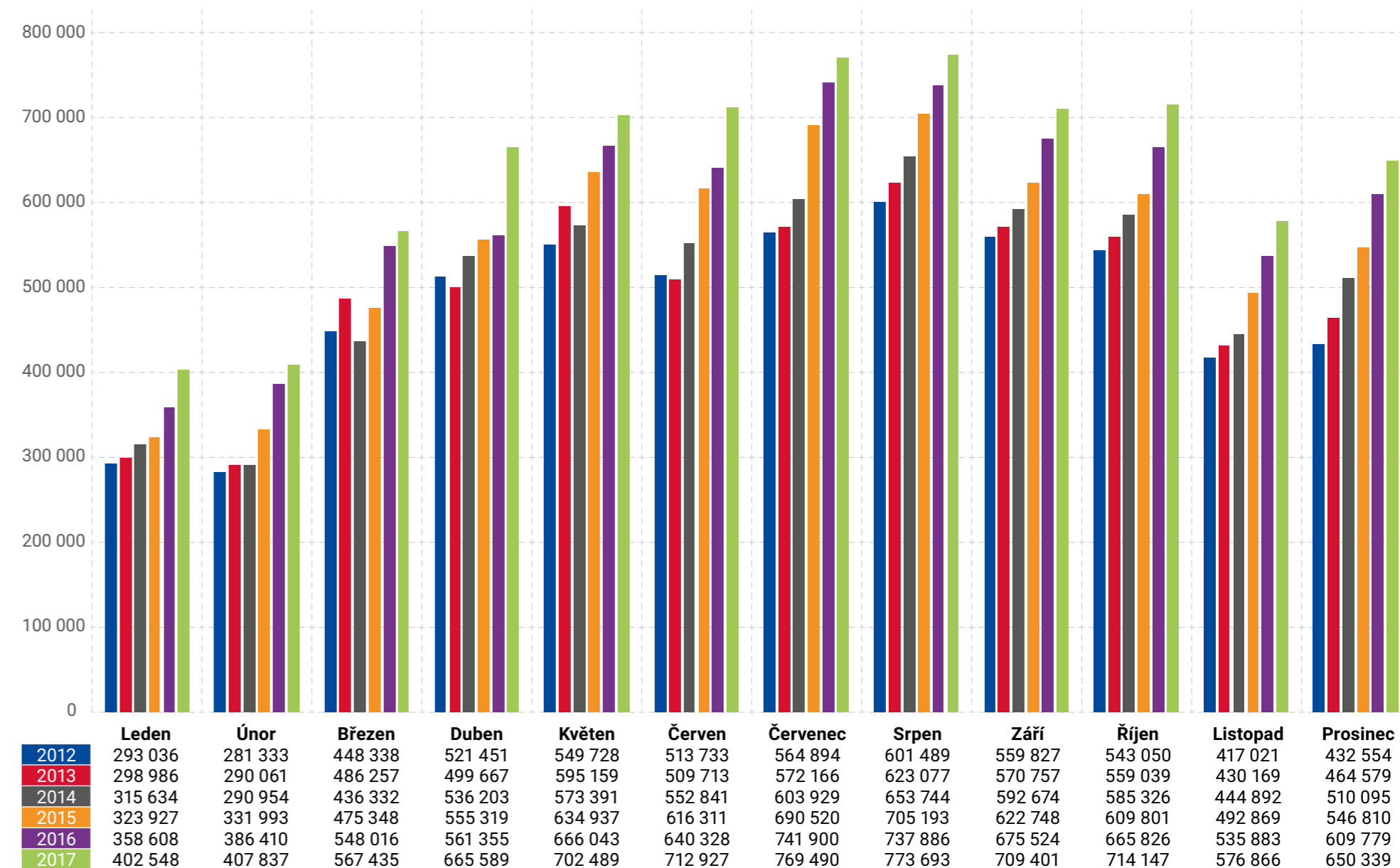
Příjezdový cestovní ruch se vyvíjel pozitivně i v **České republice** jako celku. **Počet návštěvníků poprvé v historii překonal hranici 20 milionů, počet přenocování dokonce 50 milionů**. Počet hostů i počet přenocování vzrostly meziročně ve všech krajích. Praha se na celkové návštěvnosti ze zahraničí podílela 64,6 %, na návštěvnosti rezidentů 11,1 %.

