

# Výroční zpráva 2019

## Prague City Tourism

Prague  
City Tourism

Praha:emoce





# Výroční zpráva 2019 Prague City Tourism



# Praha:emoce

## OBSAH

<b>ÚVODNÍ SLOVO</b> .....	4	<b>EDIČNÍ ČINNOST</b> .....	28
<b>PROFIL ORGANIZACE</b> .....	6	<b>STAROMĚSTSKÁ RADNICE</b> .....	30
O nás.....	6	<b>PRAŽSKÁ VLASTIVĚDA A VZDĚLÁVÁNÍ PRŮVODCŮ</b> .....	34
Organizační struktura Prague City Tourism 2019 .....	7	Pražská vlastivěda .....	34
<b>MARKETING A PUBLIC RELATIONS</b> .....	10	Průvodcovské vzdělávání .....	34
Cíle a prostředky marketingové komunikace.....	10	Pražská univerzita pro každého .....	35
Práce s médii, fam tripy a domácí média.....	11	<b>ROK 2019 V ČÍSLECH PRAGUE CITY TOURISM</b> .....	38
Domácí a zahraniční marketingové kampaně .....	13	<b>HOSPODAŘENÍ PRAGUE CITY TOURISM V ROCE 2019</b> .....	40
Spolupráce a partnerství.....	13	Hlavní činnost .....	40
Veletrhy, konference a speciální akce .....	14	Doplňková činnost .....	41
<b>TURISTICKÉ SLUŽBY</b> .....	18	Rozbor hospodaření PCT za rok 2019 .....	42
Turistická informační centra (TIC)/Visitor Centre.....	18	<b>CESTOVNÍ RUCH V PRAZE V ROCE 2019</b> .....	46
Mobilní turistické informační centrum .....	20	<b>VÝHLED DO ROKU 2020</b> .....	50
Webový portál Prague.eu.....	22		
Dispečink průvodců .....	24		
Online prodejní systém .....	24		



## ÚVODNÍ SLOVO



„Změny nemůžeme pouze přijímat, ale musíme je iniciovat a aktivně jich využít.“

Stále častěji se setkáváme s kritikou ze strany médií, Pražanů a široké veřejnosti na adresu negativních projevů cestovního ruchu. Kromě zmíněného overtourismu se stížnosti nejčastěji týkají rušení nočního klidu a nedodržování pravidel a vyhlášek, např. o konzumaci alkoholu na ulicích. Proto mám osobně velkou radost, že jsme se spojili s „nočním starostou hl. m. Prahy“ a společně jsme vytvořili outdoorovou informační kampaň, jejímž hlavním cílem bylo upozornit na pravidla chování v nočních hodinách. V létě jsme také společně realizovali průzkum (agentura STEM/MARK), jehož výsledky nám umožní budoucí kampaně a opatření přesně zacílit na nejproblematictější lokality.

V listopadu jsme dostali skvělou příležitost zorganizovat členské fórum A.T.I.C. ČR k jejímu 25. výročí, které se tak k mému potěšení po více než 10 letech vrátilo do Prahy. Díky skvělé práci našich zaměstnanců se nám podařilo přichystat důstojnou oslavu čtvrtstoletí asociace a představit hlavní město v nejlepším světle. Obzvláště hrdý jsem na speciální konferenci, na níž se účastníci seznámili i s neobvyklými tématy, např. cestováním do vesmíru nebo geopolitikou cestovního ruchu.

Jako rodič dobře vím, jak je těžké vymýšlet nové a nové aktivity, které by děti bavily. Velmi mě proto těší, že jedním ze stěžejních témat roku 2019 byly rodiny s dětmi. Ve druhém patře Staroměstské radnice jsme vybudovali dětskou dílnu, kde si naši nejmladší návštěvníci v rámci speciálních prohlídek mohou dotvořit předpřipravenou maketu radničních domů.

Cestovní ruch v Praze se v posledních letech změnil k nepoznání. Dávno pryč jsou doby, kdy naším hlavním úkolem bylo přilákat do Prahy co nejvíc návštěvníků. V mnoha evropských metropolích rezonuje pojem *overtourism* a Praha není výjimkou. Přestože se překotný růst příjezdů zpomalil, začínáme se blížit k naplnění maximální návštěvnické kapacity města. Musíme tedy věnovat pozornost negativům, která nárůst turismu přináší, a aktivně je komunikovat. Pokračujeme proto v nastavené koncepci motivovat návštěvníky, aby v Praze zůstávali déle a přijížděli opakovaně. Nadále aktivně propagujeme atraktivní místa a čtvrti mimo centrum, které budeme akcentovat i v následujícím roce. Jsem rád, že většina městských částí, jež jsme oslovili s návrhem na spolupráci, se do našich projektů s nadšením zapojuje.

Po pěti letech jsme vydali mapu Praha:děti, určenou rodičům a prarodičům, kteří hledají tipy a doporučení, kam v Praze se svými ratolestmi vyrazit. Mapa vyšla v sedmi jazycích a uživatelé v ní najdou desítky míst, kde se děti budou bavit a případně se i něco nového naučí.

Mladším návštěvníkům, v tomto případě studentům 2. stupně základních a středních škol, jsme věnovali akci k 30. výročí sametové revoluce. Nebyl to jen Listopad na Staroměstské radnici. Jde o interaktivní prohlídku koncipovanou jako cesta 20. stoletím, kdy každá z místností radnice přiblíží jedno historické období. Ve spolupráci s organizací Post Bellum jsme použili audionahrávky pamětníků a dobové zvukové stopy, součástí prohlídky byly také dramatické etudy, unikátní rekvizity i pracovní listy. Projekt vzbudil obrovskou odezvu, a proto ho máme na programu i v následujícím roce.

Velmi pozitivní ohlas měl 5. ročník oslav výročí založení Staroměstské radnice – Radnice dokořán 2019. Tentokrát akce trvala 9 dní a přilákala rekordních 2600 lidí. Radnice dokořán tak zůstává jedním z našich nejdůležitějších projektů zacíleným na Pražany a domácí návštěvníky.

V roce 2019 jsme se rovněž zaměřili na rozšíření našich vzdělávacích programů. Zorganizovali jsme přednášky pro české střední a vysoké školy z oboru cestovního ruchu a pohostinství. Kromě představení naší činnosti se v prezentacích věnujeme problémům a výzvám cestovního ruchu v Praze, vzdělávání průvodců, práci TIC, statistikám, analýzám i médiím a PR v cestovním ruchu. Připravujeme sérii B2B doškolování pro zaměstnance hotelů a cestovních kanceláří, která představí zejména aktuální nabídky v metropoli mimo notoricky známá místa. Jsem potěšen, že studenty, odborníky i posluchače našich veřejných kurzů můžeme uvítat ve zmodernizovaných přednáškových sálech.

Rok 2019 byl v Prague City Tourism ve znamení optimalizace vnitřních procesů a revize dosavadní činnosti, a to v souvislosti s velkými změnami, které nás čekají v příštím roce. Především v létě dojde k „transformaci“ příspěvkové organizace na akciovou společnost. Na podzim se také chystáme otevřít nové průvodcovské kurzy – po téměř 20 letech jsme se je rozhodli přepracovat a přizpůsobit dynamickému vývoji v cestovním ruchu. Chceme, aby více odpovídaly současným trendům a zároveň reflektovaly dlouhodobé strategické cíle města. Do osnov jsme proto nově zahrnuli i čtvrti mimo centrum.

Z výše uvedeného vyplývá, že nás čeká mnoho náročných úkolů a změn, jež jsou nejen svým rozsahem v naší více než šedesátileté historii ojedinělé. Jsem ale přesvědčen, že jsme dobře připraveni a se všemi výzvami se vypořádáme bez problémů. Věřím, že všechny novinky přinesou čerstvou energii a inspiraci a pomohou nám posunout se společně zase o notný kus dál.

Petr Slepíčka,  
pověřený řízením organizace





## PROFIL ORGANIZACE

### O NÁS

**PRAGUE CITY TOURISM (PCT)** je moderní marketingová organizace hlavního města Prahy, jejímž 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 návštěvníckého provozu historického objektu Staroměstská radnice.

Propagace a marketing Prahy pro rozvoj domácího a zahraničního cestovního ruchu v České republice i v zahraničí jsou našimi stěžejními činnostmi. PCT je aktivním manažerem cestovního ruchu, moderní servisní organizací. Dynamickým a přitom jednoznačným symbolem organizace je stylizovaný rozcestník, ukazatel, který pomáhá návštěvníkům i obyvatelům Prahy zorientovat se v aktuálním turistickém a kulturním dění.

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.

V rámci ČR organizace působí v A.T.I.C. ČR (Asociace turistických informačních center České republiky), kde má svého zástupce v Radě Asociace, jako přidružený člen v Asociaci průvodců ČR, v Asociaci cestovních kanceláří ČR a zároveň je regionálním koordinátorem cestovního ruchu za hl. m. Prahu při MMR ČR. PCT aktivně spolupracuje s profesními asociacemi cestovního ruchu doma i v zahraničí, s agenturou CzechTourism, Českými centry, PCB, PFF, Letištěm Praha, a.s., Ministerstvem pro místní rozvoj ČR, zastupitelskými úřady Ministerstva zahraničí ČR, Českými dráhami, ČSA, Ropidem a zahraničními i domácími médii. Spolu s dalšími městskými organizacemi se aktivně podílí na inovativním projektu Smart Prague.

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. Termín převzetí činností příspěvkové organizace na akciovou společnost je 1. 7. 2020.



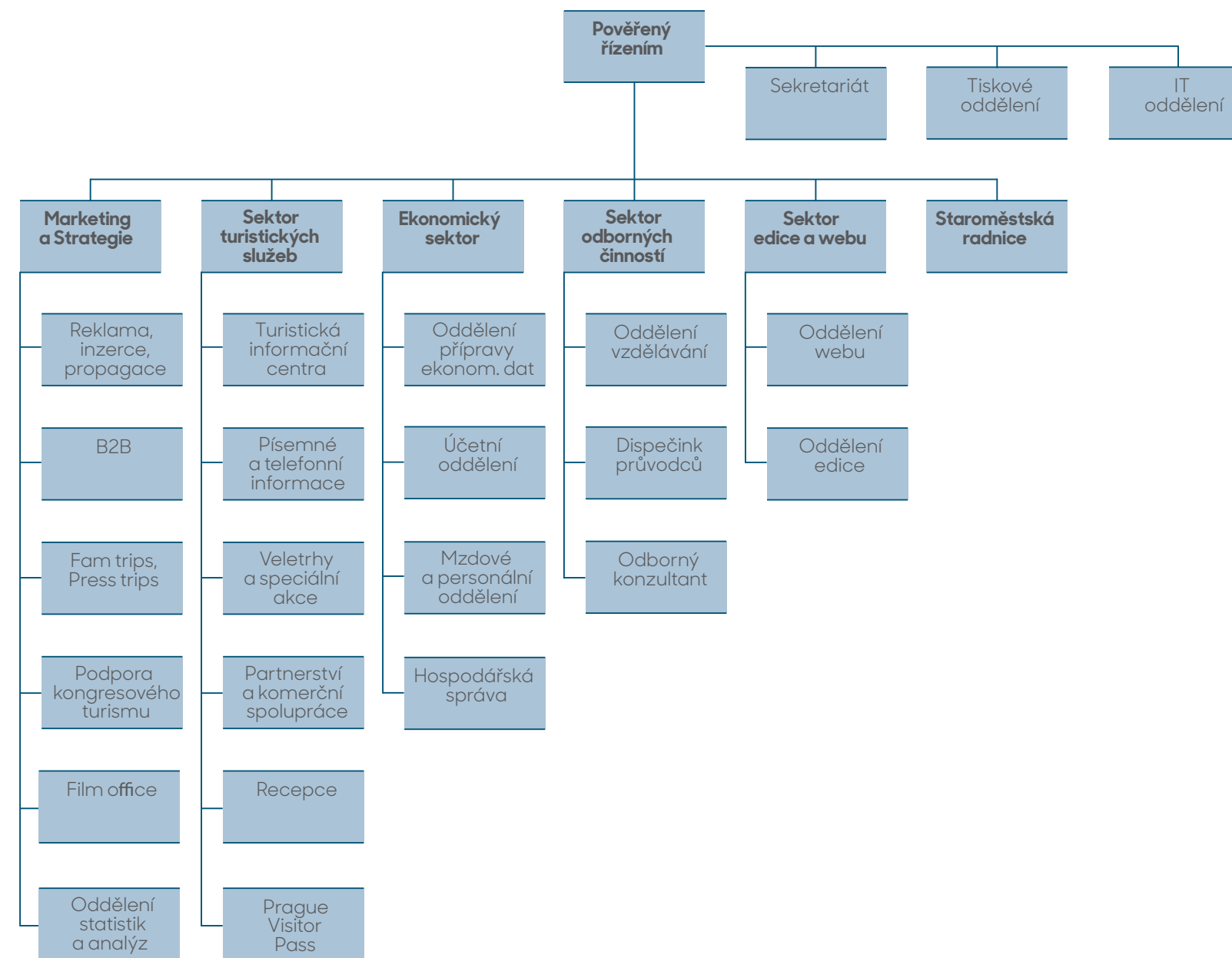
### SÍDLO ORGANIZACE

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

### ŘEDITELSTVÍ

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

## ORGANIZAČNÍ STRUKTURA PRAGUE CITY TOURISM 2019





Většina průvodců začíná zmínkou, že Žižkov kdysi býval nezajímavou dělnickou čtvrtí. Ty doby jsou už ovšem dávno pryč a dnešní Žižkov má návštěvníkům rozhodně co nabídnout. Najdete zde kontroverzní, nicméně ikonickou televizní věž, která byla dokonce před lety prohlášena za druhou nejohroženější stavbu na světě...