HLAVNÍ ZDROJOVÉ ZEMĚ Z HLEDISKA POČTU PŘENOCOVÁNÍ V R. 2017

Země	Počet přenocování
Německo	2 099 753
Česká republika	1 923 556
Rusko	1 501 617
USA	1 138 126
Spojené království	1 036 924
Itálie	921 226
Španělsko	611 023
Francie	594 955
Slovensko	542 637
Jižní Korea	501 524
ostatní země	7 184 497
Celkem	18 055 838

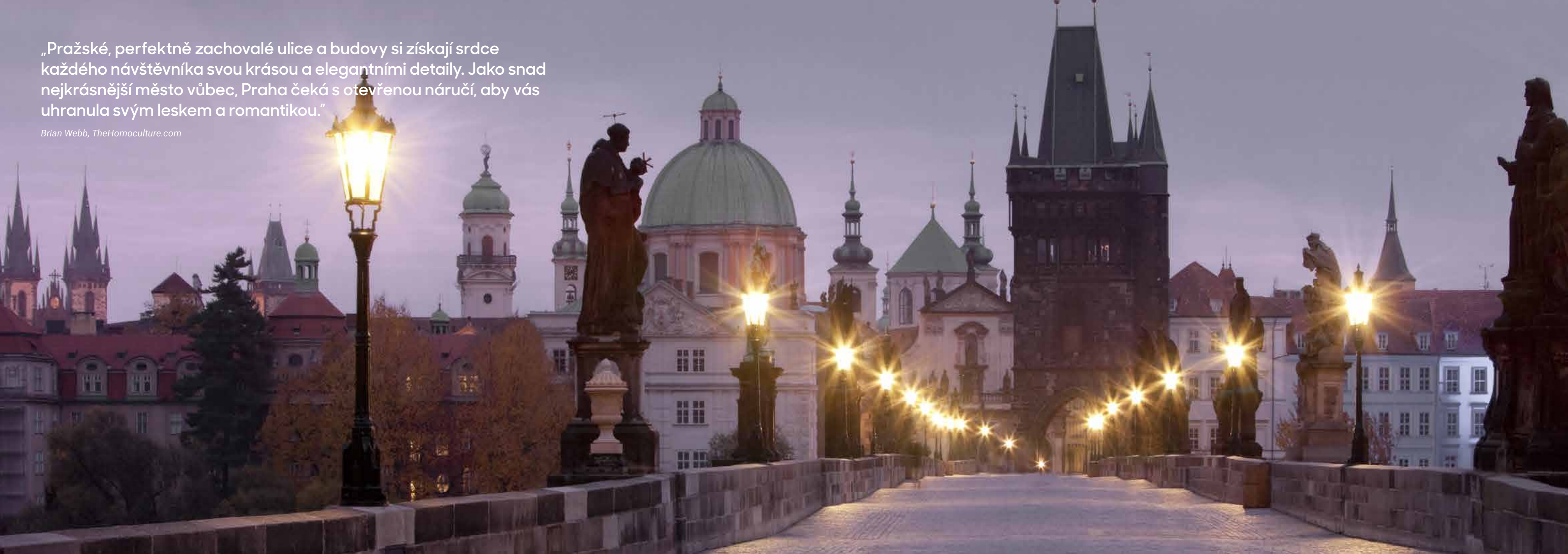


VÝVOJ CELKOVÉHO POČTU HOSTŮ PODLE MĚSÍCŮ 2012 - 2017



„Pražské, perfektně zachovalé ulice a budovy si získají srdce každého návštěvníka svou krásou a elegantními detaily. Jako snad nejkrásnější město vůbec, Praha čeká s otevřenou náručí, aby vás uhranula svým leskem a romantikou.“

Brian Webb, TheHomoculture.com



VÝHLED DO ROKU 2018

Pro rok 2018 se naše marketingová strategie výrazně nemění, avšak zapracujeme nové poznatky z Průzkumu mezi návštěvníky Prahy v letech 2014 – 2017. Nadále se budeme věnovat propagaci méně známých pražských míst a více se zaměříme na kulturu, architekturu a historii.

Téma 100. výročí založení Československa není pro marketing směrem do zahraničí zcela ideální, neboť rok 1918 byl rokem převratných změn na celém evropském kontinentu a Československo nebylo zdaleka jediným novým státem, který v Evropě v tomto roce vznikl. Výročí jsme tedy marketingově pojali jako příležitost ukázat návštěvníkům památky, kulturu a artefakty nejen opěvované první Československé republiky, ale i následujících dekad včetně období okupace a komunismu.

Víme, že historie 20. století je téma, které řadu návštěvníků zajímá, ale které snadno zanikne ve srovnání s impozantní historickou architekturou centra. Proto se zaměříme jak na propagaci nejrůznějších akcí pořádaných u příležitosti oslav výročí, tak i na jedinečné památky československé éry od 20. až do 80. let, které lze v dnešní době v Praze vidět, navštívit, prožít či zakoupit, od ikonických budov přes památníky pohnutých událostí druhé světové války až po botasky či kofolu.

Začátkem roku otevřeme po rekonstrukci návštěvnické centrum (Visitor Centre) v příletové hale Terminálu 2 ruzyňského letiště. Použijeme zde stejný model podávání informací a dalších služeb jako na Terminálu 1, který se dobře osvědčil. Navíc zde prodloužíme otevírací dobu denně až do 22 hodin. Aktivně se podílíme na vzniku nové turistické karty, která by v pilotním módu měla být představena na podzim 2018.

V lednu 2018 vyrazíme do světa s novým veletržním stánkem, jehož provoz je zajištěn na tři roky. První zastávkou bude ITF SlovakiaTour v Bratislavě. Spolu s tradičními partnery (MHMP, PCB, CzechTourism) i samostatně se zúčastníme několika významných veletrhů, prezentací i dalších akcí zaměřených na cestovní ruch, např. Holiday World, ITB Berlin, IMEX Frankfurt, WTM Londýn aj. Již pátým rokem v řadě zorganizujeme roadshow po České republice s mobilním informačním centrem na podporu domácího cestovního ruchu do Prahy.

Také v ediční oblasti budeme reflektovat hlavní marketingové téma roku 2018, tj. 100. výročí vzniku Československé republiky i další významná dějinná jubilea. Začátkem roku 2018 vydáme brožuru shrnující v kostce tyto události, doplněnou kalendářem akcí. Následně vyjde rozsáhlý „československý katalog“, mapující významné události, osobnosti nebo počiny za celých 74 let historie Československa.

Z nových titulů se zaměříme na pražskou zeleň (Parky, zahrady a přírodní lokality v Praze) a na pražskou kulturu (Kultura a zábava v Praze), pokračovat budeme ve vydávání

pravidelných kulturních čtvrtletníků. Nezanedbatelnou část naší chystané produkce věnujeme reedicím a dotiskům úspěšných a již rozebraných titulů, zejména brožurám z naší gastronomické řady.

V oblasti digitálních technologií bude rozvíjena intenzivní spolupráce na strategických projektech hlavního města Prahy v oblasti atraktivní turistiky v rámci konceptu Smart Cities.

Naším cílem je využití 3D technologií a augmentované reality jako nástroje propagace turisticky málo vytižených míst. Dále plánujeme zapojení umělé inteligence (Chatbot) v oblasti základní komunikace na sociálních sítích.