Culture Trip – Guide to Prague’s Districts and Neighbourhoods  
(John William Bills; Published: 1 July, 2019)

"Most guides to Žižkov start by mentioning how this was once a nondescript, working-class part of town – those days are long gone, and the district now has plenty to offer visitors. The controversial yet iconic TV Tower – once ranked the second ugliest building in the world..."

Culture Trip – Guide to Prague’s Districts and Neighbourhoods  
(John William Bills; Published: 1 July, 2019)





# MARKETING A PUBLIC RELATIONS

## CÍLE A PROSTŘEDKY MARKETINGOVÉ KOMUNIKACE

Dlouhodobým cílem marketingu Prahy není dosahování každoročního nárůstu počtu příjezdů. Je jím **rozvoj cestovního ruchu, který městu přináší veškeré ekonomické, kulturní a sociální benefity, ale neohrožuje kvalitu života rezidentů a je dlouhodobě udržitelný.** Marketingová činnost Prague City Tourism v roce 2019 v souladu se střednědobou strategií organizace sledovala především následující cíle:

1. Podpora zájmu médií, profesionálů cestovního ruchu a návštěvníků o **lokality mimo historické centrum**, které je zejména během sezony přetíženo turistickým ruchem. Jakkoli není reálné očekávat, že zejména ti, kteří do Prahy přijíždějí poprvé, svůj zájem o historické centrum přesunou na enklávy typu Letná, Holešovice či Karlín, má smysl zájem o širší okolí centra podporovat jak u návštěvníků, kteří do Prahy přijíždějí opakovaně, tak u těch, kteří v těchto místech během svého pobytu bydlí, a konečně i u turistů, kteří se v Praze zdržují delší dobu než obvyklé 2–3 noci.
2. S tím souvisí i motivace k opakovaným návštěvám města, a to komunikací **nových míst zájmu, aktivit a témat**, která přesahují tradiční, dobře známý návštěvnický repertoár.
3. Podpora produktů a služeb zaměřených na **kulturní, zážitkovou a luxusní turistiku**.
4. Podpora **domácího cestovního ruchu**, jenž je v Praze dlouhodobě výrazně slabší než mezinárodní incoming.
5. Lepší **respektování lokálních zákonů** a nařízení u malé části turistů, která do Prahy přijíždí za konzumací alkoholu a lacinou zábavou, a tím i docílení lepší kvality života rezidentů v dotčených částech města.

### Prostředky naší marketingové komunikace jsou:

- sociální média – Facebook, Instagram, Twitter, Pinterest, Youtube
- web Prague.eu, elektronické newslettery (B2C, B2B)
- tištěné tituly (brožury, letáky a mapy) distribuované v našich informačních centrech, na veletrzích, prostřednictvím partnerských organizací a dalších subjektů
- destinační fotografie, video a další média
- domácí i zahraniční média včetně blogerů a influencerů
- naše turistická informační a návštěvnická centra
- inzerce – outdoor, print a online.

### CRM systém

Pro zvýšení kvality, flexibility a efektivity naší elektronické komunikace a lepší sběr dat jsme v roce 2019 získali nový systém CRM (customer relationship management – řízení vztahů se zákazníky), který nám umožňuje daleko lépe uzpůsobit frekvenci i cílený obsah naší komunikace se širokým spektrem adresátů, od frekventantů našich vlastivědných vycházek a kurzů Pražské univerzity pro každého přes zákazníky e-shopu, B2B kontakty, novináře a domácí i zahraniční

návštěvníky a zájemce o Prahu. V neposlední řadě nám CRM systém ušetřil značné finanční prostředky, které byly v předchozích letech vydávány za externí management elektronických newsletterů.

### Sociální média

Od roku 2018 naše sociální média na základě veřejného výběrového řízení spravuje agentura Kindred. Předmětem smlouvy je správa profilů, tvorba obsahu, nákup reklamy a reporting na sítích Instagram, Facebook, Twitter a Pinterest.

Nejdůležitějším cílem našich aktivit na sociálních médiích byla edukace turistů, kteří se chystají Prahu navštívit, tedy rozšíření jejich povědomí o **širší nabídce míst poznání a aktivit v destinaci**. Sekundárně pak naše sociální média slouží k **udržení kontaktu, citové vazby a zájmu o město**, k aktivní komunikaci s potenciálními i stávajícími návštěvníky a k **posílení brandu** Prahy v souladu s třemi klíčovými hodnotami destinace (kultura a inspirace – příjemný život – v harmonii s přírodou).

Pro komunikaci na sociálních sítích byly v první řadě vybrány lokality, které nepatří mezi notoricky známé. Snažili jsme se tak rozšířit povědomí o městských částech mimo Prahu 1, jako jsou např. Letná a Holešovice, Vinohrady či Karlín. Věnovali jsme se i populárním místům, kde jsme však nabídli neotřelý pohled, novou informaci nebo příběh. O tom svědčí i rozmanitost příspěvků na sociálních sítích Facebook, Instagram a Twitter.

Kladli jsme důraz na kvalitu grafického zpracování a na využití stories a dynamických formátů. Dalším cílem pro nás byla větší interakce s komunitou fanoušků na sociálních sítích. Začali jsme více využívat vlastní fotografie návštěvníků Prahy, čímž jsme rozšířili zájem o naše aktivity a následně rozšířili povědomí o webu Prague.eu na sociálních sítích.

### Cílení a optimalizace kampaní

Mezi sledované ukazatele patřil zásah a míra zapamatování si reklamy (adrecall). Cíleno bylo na cizince v zahraničí, ale také na turisty nacházející se aktuálně v České republice. Turistům byly nabízeny tipy na místa, produkty a akce probíhající v daném období.

Mezi vybrané země patřily USA, Velká Británie, Německo, Skandinávie a další. V průběhu roku 2019 probíhaly jazykové testy, ve kterých se srovnávala úspěšnost příspěvků s anglickým textem a textem v rodném jazyce. Výsledky testů vedly ke komunikaci sdělení v rodném jazyce v Koreji, ve Francii, ve Španělsku a v Rusku.

Komunikované příspěvky byly cíleny na uživatele nad 30 let s nejrůznějšími zájmy. Zájemové cílení bylo přizpůsobeno jednotlivým příspěvkům a sdělením. Úsilí výkonnostního týmu smě-

řovalo k budování povědomí o Praze a dosažení co největší míry proklikovosti a interakce u jednotlivých příspěvků.

### Fotografie a video

V roce 2019 jsme významně rozšířili naši kolekci foto a videomateriálů o Praze. Na prvním místě je třeba jmenovat nové video s titulem Prague:Inside Stories v několika stopážích. Video je určeno k reprezentaci města na domácích i mezinárodních akcích, B2B i B2C. Praha je ve videu zobrazena nikoli pohledem turistů, ale „zevnitř“ – jako sebevědomé, soudobé město se zajímavými a kreativními obyvateli; ve spotu vystupují reálné osoby od umělců a designérů přes restaurátorku, pěstitelku vína až po kavárníka.

Vznikla nová série atraktivních videí částečně pořízených dronem, částečně ruční kamerou, se záběry jak historického centra, tak i sedmého pražského obvodu. Jednotlivé krátké videosekvence byly zařazeny do naší online videotéky ke stažení a následnému využití našimi partnery.

Naše fotobanka byla rozšířena o stovky nových záběrů, od atraktivních lokalit v centru požadovaných partnery, až po dominanty, detaily a zákoutí jednotlivých pražských čtvrtí.

### Tištěné tituly a jejich distribuce

Z hlediska našich marketingových priorit je zásadní edice miniprůvodců pražskými čtvrtěmi s titulem **Prague:neighbourhoods**. V roce 2019 jsme vydali tři tituly – Holešovice & Letná, Vinohrady & Vršovice a Karlín. Zaměřili jsme se na co nejširší distribuci těchto titulů, a to především v ubytovacích zařízeních na teritoriu příslušné čtvrti. Cílem miniprůvodců není nutně z těchto čtvrtí vytvořit nové turistické destinace, ale spíše upozornit návštěvníky zde ubytované, že Praha 1 zdaleka není jedinou městskou částí, kde lze příjemně, kultivovaně a zajímavě strávit čas.

Při distribuci hraje důležitou roli nově vytvořená pozice **B2B manažera**, jehož úkolem je mj. navazování a udržování kontaktů s partnery, zejména hotely a dalšími podnikatelskými subjekty coby distribučními kanály pro naše materiály. O miniprůvodce pražskými čtvrtěmi je velký zájem; dva tituly si již vyžádaly reedici.

Další titul – **Praha:odtajněná** a jeho verze pro děti s podtitulem **Tajemství zlatých makovic a další pražské zajímavosti** – má rovněž marketingovou ambici. Vlivem globálních turistických trendů i cenové dostupnosti se naše město do značné míry stalo cílem povrchní masové turistiky, při níž jsou jeho památky, historie a kultura brány pouze jako estetická kulisa bez větší relevance. Cílem brožur, které obsahují reálné příběhy vztahující se k řadě míst v širším centru Prahy, je obohatit návštěvnický zážitek o kulturní a historický kontext a motivovat tak k citlivějšímu vnímání prostředí. Zároveň, což platí zejména u brožury pro děti, jež je doplněna originálními ilustracemi, se snažíme vytvořit smysluplnější emocionální vazbu k městu a motivaci k další cestě do Prahy.

### Merchandise

V roce 2019 jsme rozšířili řadu našich merchandisingových předmětů o nové produkty, např. sadu dřevěných razítek s grafickými motivy pražských památek, eko-láhev na vodu s mapou pražských pitek, vaky z biobavlny či populární hrnečky s architektonickými ikonami historické i moderní Prahy. Tyto předměty prodáváme prostřednictvím e-shopu i v našich turistických informačních a návštěvnických centrech a na Dispečinku průvodců.



## PRÁCE S MÉDII, FAM TRIPY A DOMÁCÍ MÉDIA

V roce 2019 jsme od zahraničních médií, blogerů, influencerů a touroperátorů obdrželi celkem 198 žádostí o podporu a spolupráci při přípravě poznávacích cest do Prahy, včetně 32 poptávek od zahraničních zastoupení CzechTourism. Zájemců ze strany médií, blogerů a influencerů bylo celkem 184, 16 požadavků přišlo od zástupců cestovních agentur. Přes 70 cest se nakonec neuskutečnilo nebo bylo přesunuto na jiný termín.

Press tripy s podporou PCT.....	184
Fam tripy s podporou PCT.....	16
Z toho akcí ve spolupráci s agenturou CzechTourism .....	32
Celkový počet vyřízených žádostí o podporu fam či press tripu .....	200

**Na základě press tripů, na nichž se Prague City Tourism v roce 2019 podílel, je zatím 157 mediálních výstupů** – článků v zahraničních tištěných a online médiích a na blozích, postů na sociálních sítích, videí a rozhlasových reportáží.



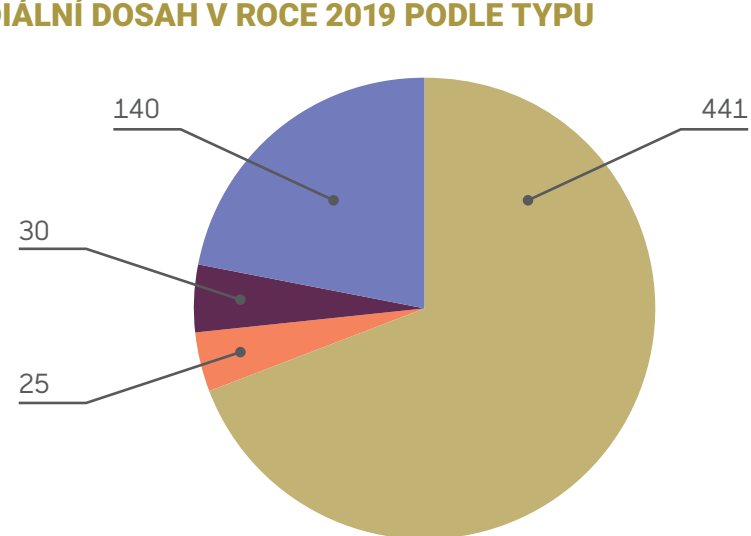
Nejvýznamnějšími médii, s nimiž jsme spolupracovali, byly např. Deutsche Welle (DE), The Independent (UK), Daily Mail (UK), National Geographic Traveller (UK), The Telegraph (UK), Repubblica Saponi (IT), Fly Alitalia Magazine (IT), New York Times (USA), Up (inflight magazine TAP Air Portugal).