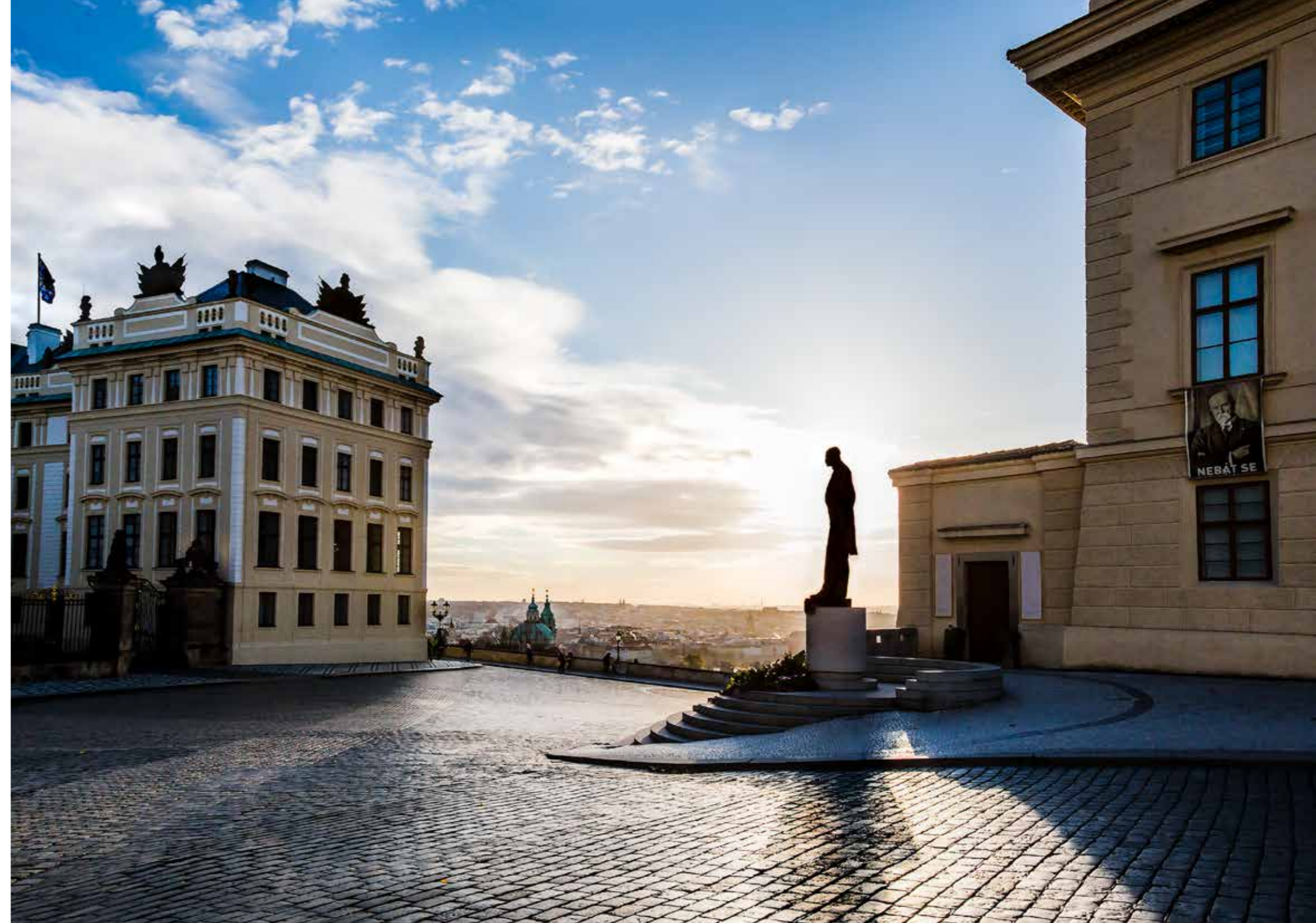
Staroměstská radnice se bude i v roce 2018 potýkat se stavebními pracemi, které budou mít vliv na její provoz. Na rekonstrukci vnějšího pláště, která bude dokončena v průběhu roku 2018, plynule naváže generální oprava interiérů budovy. Na změnách a tvorbě nového obsahu radnice se naše organizace bude podílet nejen z hlediska provozního, ale především po odborné a vzdělávací stránce.

Na rok 2018 jsme naplánovali celou řadu akcí a přednášek k výročí vzniku Československé republiky a jednotlivým významným výročím, která jsou v našich dějinách spojena s číslem osm. V rámci cyklů přednášek a vycházek Pražské univerzity pro každého budou pro posluchače připravena speciální témata: Architektura československé státnosti, Magické osmičky naší historie nebo Osobnosti české státnosti.

Témata věnovaná vzniku republiky nebo osobnostem, které se o zrod našeho státu zasloužily, nabídnou vycházky a přednášky Pražské vlastivědy, jejíž program vychází každý měsíc s novou nabídkou akcí. S významnými tématy novodobých českých dějin i s aktuálními výstavami budou seznamováni taktéž průvodci Prague City Tourism v rámci doškolovacích akcí.

Dále budeme organizovat pravidelné sobotní skupinové vycházky s profesionálním licencovaným průvodcem, které rozšíříme o další nabídku jazyků.

Nadále budeme zvyšovat povědomí o Prague City Tourism a jeho aktivitách v domácích i zahraničních médiích. Akcemi pro veřejnost si připomeneme 60. výročí založení Pražské informační služby.



Výroční zpráva 2017

Text a foto: © Pražská informační služba – Prague City Tourism

Arbesovo náměstí 70/4, Praha 5

www.prague.eu

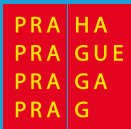
www.praguecitytourism.cz

Grafický návrh a sazba: Touch Branding

Tisk: Akontext

Výroční zpráva 2017 ke stažení:





Výroční zpráva 2017
Pražská informační služba – Prague City Tourism
Arbesovo náměstí 70/4, / Praha 5 / 150 00 / CZ
www.prague.eu
www.praguecitytourism.cz