#### Domácí média

V roce 2019 jsme publikovali **15 tiskových zpráv**, které média v Čechách a na Slovensku převezala celkem 224krát, **29 PR článků** a poskytli jsme **222 rozhovorů** a vyjádření. Velký mediální ohlas jsme zaznamenali u vlastivědných vycházek, jež vygenerovaly 161 mediálních výstupů. Nadto byla organizace a její činnost v tištěných, digitálních a audiovizuálních médiích zmíněna na dalších 434 místech.

Mediálně nejpritažlivější byly již tradičně **statistiky příjezdového cestovního ruchu a návštěvnost Staroměstské radnice**. Největší množství novinářských dotazů k nám směřovalo v souvislosti s vypovězením partnerské smlouvy mezi Prahou a Pekingem.

### MEDIÁLNÍ DOSAH V ROCE 2019 PODLE TYPU



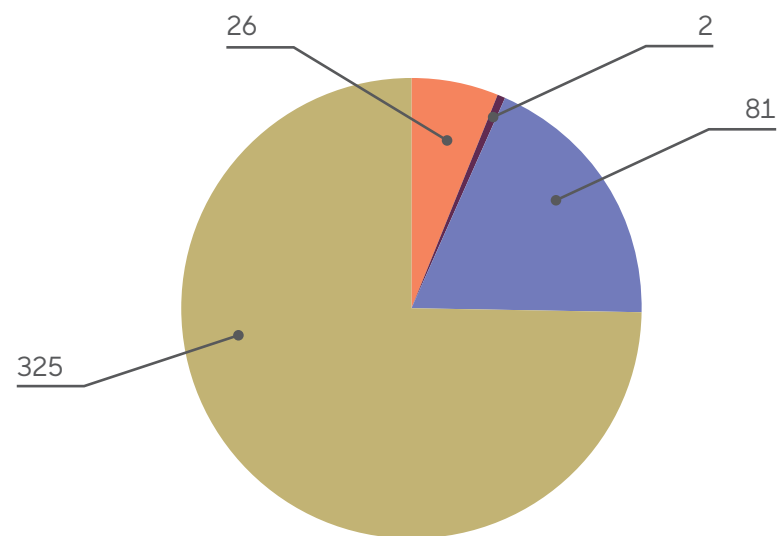
Výsledky aktivní komunikace



Úspěšná spolupráce pokračovala zejména s redaktory ČTK, Pražského deníku, deníků Metro a MF Dnes, portálu Pražský patriot, Seznam zpráv a Seznam TV, Českého rozhlasu, České televize a Praha TV. Ze zahraničních médií jsme v uplynulém roce poskytli rozhovory například časopisu KLM Flying Dutchman, The New York Times, The Guardian, holandským novinám Algemeen Dagblad nebo CNN.

V roce 2019 tiskové oddělení zajistilo **pravidelnou inzerci** naší činnosti v titulech vydavatelství KAM po Česku, v deníku Metro, v časopise COT, magazínu City (MF Dnes), v palubním časopise jídelních a lůžkových vozů Meridian, v magazínech TTG a TTG Luxury, časopise Všudybyl, katalogích FOK a Asociace průvodců ČR a v knize Nejlepší české restaurace 2020.

V prvním pololetí jsme realizovali **dvě série reklamních spotů** na Praha TV na propagaci vlastivědných vycházek a kurzů pro průvodce. V časopise Ekonom jsme publikovali pětidílný **seriál o pražských čtvrtích** mimo centrum. Na jaře jsme spustili kombinovanou reklamu přes Sklik na kurzy pro průvodce a mapu Praha:děti. Rovněž jsme navázali pravidelnější spolupráci s časopisem Moje země, která bude pokračovat i v následujícím roce.



Další výstupy s uvedením značky a činnosti PCT

### DOMÁCÍ A ZAHRANIČNÍ MARKETINGOVÉ KAMPANĚ

Kromě informační kampaně na již tradiční lednovou akci **Noc hotelů**, jejímž hlavním organizátorem je Asociace hotelů a restaurací České republiky, v roce 2019 na domácím trhu proběhly následující kampaně.

Rozsahem spíše menší červnová kampaň se zaměřila na **rodiny s dětmi a prázdninové výlety**. Proběhla prostřednictvím obrazovek v prostředcích MHD mimopražských měst a odkazovala mj. na speciální brožuru a landing page [www.prague.eu/deti](http://www.prague.eu/deti).

Zimní kampaň v předvánočním období s názvem **Praha:dárek** tentokrát neopakovala oblíbené, ovšem po letech už poněkud vyčpělé téma vánočních nákupů a trhů, ale upozornila na český design – od ikonických interiérů po muzea, obchody a galerie. Součástí byla i vědomostní soutěž s designovým víkendem v Praze jako hlavní cenou.



V průběhu roku pak byla ve vybraných lokalitách realizována jak outdoorová **kampaň proti negativním turistickým jevům** (apelující na dodržování nočního klidu a zákazu konzumace alkoholických nápojů na veřejných prostranstvích), tak tazatelský průzkum mezi návštěvníky těchto lokalit zacílený na jejich demografii a vzorce chování.

### Zahraniční kampaně a další marketingové aktivity

Nejvýznamnější zahraniční kampaní byla bezesporu společná kampaň Prague City Tourism, Letiště Praha, a.s., CzechTourism a Středočeské centrály cestovního ruchu v Tokiu, která navázala na podobnou kampaň v New Yorku z r. 2018. S taglinem „No Spoilers. See it Live“ prezentovala ikonické vizuály Prahy a středních Čech jako autentický zážitek, jenž je možno zažít pouze na místě. Kampaň proběhla formou kompletního obrandování stanice tokijského metra Shibuya včetně dalších vizuálů ve vagónech a následné B2B akce. Organizačně ji zaštiťovalo tokijské zastoupení CzechTourism.

Praha se představila i na řadě zahraničních prezentací, kromě akce v Tokiu mj. na roadshow v Kantonu, Hong Kongu a Taipeii, dále na roadshow po Japonsku a Brazílii.

### Filmový průmysl

V rámci sektoru marketingu funguje i Film Office, jehož činnost je jednak podpůrná (pomoc filmovým a televizním společnostem se základní orientací v tématu „natáčení v Praze“), jednak marketingová – využití filmového průmyslu pro prezentaci Prahy jako atraktivní, všestranné a oblíbené filmové lokace i jako centra filmové tvorby s výjimečnou koncentrací lokálního talentu všech filmových profesí. V tomto směru je významná podpora Hlavního města Prahy prostřednictvím fondu Prague Film Fund.

### Podpora kongresové turistiky

Aktivity na poli kongresové turistiky podobně jako v předchozích letech probíhaly především spoluprací s organizací **Prague Convention Bureau**, a to formou podpory významných kongresů konaných v Praze. Ta spočívá především v přípravě doprovodného programu a poskytnutí informačních a propagačních materiálů.

### SPOLUPRÁCE A PARTNERSTVÍ

Pro zahraniční aktivity Prague City Tourism je důležité propojení čtyř aktérů – Letiště Praha, a.s., agentury CzechTourism, Středočeské centrály cestovního ruchu a naší organizace – v iniciativě **TouchPoint**. Jedná se o společné marketingové projekty především na vzdálenějších trzích, společné prezentace a kampaně (viz Zahraniční kampaně výše).

CzechTourism a Letiště Praha, a. s. kromě toho zůstávají našimi strategickými partnery i mimo platformu TouchPoint; probíhá zde vzájemná koordinace marketingových aktivit prostřednictvím sdílených stánků na veletrzích a také účastí na organizaci press tripů a prezentací. Našimi partnery jsou i Prague Film Fund, Národní galerie Praha, Symfonický orchestr hl. m. Prahy FOK a Botanická zahrada hl. m. Prahy. Z dalších spolupracujících organizací lze zmínit mj. RunCzech, festivaly Metronome a United Islands, DOX a společnost Prague Boats (zejména při organizaci programů pro novináře a zahraniční partnery).



Z odborného hlediska je pro nás velmi cenná spolupráce s partnery v rámci platformy organizace **European Cities Marketing** a řada akcí, které pořádá a jichž se během roku účastníme.

### VELETRHY, KONFERENCE A SPECIÁLNÍ AKCE

Pravidelně se účastníme významných zahraničních i tuzemských veletrhů, konferencí, workshopů a dalších událostí se zaměřením na cestovní ruch. Participujeme na speciálních akcích při festivalech, kongresech, výročních setkáních aj. Naše účast probíhá většinou ve spolupráci s dalšími subjekty a partnery, jakými jsou Magistrát hl. m. Prahy, A.T.I.C. ČR, agentura Czech-Tourism, Prague Convention Bureau, ČSA i další.

Pořadatelům kongresů a konferencí nabízíme možnost pronájmu tzv. konferenčního infostánku s **pop-up stěnou**, a to včetně vyškoleného personálu a tištěných turistických informačních materiálů o Praze.

Již druhým rokem prezentujeme Prahu ve spolupráci s **MHMP vlastním veletržním stánkem**, kde nabízíme prostor pro bezplatnou prezentaci také městským organizacím. V r. 2019 tuto příležitost využily Městská knihovna, GHMP, Zoologická zahrada hl. m. Prahy, Pražská botanická zahrada hl. m. Prahy, Divadlo v Dlouhé, UMPRUM, Odbor památkové péče MHMP, Divadlo na Vinohradech, Planetárium Praha a Dopravní podnik hl. m. Prahy.

### VELETRHY S ÚČASTÍ PCT V R. 2019

#### TUZEMSKÉ VELETRHY

Holiday World, Praha – veletrh cestovního ruchu .....	21.–24. 2.
Dovolená a Region, Ostrava – veletrh cestovního ruchu .....	1.–3. 3.
TravelFest, České Budějovice – veletrh cestovního ruchu .....	26.–28. 4.
ITEP Plzeň – veletrh cestovního ruchu .....	19.–20. 9.
Czech Travel Market – mezinárodní odborný kontrakční veletrh cestovního ruchu .....	30.–31. 10.

#### ZAHRA NIČNÍ VELETRHY

ITF Bratislava, Slovensko – mezinárodní veletrh cestovního ruchu .....	24.–27. 1.
ITB Berlin, Německo – mezinárodní veletrh cestovního ruchu .....	6.–10. 3.
ILTM Latin America, Brazílie – mezinárodní veletrh cestovního ruchu .....	11.–25. 5.
WTM London, Velká Británie – mezinárodní veletrh cestovního ruchu .....	4.–6. 11.

### PARTICIPACE NA AKCÍCH OSTATNÍCH PARTNERŮ

<b>The European Association for Haemophilia and Allied Disorders (EAHAD), Praha</b> – konference .....	6.–8. 2.
<b>Den Evropy, Praha</b> – evropský festival .....	9. 5.
<b>Greater China B2B Road Show, ČLR</b> – roadshow ve 3 čínských městech .....	21.–23. 5.
<b>London City Fair, Velká Británie</b> – workshop a konference .....	16.–18. 6.
<b>Konference ATCM (Antarctic Treaty Consultative Meeting), Praha</b> .....	30. 6.–11. 7.
<b>Mariánské Lázně na TIC Mústek, Praha</b> – prezentace lázeňského města .....	13. 9.
<b>B2B Road Show Japan, Japonsko</b> – roadshow ve 4 japonských městech .....	20.–25. 9.
<b>Otevíráme Mariánské, Praha</b> – akce MHMP na Mariánském náměstí .....	21. 9.
<b>Konference a členské fórum A.T.I.C. ČR, Praha</b> .....	6.–8. 11.
<b>ETAF Poznań, Polsko</b> – B2B konference .....	11.–13. 11.
<b>Eurocities, Praha</b> – konference členů evropských měst .....	21.–22. 11.





# HOLEŠOVICE

Nebylo to ze dne na den, ale v posledních letech příval bohémů a umělců přeměnil Holešovice v centrum současného designu s lákavou gastronomickou scénou. Holešovice ale nejsou jen beton a staré koleje; na okraji čtvrti leží Stromovka a Letná, dva z nejlepších pražských parků, které všichni ten stylový industriál doplňují trochou zeleně.

The Wall Street Journal – A Guide to Prague's Hottest Neighborhood  
(Evan Rail; Published: 16 May, 2019)

"It took some time to seed that soil, but in the last few years, arty new arrivals have transformed Holešovice into a hub of trendy design as well as a beckoning food and drink scene. It's not all concrete and old rail tracks—two of Prague's best parks, Stromovka and Letná, border the area, offering a little greenery with all that industrial chic."

The Wall Street Journal – A Guide to Prague's Hottest Neighborhood  
(Evan Rail; Published: 16 May, 2019)



## TURISTICKÉ SLUŽBY

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

Prague City Tourism provozoval v roce 2019 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 mj. poskytujeme:

- 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
- rezervace ubytování
- okružní jízdy Prahou a výlety mimo Prahu, plavby lodí
- prodej časových jízdenek MHD
- prodej merchandisingových předmětů
- prodej turistických vizitek

V průběhu roku 2019 navštívilo TIC Prague City Tourism 1 744 743 osob a zodpověděli jsme zde 2 043 093 dotazů.

V informačních centrech na letišti zastupujeme agenturu **CzechTourism** a měsíčně vyřídíme cca 200 dotazů týkajících se České republiky. Šestým rokem zde zastupujeme vnitrostátní pokladny **Českých drah**. V rámci této spolupráce jsme v průběhu roku 2019 prodali jízdenky ČD 37 000 cestujícím.

#### Kvalita poskytovaných služeb a mystery shopping

V zájmu zkvalitnění poskytovaných služeb absolvovali pracovníci informačních center řadu školení a přednášek, např. školení Letiště Praha, a.s. pravidelná školení Českých drah, semináře organizované A.T.I.C. ČR, exkurze do muzeí a turistických objektů, školení první pomoci aj.

Pravidelně provádíme mystery shopping – v průběhu roku 2019 byly ve spolupráci s firmou IPSOS zorganizovány na každém TIC 2 návštěvy (v českém i anglickém jazyce). Celkový index spokojenosti byl výborných 92 procent. Sledujeme hodnocení a zpětnou vazbu turistů na serverech Google a TripAdvisor a aktivně na ně reagujeme a vyhodnocujeme je.

#### Stáže a odborné praxe

TIC dlouhodobě spolupracují se školami cestovního ruchu při zajištění odborné praxe studentů. Každoročně u nás také umožňujeme absolvovat specializované stáže řadě studentů z různých evropských zemí v rámci programu Erasmus.

#### Dostupnější brožury a materiály

Na TIC Můstek jsme pořídili novou skříň s kapsami na brožury z naší produkce. Jedná se o unikátní, námi navržený prototyp, z něhož si zájemci mohou sami tištěné materiály odebrat, ovšem jen v malém množství. Pokud chtějí více než 5 kusů, mohou si je objednat přes náš e-shop nebo přes distribuční kanál na centrále.



#### Software pro plánování směn

Již druhým rokem používáme pro plánování směn v TIC software „Plánuj směny“ a pravidelně dáváme podněty k rozvoji jednotlivých funkcí. Tento systém je nově dostupný i v mobilní aplikaci a každý pracovník má tudíž lepší přehled o naplánovaných směnách, dovolených aj. K dispozici jsou zde rovněž kontakty na kolegy, výstupy pro zpracování mezd aj.

#### A.T.I.C. ČR a Den informačních center

Turistická informační a návštěvnická centra Prague City Tourism jsou členy Asociace turistických informačních center ČR, tři z nich mají certifikaci A.T.I.C. ČR nejvyšší kategorie. Letos bylo takto certifikováno Visitor Centre letiště T2.

Ve spolupráci s A.T.I.C. ČR se 24. 10. 2019 uskutečnil **Den informačních center**. Návštěvníci si v TIC Na Můstku mohli sami vyzkoušet práci v turistickém informačním centru; připravili jsme pro ně mj. kvíz a krátkou procházku po okolí.



#### Prague Visitor Pass – nová turistická karta

Od června 2019 jsme začali ve spolupráci s odborem kultury a cestovního ruchu MHMP a společností Operátor ICT intenzivně pracovat na přípravě nové turistické karty Prague Visitor Pass. Práce spočívaly zejména v přípravě vlastních webových stránek karty, logo manuálu a grafického manuálu, vizuálu a aplikaci. Vytipovali jsme rovněž objekty, s nimiž budeme v rámci turistické karty spolupracovat.

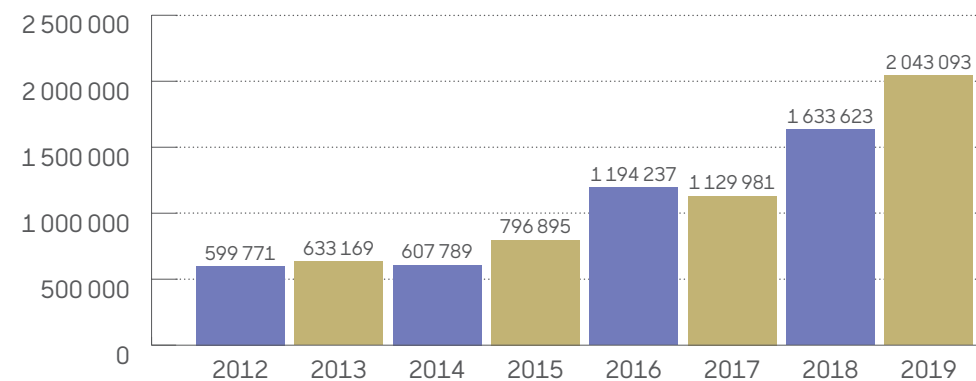
#### Ocenění pro TIC

V soutěži o nejoblíbenější turistické informační centrum kraje Praha za rok 2019, vyhlašované A.T.I.C. ČR a vydavatelstvím KAM po Česku, získalo Visitor Centre na letišti T2 1. místo, Visitor Centre na letišti T1 2. místo a informační centrum Na Můstku 3. místo.





## CELKOVÝ POČET DOTAZŮ V TIC V LETECH 2012–2019



## MOBILNÍ TURISTICKÉ INFORMAČNÍ CENTRUM (MTIC)

S propagací Prahy v České republice i v příhraničních oblastech nám již několik let pomáhá mobilní turistické informační centrum, které vzniklo přestavbou a obrandováním jedné z našich dodávek. Poprvé jsme s ním vyjeli do krajů ČR v roce 2014. Pravidelně se s ním účastníme městských slavností, volnočasových aktivit i veletrhů cestovního ruchu. Profesionální pracovníci TIC zde poskytují informace, tištěné mapy a brožury a propagují sezonní marketingové aktivity hl. m. Prahy.

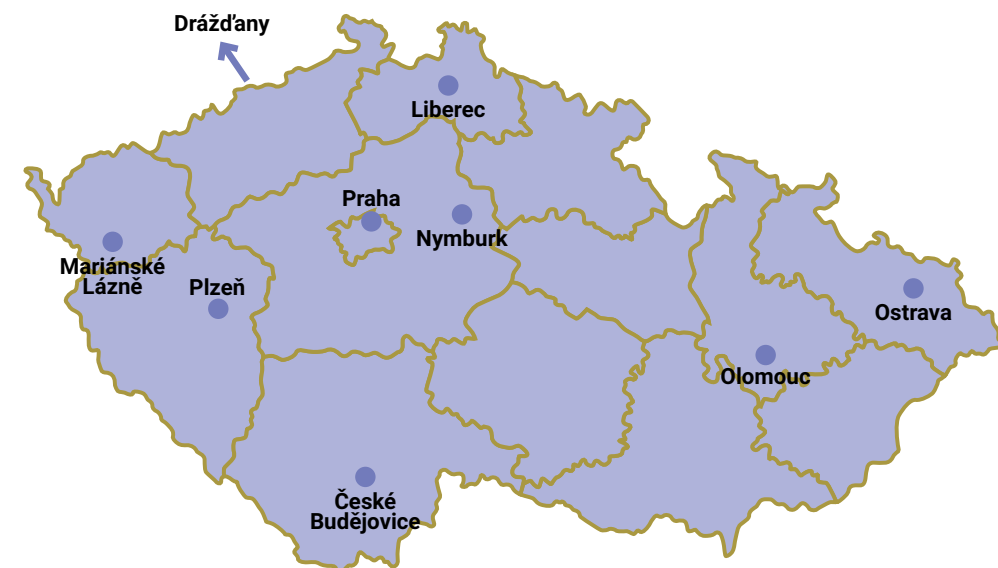
### Přehled uskutečněných akcí s mTIC v r. 2019:

Ostrava: Dovolená a Region – veletrh cestovního ruchu .....	1.–3. 3.
České Budějovice: TravelFest – veletrh cestovního ruchu.....	26.–28. 4.
Mariánské Lázně: Otevírání lázeňské sezony – festival města.....	11. 5.
Nymburk: Lodě na Labi – festival města .....	12. 5.
Olomouc: Slavnosti města – krajské slavnosti .....	30. 5.–1. 6.
Liberec: Liberecký jarmark – svátky města .....	8. 6.
Drážďany: Canaletto festival – městský festival.....	16.–18. 8.
Plzeň: ITEP Plzeň – veletrh cestovního ruchu.....	19.–20. 9.
Praha: Otevíráme Mariánské – městská akce MHMP .....	21. 9.

## NÁVŠTĚVNOST A POČET DOTAZŮ V TIC ZA ROK 2019

TIC	NÁVŠTĚVNÍCI	ZODPOVĚZENÉ DOTAZY
Staroměstská radnice	813 599	581 142
Na Můstku	291 864	416 949
Václavské náměstí	81 484	162 967
Letiště – Terminál 1	200 026	285 752
Letiště – Terminál 2	357 770	596 283
<b>Celkem</b>	<b>1 744 743</b>	<b>2 043 093</b>

## PŘEHLED USKUTEČNĚNÝCH AKCÍ V ROCE 2019 S MTIC





## WEBOVÝ PORTÁL PRAGUE.EU

Pod doménou **www.prague.eu** provozujeme vzájemně propojené weby zaměřené na turistické informace a služby pro českou, zahraniční i odbornou veřejnost. Jde o důležitou platformu pro prezentaci Prahy jako turistické destinace s cílem motivovat k cestě do metropole, poskytovat potenciálním i stávajícím návštěvníkům plnohodnotné turistické informace, tipy na zajímavé akce, místa i zážitky a profesionálům relevantní informace z oblasti cestovního ruchu.

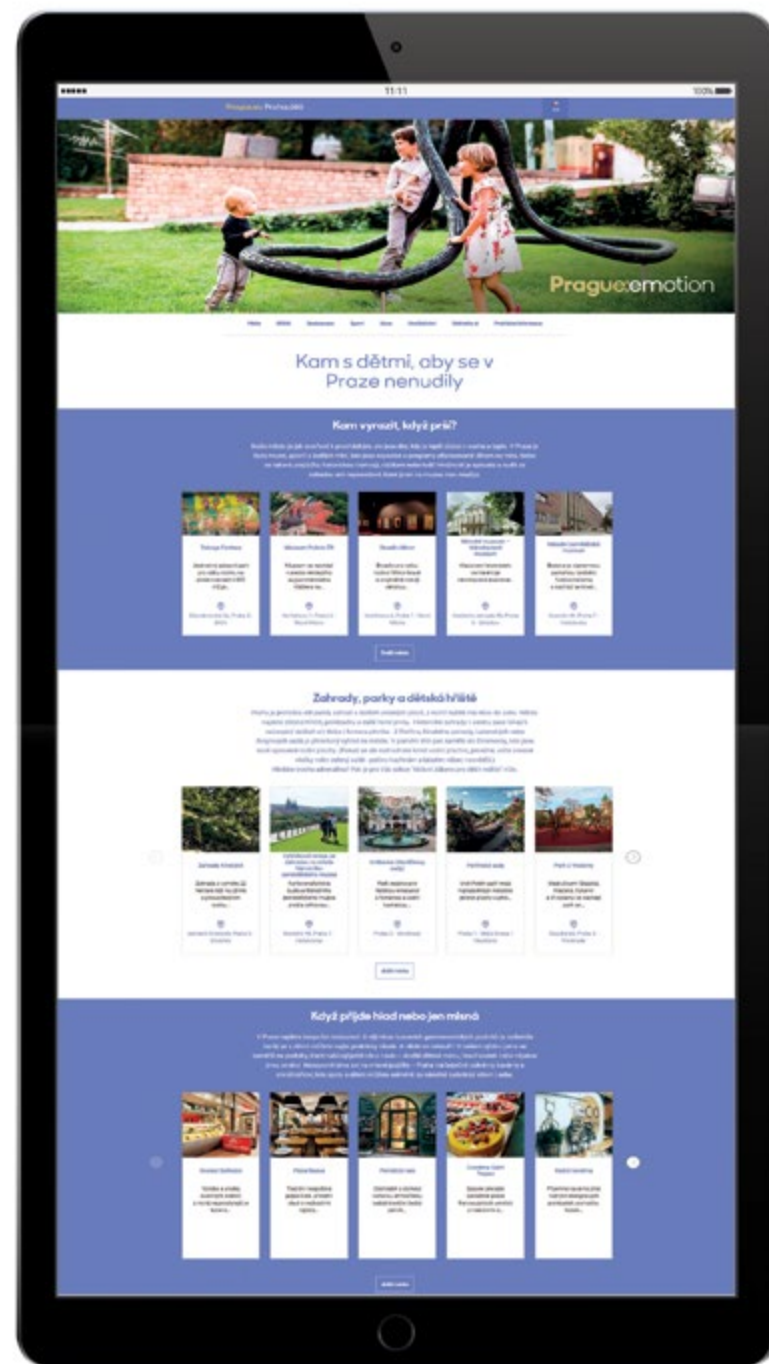
### Rekordní návštěvnost

Rok 2019 potvrdil trend několika předchozích let, kdy zájem o stránky postupně narůstal – s celkovým počtem **5 008 338** návštěv jsme překonali dosavadní rekord z r. 2018. **Denně** si stránky vyhledalo v průměru **13 721** uživatelů a nejúspěšnějším měsícem bylo září s počtem 480 683 návštěv. Předností webu je široká škála ověřených informací, moderní intuitivní grafika, díky níž jsou stránky přehledné a uživatelsky komfortní, atraktivní obrazová složka a v neposlední řadě množství jazykových verzí.

### Tematické landing page

Aktuální marketingová témata, významná výročí, sezonní nabídky metropole či další priority zpracováváme již osvědčenou formou speciálních mikrostránek (landing page) se snadno zapamatovatelnou adresou vycházející z domény prague.eu.

PŘEHLED LANDING PAGE PŘIPRAVENÝCH V R. 2019	JAZYKOVÉ VERZE
Prague.eu/1989	CZ, EN, DE
Prague.eu/vinice (ve spolupráci s MHMP)	CZ
Prague.eu/valentyn	CZ, EN
Prague.eu/golf	CZ, EN
Prague.eu/jaro	CZ, EN, DE
Prague.eu/velikonoce	CZ, EN, DE
Prague.eu/deti	CZ, EN, DE, FR, IT, ESP, RUS
Prague.eu/leto	CZ, EN, DE
Prague.eu/podzim	CZ, EN, DE
Prague.eu/vanoce	CZ, EN, DE
Prague.eu/darek	CZ
Prague.eu/vylety	CZ, EN, DE, FR, IT, ESP, RUS
Prague.eu/prague-guidetours	CZ, EN



### Korporátní stránky

Portál **www.praguecitytourism.cz** je komunikačním nástrojem organizace se zástupci domácích a zahraničních médií, blogery, touroperátory, průvodci i dalšími odborníky z oblasti cestovního ruchu. Nejvyhledávanějšími sekcemi v r. 2019 byly fotobanka a statistiky a analýzy příjezdového cestovního ruchu do Prahy.

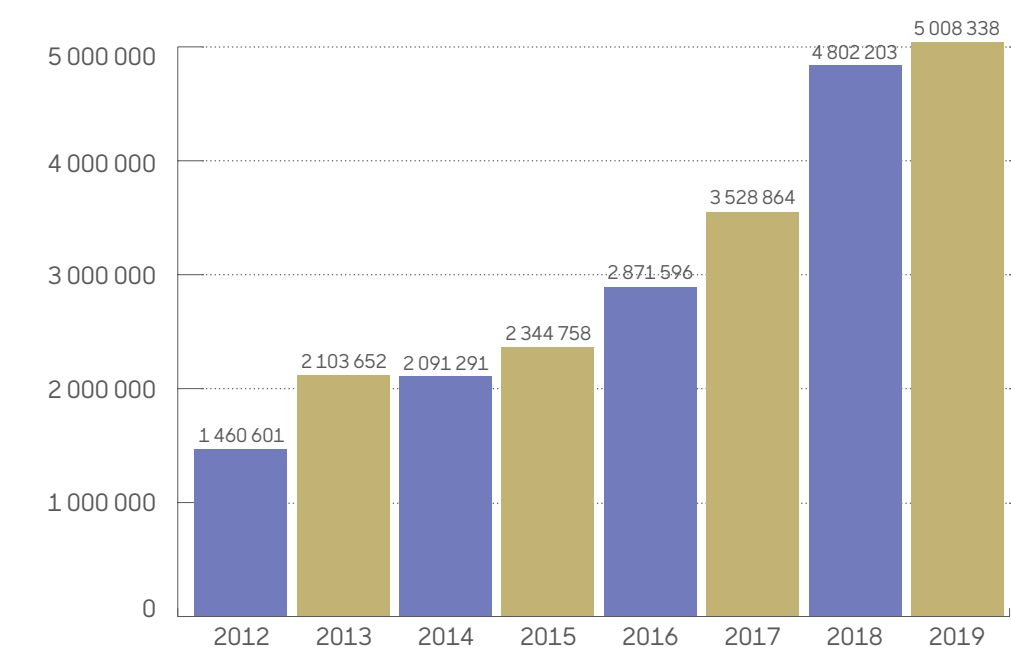
## NEJVÝZNAMNĚJŠÍ ZDROJOVÉ ZEMĚ ZA ROK 2019

ZEMĚ	NÁVŠTĚVY	PODÍL V %
Česká republika	1 462 756	29 %
Německo	439 827	9 %
Itálie	196 827	4 %
Velká Británie	189 458	4 %
USA	185 023	4 %
Francie	157 366	3 %
Španělsko	123 860	2 %
Rakousko	74 170	1 %
Slovensko	64 489	1 %
Rusko	57 371	1 %
ostatní země a území	2 057 191	41 %
<b>Celkem</b>	<b>5 008 338</b>	<b>100 %</b>

### Ocenění

Již potřetí v řadě portál **www.prague.eu** získal první místo v soutěži **Zlatý erb 2019** za nejlepší turistickou prezentaci na webových stránkách.

## NÁVŠTĚVNOST WEBŮ PRAGUE.EU 2012–2019





## DISPEČINK PRŮVODCŮ

Dispečink průvodců zajistil v roce 2019 celkem 1280 akcí, jichž se zúčastnilo 14 972 osob.

Skupinové vycházky (tzv. walking tours) po Starém Městě a Josefově s výkladem v anglickém jazyce jsme od léta pořádali již denně, ve vybraných termínech kvůli vysoké poptávce i v němčině, později přibyla ještě vycházka po Malé Straně a na Karlův most. Skupinových vycházek se celkem zúčastnilo 3386 osob. K vycházkám jsme vydali speciální letáky a distribuovali je přímo do ubytovacích zařízení a kulturních institucí. Nově je možné vycházky zakoupit na serverech Get Your Guide, Booking Experience a Trip Advisor.

V roce 2019 pokračovala kooperace s Dopravním podnikem hl. m. Prahy zajišťováním průvodců do historických tramvají. Tradičně pak Dispečink průvodců organizoval privátní tematické vycházky na přání či realizoval již předpřipravené vycházky, jež jsou nabízeny v našem e-shopu. Našimi klienty byli jak individuální návštěvníci, tak i profesionálové v cestovním ruchu, cestovní kanceláře a agentury, firmy či školy. Ze státní správy jsme tradičně spolupracovali s Městskými částmi Praha 1, 2 a 8, Ministerstvem průmyslu a obchodu, Ministerstvem pro místní rozvoj, Státním zemědělským a intervenčním fondem, Senátem ČR či Magistrátem hl. města Prahy.

V úzké součinnosti se sektorem marketingu jsme zajistili průvodce pro press a fam tripy, novináře, blogery či influencersy. Mezi významné akce patřily např. konference ATCM – Antarctic Treaty Consultative Meeting, projekt Pražské vinice, členské fórum A.T.I.C. ČR. Průvodcovské služby objednalo i Letiště Praha, a.s. a Prague Convention Bureau.

Dispečink průvodců sídlí v přízemí Staroměstské radnice a kromě již uvedených služeb nabízí ve svých prostorách i prodej merchisingového zboží z naší produkce. Na konci roku 2019 bylo rozhodnuto o změně původního názvu Dispečink průvodců na výstižnější Prague:Guides&Tours. Připravili jsme stejnojmennou speciální landing page s ucelenou nabídkou průvodcovských služeb.

## ONLINE PRODEJNÍ SYSTÉM

Online prodejní systém [www.eshop.prague.eu](http://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 nebo u našich smluvních partnerů. E-shop má tři jazykové verze – češtinu, angličtinu a němčinu.

Tento systém nabízí:

- **vlastivědné vycházky:** komentované tematické vycházky
- **privátní vycházky:** individuální prohlídky s našimi profesionálními průvodci
- **kurzy:** vzdělávací cykly přednášek a vycházek
- **suvenýry:** praktické dárkové předměty s motivy Prahy
- **brožury, mapy:** turistické a tematické mapy, brožury o Praze

- **mimořádné události:** online rezervace na akce MHMP a jeho partnerských subjektů
- **doškolení:** různé aktivity pro profesionální průvodce
- **Pražskou univerzitu pro každého:** vzdělávací cykly přednášek a vycházek

V roce 2019 jsme zavedli online prodej doškolenovacích akcí, které slouží pro další odborný rozvoj průvodců. Zvýšili jsme i počet nabízených vzdělávacích kurzů a přednášek. Novinkou je rovněž možnost provizního prodeje, kdy naši smluvní partneři mohou svým klientům nabízet naše profesionální služby.

Velkému zájmu se stále těší objednávání map a brožur z naší produkce zdarma, resp. pouze za poštovné. Za r. 2019 jsme takto poskytli 63 500 ks map a brožur do celého světa. Úspěšny je i prodej merchisingových předmětů a vlastivědných vycházek.

Celkově bylo úspěšně realizováno 9583 transakcí.





# POHLED NA PRAHU Z LETNÉ

Kultovní místo se smutnou historií. Právě zde stával kdysi největší Stalinův pomník na světě... Dnes se na jeho místě nachází obrovský metronom a kolem se rozkládá park, kde se setkávají Pražané, jezdí na skateboardech, odpočívají, popíjejí pivo a u nohou jim leží celé město....

10 miejsc, które warto odwiedzić w Pradze; Łukasz Grzesiczak, Anna Maślanka; 12. 05.2019;  
www.vogue.pl

"Kultowe miejsce ze smutną historią. To na tym wzgórzu stał kiedyś okryty złą sławą największy na świecie pomnik Stalina... Dziś na jego miejscu stoi ogromny metronom, a wokół rozciąga się park, w którym prażanie chętnie się spotykają, jeżdżą na deskorolkach, odpoczywają i popijają piwo, u stóp mając całe miasto."

10 miejsc, które warto odwiedzić w Pradze; Łukasz Grzesiczak, Anna Maślanka; 12. 05.2019;  
www.vogue.pl



## EDIČNÍ ČINNOST

Tištěné informační materiály zůstávají nadále důležitým segmentem nabídky našich turistických služeb. Trvalý zájem o ně jak ze strany návštěvníků, tak odborné veřejnosti dokládá, že mají stále své místo v dnešním digitalizovaném světě. Turisté si je **zdarma** mohou vyzvednout v našich i partnerských **informačních centrech**, objednat v **e-shopu** či prohlédnout a stáhnout v elektronické podobě na turistickém informačním portálu **www.prague.eu** a na korporátních stránkách **www.praguecitytourism.cz**. Prezentujeme je na veletrzích a dalších akcích cestovního ruchu doma i v zahraničí a dále je distribuujeme profesním organizacím a pořadatelům kongresů, konferencí, workshopů a dalších akcí mezinárodního významu.

Brožury, mapy a letáky **propagují Prahu** jako přitažlivou destinaci, poskytují základní informace pro turistickou veřejnost, prezentují aktuální marketingové priority či významná výročí. Velký důraz klademe vedle textového obsahu i na neotřelou grafiku a velké množství kvalitních, vysoce profesionálních fotografií.

**V průběhu roku 2019 jsme vydali 22 titulů brožur, map a letáků v celkovém nákladu 1 182 200 ks**, většinu v mnoha jazykových verzích, v nichž jsme reflektovali zejména 30. výročí sametové revoluce, dlouhodobou strategii zaměřenou na popularizaci čtvrtí mimo historické centrum a soustředili jsme se i na rodiny přijíždějící s dětmi.

Zkraje roku jsme vytiskli speciální brožuru k výročí sametové revoluce **Praha:1989** s výstižným podtitulem 30 let svobody – místa, akce, příběhy. Kromě kalendáře významných akcí konaných k výročí, jenž byl průběžně doplňován na stejnojmenné webové landing page, publikace stručně seznámila čtenáře s důležitými historickými mezníky, s předními osobnostmi této události a místy, kudy v Praze v r. 1989 prošlo revoluční dění.

V netradičním formátu 10dílné skládačky vyšly v pilotním projektu 3 letáky **Prague:neighbourhoods** zaměřené na Holešovice & Letnou, Vinohrady & Vršovice a Karlín. Záměrem bylo upozornit turisty, že i mimo historické centrum jsou v Praze atraktivní lokality, které prošly nebývalou proměnou, nabízejí spoustu míst k poznání a v průvodcích se o nich většinou moc nepíše. Tento projekt bude pokračovat v nadcházejících letech prezentacemi dalších pražských čtvrtí.

Zcela novým tématem byla „Praha tajemná“ s hlavní myšlenkou přiblížit řadu mystérií a fascinujících, někdy až temných příběhů z historie města, ale i některé zvláštnosti a kuriozity. Připravili jsme dvě publikace, a to brožuru pro dospělé čtenáře **Praha:odtajněná** s podtitulem Skryté příběhy stověžatého města a pro děti pak stejnojmennou brožuru s podtitulem Tajemství zlatých makovic a dvanáct dalších pražských zajímavostí.

Pravidelně 4x ročně vydáváme populární **kulturní čtvrtletníky** s výběrem těch nejzajímavějších akcí napříč žánry na nadcházející roční období; významným svátkům a výročím jsou pak

určeny samostatné rubriky a dostatek prostoru je věnován i tematickým článkům propagujícím turisticky přívětivé enklávy mimo centrum či v jeho širším okolí. Zareagovali jsme na poptávku turistů z německy mluvících zemí a od r. 2019 vydáváme čtvrtletníky i v této jazykové verzi. Tento krok se ukázal jako správný – veškerý náklad jednotlivých čísel bývá vždy kompletně rozebrán.

Ve spolupráci s MHMP a Pražskou organizací vozíčkářů jsme vydali 2. díl publikace určené pro osoby se sníženou možností pohybu – brožuru **Praha:čtyři procházky bez bariér 2**. Ta obsahuje čtyři výlety mimo historické centrum přizpůsobené této cílové skupině. Součástí každé trasy je i přehledná mapa.

Na základě výběrového řízení jsme na konci roku 2019 uzavřeli dlouhodobou **rámcovou smlouvu na tiskařské služby**. Takto nastavená spolupráce s tiskárnou umožní vydávat vždy jen takové množství brožur a letáků, které je reálně zapotřebí, což mj. sníží náklady na provoz skladů. Budeme rovněž schopni pružněji reagovat na neplánovanou poptávku.

### OCENĚNÍ

Pravidelně se s našimi publikacemi účastníme soutěžní přehlídky turisticko-propagačních materiálů **TURISTPROPAG**. V dubnu 2019 jsme již podruhé v řadě uspěli – v kategorii Trhací mapa jsme získali třetí místo a v kategorii Mapy měst a regionů pak místo druhé.



Celkový přehled všech titulů vydaných v průběhu roku 2019 včetně nákladů a jazykových verzí je uveden v následující tabulce.

## PŘEHLED TITULŮ VYDANÝCH V ROCE 2019

NÁZEV	NÁKLAD/KS	JAZYKOVÉ VERZE
<b>LETÁKY</b>		
Praha:jaro	25 000	CZ, EN, DE
Praha:léto	30 000	CZ, EN, DE
Praha:podzim	20 000	CZ, EN, DE
Praha:zima	25 000	CZ, EN, DE
Prague:neighbourhoods – Holešovice & Letná	35 000	EN
Prague:neighbourhoods – Vinohrady & Vršovice	30 000	EN
Prague:neighbourhoods – Karlín	30 000	EN
Staroměstská radnice v Praze	200 000	CZ, EN, DE, FR, IT, ESP, RUS, POL, POR, KOR, CHI
Prague:Walking Tours	55 000	EN
Prague: Town Hall Pass	30 000	CZ, EN
Prague City Tourism	10 000	EN
Praha:staňte se průvodcem	5 000	CZ
Inbound Tourism in Prague 2018	200	EN
Pražská vlastivěda – měsíční program	77 000	CZ
<b>MAPY</b>		
Praha.děti	85 000	CZ, EN, DE, FR, IT, ESP, RUS
<b>BROŽURY</b>		
Praha:1989	15 000	CZ, EN, DE
Praha:pěšky 2	60 000	CZ, EN, DE, FR, IT, ESP, RUS
Praha:do kapsy	173 000	CZ, EN, DE, FR, IT, ESP, POL, RUS
Praha:odtajněná	100 000	CZ, EN, DE, FR, IT, ESP, RUS
Praha:židovská	80 000	CZ, EN, DE, FR, IT, ESP, RUS
Praha:čtyři procházky bez bariér 2	12 000	CZ, EN
Praha:děti (odtajněná)	85 000	CZ, EN, DE, FR, IT, ESP, RUS
<b>Celkem</b>	<b>1 182 200</b>	



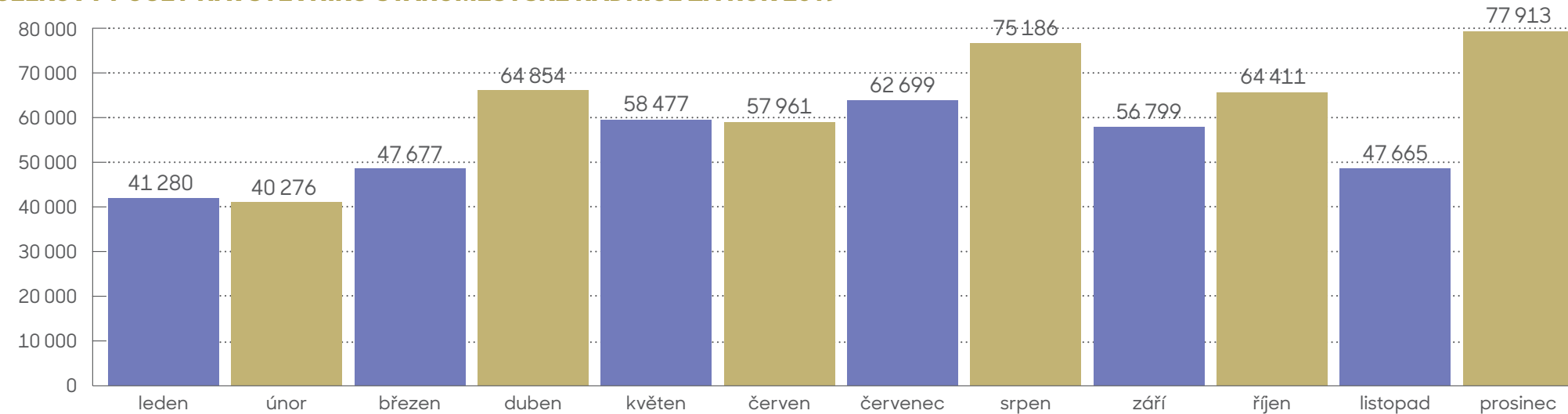


## STAROMĚSTSKÁ RADNICE

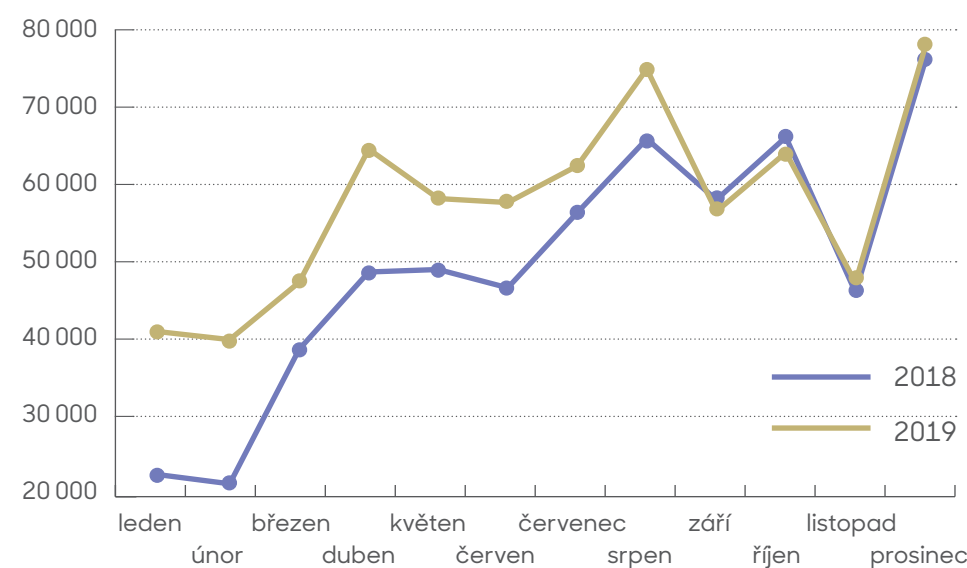
Staroměstská radnice je dlouhodobě oblíbeným cílem domácích i zahraničních návštěvníků Prahy. Její atraktivitu zvýšila i nedávno realizovaná generální oprava nejstarších částí objektu. Ta trvala dva roky a pro turistický provoz znamenala řadu omezení. Oproti předchozímu roku lze v roce 2019 sledovat výrazný **nárůst návštěvnosti**, jež se v prvním čtvrtletí zvýšila průměrně o 63 % měsíčně, první pololetí pak vykazovalo celkový nárůst o více než 30 %. Tato skutečnost, bezpochyby související s rekonstrukcí pražského orloje v první polovině r. 2018, je dokladem velkého významu této integrální součásti Staroměstské radnice i zajímavým ukazatelem toho, nakolik může absence jednoho fenoménu ovlivnit návštěvnost celého objektu. Vrcholem roku 2019 se stal prosinec s rekordními 2500 návštěvníky denně.

Ke vstupu do Staroměstské radnice opravňuje jediná vstupenka společná pro oba prohlídkové okruhy, tj. radniční věž a historické interiéry. Žádaným produktem je i tzv. **Town Hall Pass** – kombinovaná vstupenka do Novoměstské a Staroměstské radnice. Po velmi úspěšném testovacím provozu v roce 2018 se stala trvalou položkou v nabídce našich vstupenek a zájem o ni stále stoupá – měsíčně si ji zakoupí až 1000 lidí. Na úspěšnou spolupráci s platformami Booking Experiences a Viator navázala spolupráce další – počátkem roku 2019 jsme spustili distribuci vstupenek do objektu přes portál **Get Your Guide**.

### CELKOVÝ POČET NÁVŠTĚVNÍKŮ STAROMĚSTSKÉ RADNICE ZA ROK 2019



### SROVNÁNÍ NÁVŠTĚVNOSTI STAROMĚSTSKÉ RADNICE ZA OBDOBÍ 1–12/2018 A 1–12/2019



Abychom zajistili plynulost provozu, upravili jsme s nástupem letní sezony **portál k nákupu mobilních vstupenek**. Rozhraní prošlo obsahovými a technickými změnami i vizuální obnovou, jež koresponduje s korporátním stylem organizace. Výsledkem bylo mj. **zavedení časových slotů** při nákupu mVstupenky – nově jej může v horizontu půlhodiny provést omezený počet zájemců. Odstranili jsme tak přetíženost některých částí objektu a především jsme i přes strmě rostoucí návštěvnost zachovali největší výhodu mobilní vstupenky, tj. přednostní vstup při odbavení. O tento benefit je stále větší zájem – rekordní výsledky přinesl prosinec s více než 7000 zakoupenými mVstupenkami.

Technicky jsme vylepšili také pokladní systémy, které jsou od července 2019 provozovány na moderním **online serveru**, jež zaručuje jejich stabilitu, umožňuje lepší ovládání i monitoring. V souvislosti s tímto upgradem byly do provozu pořízeny nové **čtečky čárových kódů**, jež umožňují online ověřování platnosti papírových i mobilních vstupenek. Tato inovace výrazně zvýšila zabezpečení našich prodejních systémů.

Dozvukem loňského bezpečnostního auditu byly dílčí úpravy stávajícího provozu. Začátkem roku jsme upravili **orientační a informační systém na radnici** – lépe jsme označili pokladní místa, zvýšila se informovanost o vstupném, pro lepší průchodnost osob se upravila navigace při vstupu do návštěvnických okruhů, zavedli jsme vstupenky v anglické jazykové verzi. Dobrou orientaci v nabídce našich produktů i v samotné památce potvrdil **mystery shopping** realizovaný v letních měsících. Deset náhodných návštěv hodnotilo celkové prostředí památky, vybavenost turistickými materiály a především klientský servis. Některé zjištěné nedostatky budou řešeny novými provozními opatřeními.

Negativním jevem, který jde ruku v ruce s narůstající návštěvností, byl výskyt kapsářů. Na toto zjištění jsme v letních měsících reagovali **navýšením počtu pracovníků bezpečnostní agentury**, čímž se podařilo kriminální aktivitu zcela odstranit.

V průběhu letního období jsme zrekonstruovali některé interiéry, mj. kancelářské prostory a zázemí zaměstnanců. Velkou novinkou pak bylo **otevření dětské dílny**, jež vznikla v dosud nevyužívaných sálech druhého patra. Kreativní činnosti, které jsou tradiční součástí prohlídek pro děti, tak našly vhodné prostory.

Závěr hlavní sezony patřil **Radnici dokořán**, jejíž pátý ročník se stal historicky největší akcí, jakou Staroměstská radnice zažila. V průběhu necelých deseti dnů památka ožila řadou tematických prohlídek, hudebních vystoupení, přednášek, otevřely se běžně nepřístupné prostory. Jednotčím prvkem programu byla připomínka osobnosti krále Václava IV. a 600 let od jeho úmrtí. Velkolepou dramaturgii zakončila interaktivní podívaná v podzemí radnice – sklepní prostory opanovaly dvě desítky archeologů, kteří zde předvedli dokonalou rekonstrukci běžných středověkých činností i specializovaných řemesel. Radnici dokořán 2019 si nenechalo ujít více než 2600 lidí.

K 30. výročí sametové revoluce jsme ve spolupráci s organizací Post Bellum připravili speci-

ální akci **Nebyl to jen Listopad**. Vznikla tak zbrusu nová návštěvnická trasa, která představuje reprezentační síně památky jako cestu českými dějinami 20. století. Unikátní osvětový projekt, vedený dvěma moderátory, doplňuje nabitý doprovodný program – výklad je doprovázen výstupy herců v dobových kostýmech a uniformách, vzpomínkami pamětníků či prací s celou řadou neobvyklých perspektív. Akce je určena především vzdělávacím institucím a pravidelně bude na programu i v příštím roce.

Do nabídky prohlídek pro děti přibyl v průběhu podzimu 2019 nový pětidílný cyklus **Radnicí krok za krokem, dům za domem**. Každá epizoda, zaměřená vždy na konkrétní téma, se odehrává v jednom z pěti radničních domů. Nová dětská dílna, kde je prohlídka zakončena, je pak místem, kde si malí návštěvníci mohou vytvořit model radničního domu, který byl dějištěm prohlídky. Ti z nich, kteří navštíví všech pět dílů cyklu, nakonec spojením jednotlivých domů získají model celého radničního areálu. První dva díly jsme spustili v závěru roku 2019, zbylé tři epizody budou realizovány v prvním pololetí roku nadcházejícího.

V průběhu celého roku jsme pořádali tradiční **večerní prohlídky** Staroměstské radnice. Jako důležitý partner jsme se podíleli také na zajištění akcí **Noc hotelů 2019** a **Ledová Praha 2019**.





KARLÍN

Právě díky povodním v roce 2002 byla tato čtvrť rekonstruována a přeměněna na moderní centrum. Dnes je Karlín tou pravou hipsterskou čtvrtí a místem, kam se chodí za dobrým pitím, jídlem a... party až do rána, pokud to je to, po čem toužíte.

8 coups de coeur pour découvrir Prague comme un vrai de vrai Pragois; Sarah-Émilie Nault; 5 avril 2019; [www.journaldemontreal.com](http://www.journaldemontreal.com)

MACHINEHOUSE

"C'est à la suite des inondations de 2002 que le quartier a été reconstruit et a été transformé en centre plus moderne. Aujourd'hui, Karlin se veut LE quartier hipster de Prague et l'endroit où l'on se rend pour bien boire, bien manger et... faire la fête toute la nuit si tel est notre désir."

8 coups de coeur pour découvrir Prague comme un vrai de vrai Pragois; Sarah-Émilie Nault; 5 avril 2019; [www.journaldemontreal.com](http://www.journaldemontreal.com)



# PRAŽSKÁ VLASTIVĚDA A VZDĚLÁVÁNÍ PRŮVODCŮ

## PRAŽSKÁ VLASTIVĚDA

Pod pojmem **Pražská vlastivěda** se skrývá široká nabídka tematicky pestrých a vzdělávacích vycházek po Praze a jejím blízkém okolí. Do edukačního programu jsou zařazovány i přednášky, které se konají v nově zrekonstruovaných učebnách centrály Prague City Tourism. Vycházky vedou zkušeni a licencovaní průvodci nebo lektori odborných institucí. Široký záběr stabilního týmu průvodců dovoluje mapovat nejen lokality v centru Prahy, ale i v okolních městských částech, někdy až za hranicemi hlavního města.

**V roce 2019 jsme ve spolupráci s průvodci uspořádali 509 akcí, jichž se zúčastnilo 17 940 osob.** Dále jsme realizovali 34 individuálních akcí, mezi nimi vycházky pro soukromě objednané zájemce, senior kluby nebo státní instituce, např. pro Magistrát hl. m. Prahy nebo Městskou část Praha 7. Podíleli jsme se také na projektu SenSen a na Betlémské kulturní noci, participovali jsme na Radnici dokořán 2019 či Pragodentu 2019.

K **30. výročí sametové revoluce** jsme v listopadovém programu věnovali významný prostor vycházkám a přednáškám, které se tematicky vracely k tomuto důležitému mezníku naší historie. Pražská vlastivěda nezapomněla ani na **nejmenší účastníky vycházek**, pro něž připravila populárně naučné vycházky. I v roce 2019 jsme nabízeli oblíbené vycházky **nordic-walking** nejen s průvodcem, ale i sportovním instruktorem. Tradiční byla součinnost s mnoha institucemi, např. Národní galerií Praha, GHMP, Poslaneckou sněmovnou, Národním divadlem, Rudolfinem, Pražským hradem, UPRUM, Břevnovským klášterem a mnoha dalšími subjekty. Obnovena byla také spolupráce v rámci vycházek s Židovskou obcí a Židovským muzeem Praha.

Mezi nejúspěšnější vycházky v roce 2019 patřily tradičně **Dvory, dvorky, dvorečky**, Utajené zahrady, Pražské průchody a pasáže, Románská Praha, cyklus vycházek do památek Židovské obce a Židovského muzea Praha, vycházky **za vilami do Černošic** nebo za malostranskými paláci.

## PRAŽSKÁ VLASTIVĚDA V ČÍSLECH

počet vycházek ..... 509  
počet návštěvníků ..... 17 940

## PRŮVODCOVSKÉ VZDĚLÁVÁNÍ

Zájemcům o průvodcovskou činnost jsme v roce 2019 nabídli rekvalifikační akreditované kurzy s 201hodinovou dotací. Celkem proběhlo 7 kurzů, a to:

- Rekvalifikační kurz Průvodce Prahou (studium možné i o víkendu)
- Rekvalifikační kurz Průvodce Prahou a Průvodce cestovního ruchu
- Rekvalifikační kurz Průvodce cestovního ruchu

Uspořádali jsme **11 profesních zkoušek** Průvodce Prahou, jichž se zúčastnilo 26 uchazečů, a 1 zkoušku Průvodce cestovního ruchu. Ve spolupráci s Židovským muzeem v Praze jsme zprostředkovali 2 kurzy a 9 zkoušek.

Kromě výše zmíněných činností pořádáme pro zájemce z řad našich průvodců doškolovací akce na různá témata. V r. 2019 bylo realizováno **42 doškolovacích akcí** pro 690 průvodců.

V polovině roku byla ukončena výměna starých průkazů Průvodce Prahou a od července tyto průkazy pouze vydáváme. V průběhu roku si o tuto službu zažádalo celkem 130 průvodců.

K 31. 12. 2019 byl zrušen **VIP klub průvodců**, který svou koncepcí již neodpovídal trendům moderního pojetí cestovního ruchu. Místo toho nabídneme zájemcům z řad našich průvodců celodenní semináře se zajímavými současnými tématy.

## PRŮVODCOVSKÉ VZDĚLÁVÁNÍ V ČÍSLECH

počet kurzů ..... 9  
počet kurzistů ..... 117  
počet doškolovacích akcí ..... 42  
počet účastníků doškolovacích akcí ..... 690  
počet vydaných průkazů Průvodce Prahou ..... 130  
celkový počet držitelů průkazů Průvodce Prahou ..... 1591

## PRAŽSKÁ UNIVERZITA PRO KAŽDÉHO

Pražská univerzita pro každého pro své posluchače v průběhu r. 2019 připravila 5 přednáškových cyklů. Kromě kurzů, které pokračovaly z předchozího období, bylo možné od června zakoupit **nově připravené cykly**, a to:

- Praha matka měst
- Kalendárium výročí 2019–2020
- Šlechtické rody
- Zámky, hrady, letohrádky
- Filmový průmysl v Praze

Jako novinku jsme posluchačům nabídli možnost navštěvovat přednášky nejen v odpoledních a večerních hodinách, ale také dopoledne. O Pražskou univerzitu pro každého je tradičně velký zájem – většina cyklů byla vyprodána během 14 dnů od zahájení prodeje.

## PRAŽSKÁ UNIVERZITA PRO KAŽDÉHO V ČÍSLECH

počet nabízených kurzů ..... 10  
počet pořádaných akcí ..... 190  
počet posluchačů ..... 462

## ODBORNÁ KNIHOVNA

Knihovna je určena kurzistům, průvodcům, zaměstnancům a zájemcům z řad odborné veřejnosti. Ke konci roku obsahovala cca 14 000 knih a průběžně ji doplňujeme o nové tituly, především o pragensie, knihy s tematikou dějiny umění, technické památky aj. **Katalog knih** je čtenářům k dispozici na [www.praguecitytourism.cz](http://www.praguecitytourism.cz).





# VYŠEHRAD

Chcete-li se vyhnout davům turistů, které každý den obléhají Pražský hrad, vydejte se raději na tisíc let starou pevnost Vyšehrad, která je stejně krásná jako Hrad, ale je méně známá a navštěvovaná.

PRAG: Zlatni grad u srcu Evrope; Tanja Marković;  
Nov 15, 2019; [www.medium.com](http://www.medium.com)

"Ukoliko biste radije izbjegli horde turista koji svakodnevno opsjedaju Praški dvorac, zaputite se onda do tvrđave Vyšehrad, stare hiljadu godina, koja je podjednako lijepa kao i dvorac samo mnogo manje znana i posjećena."

PRAG: Zlatni grad u srcu Evrope; Tanja Marković;  
Nov 15, 2019; [www.medium.com](http://www.medium.com)



## ROK 2019 V ČÍSLECH PRAGUE CITY TOURISM

5 008 338	návštěv na <a href="http://www.prague.eu">www.prague.eu</a> z 228 zemí a správních celků světa
2 043 093	zodpovězených dotazů v turistických informačních a návštěvnických centrech
1 744 743	návštěvníků turistických informačních a návštěvnických center
1 182 200	ks vydaných turistických brožur, map a letáků
695 198	návštěvníků Staroměstské radnice
223 287	fanoušků na Facebooku Prague.eu
63 500	ks tištěných turistických materiálů objednaných přes e-shop
25 381	fanoušků na Facebooku Prague City Tourism
17 940	návštěvníků Pražské vlastivědy
14 280	svazků v odborné knihovně PCT
13 721	návštěv denně na portálu <a href="http://www.prague.eu">www.prague.eu</a> (průměr)
9583	transakcí uskutečněných přes e-shop
7246	prodaných merchandisingových předmětů
4362	vyřízených písemných a telefonních dotazů
3386	osob se zúčastnilo walking tours
2600	návštěvníků akce Radnice dokořán 2019
1280	akcí zajištěných dispečinkem průvodců
690	průvodců na doškolovacích akcích
636	výstupů v tištěných a audiovizuálních digitálních domácích médiích
509	uspořádaných vlastivědných vycházek
462	posluchačů Pražské univerzity pro každého
232	fam tripů a press tripů, na nichž se PCT podílel
130	vydaných průkazů Průvodce Prahou
42	doškolovacích akcí pro průvodce
21	jazykových mutací má turistický portál <a href="http://www.prague.eu">www.prague.eu</a>
9	veletrhů v ČR i v zahraničí s účastí PCT
5	turistických informačních center ve správě PCT





# HOSPODAŘENÍ PRAGUE CITY TOURISM V ROCE 2019

## HLAVNÍ ČINNOST

Hlavní činností Prague City Tourism (PCT) byla propagace Prahy jako atraktivní turistické destinace na domácím i mezinárodním trhu, dále poskytování turistických služeb návštěvníkům, vzdělávání průvodců a zajišťování návštěvnického provozu ve Staroměstské radnici.

Marketingová komunikace probíhala prostřednictvím různých kanálů v online i offline prostředí.

- 1. WEB a online reklama.** V online prostředí byl využit webový portál [www.prague.eu](http://www.prague.eu), který je zdrojem vysokého počtu organické návštěvnosti a s ním související SEO – Search Engine Optimization. Tato návštěvnost byla vhodně doplněna PPC kampaněmi.
- 2. Sociální sítě.** Ze sociálních sítí byla aktivní komunikace vedena na Instagramu, Facebooku a Twitteru prostřednictvím vysoutěžené digitální agentury Nydrle.
- 3. E-mailing a podpora prodeje.** V oblasti automatické e-mailové komunikace byl nově využit automatický komunikační nástroj integrovaný v CRM systému. Kromě tradičně vydávaných informačních newsletterů jsme začali aktivně propagovat i naše produkty, které je možné u nás zakoupit online.
- 4. Reklama offline** probíhala zejména formou tištěné inzerce v relevantních domácích i zahraničních médiích, tak i na outdoorových inzertních plochách.
- 5. PR** vydáváním tiskových zpráv a organizací novinářských setkání i osobním či elektronickým kontaktem s médii, blogery a influencery, vytvářením tiskových podkladů a materiálů a jejich distribucí.

Klíčovými komunikačními tématy Prahy pro rok 2019 byla skrytá historie Prahy (smyslem je prohloubit zážitek návštěvníků z vizuální stránky města), propagace čtvrtí mimo historické centrum, 30. výročí listopadového převratu a Praha pro rodiny s dětmi.

V oblasti průvodcovských služeb jsme dále rozšířili a zlepšili nabídku řady vycházek pro zahraniční klientelu, a to jak v historickém centru Prahy, tak i mimo něj. Pokračovali jsme ve vzdělávání průvodců a v nabídce populárních vzdělávacích programů včetně vlastivědných vycházek pro širokou veřejnost.

Dále proběhla rekonstrukce prostor v obou učebnách, které mají nyní nové moderní pojetí a jsou připraveny poskytnout i širší nabídku služeb. Nakoupili jsme moderní kancelářský nábytek do kanceláří, učeben i na Staroměstskou radnici, kde navíc vznikla dětská dílna.

**Z finančního pohledu byl rok 2019 velmi úspěšný. Podařilo se nám dosáhnout rekordních tržeb v historii organizace ve výši 142 822,7 tis. Kč. Hlavní složku celkových výnosů ve výši 133 025,4 tis. Kč tvoří tržby ze Staroměstské radnice. Celkové náklady byly ve výši 138 232,8 tis. Kč, hospodářský výsledek skončil ziskem ve výši 4 589,9 tis. Kč, aniž bychom museli čerpat neinvestiční příspěvek.**

Oproti předcházejícím rokům nebyl v r. 2019 provoz Staroměstské radnice omezen žádnými stavebními pracemi ani dílčími opravami. Díky realizaci generální obnovy nejstarších částí budovy v letech 2017–2018 se navíc atraktivita památky z turistického hlediska ještě zvýšila. Výsledkem těchto skutečností pak byla vysoká návštěvnost objektu a s tím související objem získaných tržeb. Návštěvnost Staroměstské radnice také významně ovlivnila intenzivní spolupráce s dalšími subjekty cestovního ruchu (turistické portály Get Your Guide aj.) i podpora oblíbených produktů (Town Hall Pass a mVstupenka). V prvním čtvrtletí roku 2019 tak došlo v porovnání se stejným obdobím roku 2018 ke zvýšení počtu návštěvníků průměrně o 63 % měsíčně, první pololetí roku 2019 pak vykazovalo celkový nárůst o více než 30 % ve srovnání s předchozím rokem.



## DOPLŇKOVÁ ČINNOST

Do doplňkové činnosti organizace pro rok 2019 není zahrnut podej produktu Prague Card, který významně ekonomicky ovlivňoval doplňkovou činnost v roce 2018 i v letech předcházejících. Smlouva s firmou Hello Prague Card, z.ú. skončila k 31. 1. 2019. Důvodem je realizace zcela nového obdobného produktu turistické karty přímo městem (MHMP), nikoliv soukromým provozovatelem jako v případě Prague Card. PCT se na vzniku nové karty úzce podílí a v budoucnu převezme jeho správu pro MHMP.

**Hospodářský výsledek je ztrátový: –2 235,6 tis. Kč.**

Ztrátu způsobila turistická karta tím, že vytvářela jen náklady, a to hlavně mzdové, aniž by došlo k jakýmkoliv prodejm. Organizace udělala opatření, a to změnu klíčování poměru nákladů mezi hlavní činností a doplňkovou z důvodu ukončení turistické karty k 31. 1. 2019.

Tržby ve výši 24,9 mil. Kč jsou tvořeny prodejem jízdenek DP na MHD, průvodcovskou činností – dispečink průvodců, tržby e-shopu, tržby za merchandisingové předměty a služby za zprostředkování. Z toho je 13,5 mil. Kč tržeb z jízdného MHD a 1,2 mil. Kč plyne z našeho e-shopu, z komisionálních prodejů a 3,9 mil. Kč z průvodcovských služeb v rámci sektoru odborných činností a 3 mil. ze zprostředkovatelských služeb, z pronájmů v hodnotě 740 tis. a 2,4 mil. za prodej Prague Card za 01/2019.

Celkové náklady v doplňkové činnosti jsou ve výši 27,1 mil. Kč. Nejvyšší podíl tvoří spotřebované nákupy ve výši 16 mil. Kč, z kterých zásadně převažuje prodané zboží ve výši 15,7 mil. Kč. Tato položka ovšem koresponduje s tržbami, které jsou za jízdenky MHD a zboží v TIC utrženy. Významnými položkami jsou dále osobní náklady, a to ve výši 5,6 mil. Kč, a služby ve výši 3,5 mil. Kč, kde byl stejně jako v hlavní činnosti nejvýznamnější nárůst nákladů za nájemné způsobený zvýšením nájemných ploch.





# ROZBOR HOSPODAŘENÍ PCT ZA ROK 2019

## HLAVNÍ ČINNOST

	V TIS. KČ			
	SCHV. ROZP. 2019	UPRAV. ROZP. K 31. 12. 2019	SKUTEČNOST K 31. 12. 2019	SKUTEČNOST K 31. 12. 2018
<b>VÝNOSY CELKEM</b>	<b>91 300,0</b>	<b>98 000,0</b>	<b>142 822,7</b>	<b>117 277,3</b>
z toho: ze vstupného	89 000,0	84 180,0	133 025,4	115 245,3
z prodeje služeb	0,0	4 820,0	3 147,5	0,0
ostatní výnosy	2 300,0	9 000,0	6 649,8	2 032,0
<b>NÁKLADY CELKEM</b>	<b>108 554,0</b>	<b>149 100,1</b>	<b>138 232,8</b>	<b>115 362,1</b>
z toho vybrané položky				
Spotřebované nákupy – z toho:	6 650,0	9 352,5	7 275,8	8 467,3
spotřeba materiálu	5 800,0	8 141,5	6 280,6	7 648,1
spotřeba energie	850,0	1 211,0	995,2	819,2
Služby – z toho:	30 200,0	56 678,1	34 598,5	31 591,3
opravy a udržování	950,0	1 244,5	1 194,4	928,7
cestovné	700,0	971,5	921,1	657,6
náklady na reprezentaci	250,0	250,0	237,5	245,0
nájemné a služby (nebytové prostory)	2 400,0	3 297,8	3 280,5	2 326,0
úklid	490,0	655,3	654,5	465,3
výkony spojů	830,0	901,0	900,5	828,4
ostraha objektů	980,0	2 980,0	1 479,4	978,6
propagace	17 000,0	36 850,0	16 466,7	17 207,6
Osobní náklady – z toho:	51 918,7	59 700,0	60 708,1	50 996,1
prostředky na platy	27 205,3	34 700,4	34 412,2	28 990,9
ostatní osobní náklady	9 100,0	9 100,0	11 029,1	9 034,0
zákonné sociální pojištění	11 500,0	11 786,2	13 207,3	11 104,4
zákonné sociální náklady – FKSP	560,0	691,0	690,7	581,4
Daně a poplatky	350,0	479,2	470,6	347,4
Ostatní náklady – z toho:	1 735,3	3 753,8	7 046,0	1 726,6
sml. pokuty a úroky z prodlení	0,0	0,0	0,0	0,0
jiné pokuty a penále	0,0	0,0	0,0	44,5
manka a škody	0,0	2,0	1,9	263,9
Odpisy dlouhodobého majetku	3 500,0	3 990,0	3 870,8	3 246,5
z dotace hl. m. Prahy	3 500,0	3 990,0	3 870,8	3 246,5
ze stát. dotace a zahraničí	0,0	0,0	0,0	0,0
Drobný dlouhodobý majetek	3 200,0	4 140,0	4 139,0	1 070,0
Daň z příjmů	11 000,0	11 006,5	20 124,0	17 916,9
Hospodářský výsledek	-17 254,0	-51 100,1	4 589,9	1 915,2
Neinvestiční příspěvek	15 000,0	48 846,1	48 846,1	27 702,5
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>-2 254,0</b>	<b>-2 254,0</b>	<b>53 436,0</b>	<b>29 617,7</b>

## DOPLŇKOVÁ ČINNOST

	V TIS. KČ	
	SCHV. ROZP. 2019	SKUTEČNOST K 31. 12. 2019
<b>VÝNOSY CELKEM</b>	<b>15 000</b>	<b>24 894,00</b>
<b>NÁKLADY CELKEM</b>	<b>14 931</b>	<b>27 129,60</b>
z toho vybrané položky		
Spotřebované nákupy	6 900	15 983,90
z toho: spotřeba materiálu	122	122,30
spotřeba energie	90	132,90
Služby	3 400	3 505,20
z toho: opravy a udržování	35	139,40
cestovné	20	22,60
nájemné a služby (nebytové prostory)	255	352,90
úklid	78	120,50
výkony spojů	88	95,20
Osobní náklady – z toho:	4 000	5 597,50
mzdové náklady	2 520	3 458,80
ostatní osobní náklady	650	619,30
zákonné soc. pojištění	750	1 274,40
zák. soc. náklady – FKSP	50	70,00
Daně a poplatky	40	170,40
Ostatní náklady – z toho:	78	372,50
smluvní pokuty a úroky z prodlení	0	2,00
jiné pokuty a penále	0	0,00
manka a škody	0	0,00
Odpisy dlouhodobého majetku	211	239,00
z toho: z budov a staveb	76	54,00
zařízení	135	185,00
Drobný dlouhodobý majetek	289	201,90
Daň z příjmů	13	1 059,20
<b>HOSPODÁŘSKÝ VÝSLEDEK (+ zisk, - ztráta)</b>	<b>69</b>	<b>-2 235,60</b>





Na 300 metrů vysokém Petříně je dvoukilometrová vyhlídková stezka, která začíná v zahradě Strahovského kláštera. Pečlivě udržované cestičky vedou k odlehlým místům i četným atrakcím. Místní parky a zahrady jsou ideálním místem pro pěší – místní i turisty.

Praga. Zwiedzanie najciekawszych atrakcji w stolicy Czech; Podróże Radia Z; 7. 2. 2019; [www.radiozet.pl](http://www.radiozet.pl)

"Przez ponad 300-metrowe wzgórze Petřín prowadzi dwukilometrowy szlak widokowy – rozpoczyna się w ogrodzie klasztornym na Strahowie. Starannie utrzymane alejki prowadzą do ustronnych zakątków i licznych atrakcji. Tutejsze parki i ogrody są idealnym miejscem dla wielbicieli spacerów – mieszkańców i turystów."

Praga. Zwiedzanie najciekawszych atrakcji w stolicy Czech; Podróże Radia Z; 7. 2. 2019; [www.radiozet.pl](http://www.radiozet.pl)



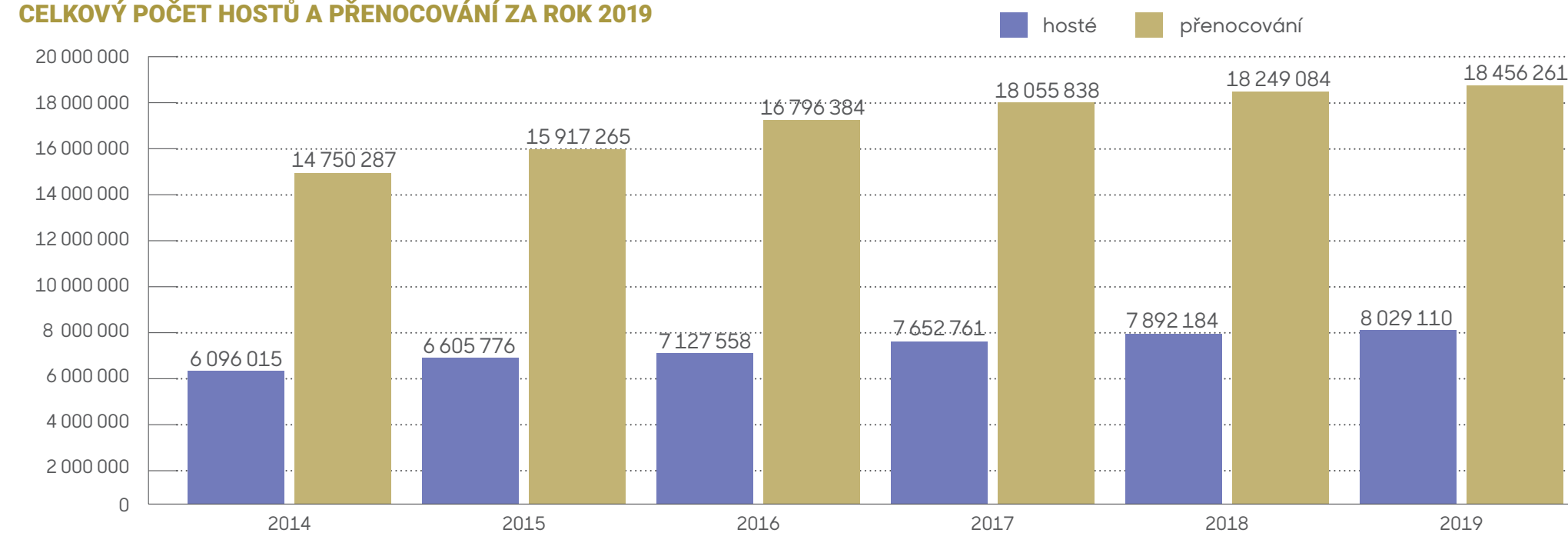
## CESTOVNÍ RUCH V PRAZE V ROCE 2019

Praha poprvé ve své historii pokořila hranici 8 milionů návštěv a stejně jako v mnoha předchozích letech **zaznamenala rekordní počet hostů a přenocování**. Hromadná ubytovací zařízení v Praze, do kterých se počítají hotely, penzióny, hostely, ubytovny a kempy, v průběhu roku 2019 přivítala **8 029 110 hostů**. Ti se zde ubytovali na **18 456 261 nocí**.

V porovnání s rokem 2018 vzrostl počet návštěvníků o **136 926**, což odpovídá meziročnímu přírůstku **1,7 %**. Stejný procentní přírůstek se týká i hostů ze skupiny nerezidentů, jejichž počet se oproti minulému roku zvedl o **115 445** hostů. Nárůst návštěv mezi hosty z řad rezidentů činil **21 481**, procentní meziroční přírůstek je tedy nepatrně vyšší než u nerezidentů, tedy **1,8 %**.

Zatímco v průběhu roku 2019 bylo zaevidováno **6 786 151** hostů z řad nerezidentů, rezidentů se v pražských hromadných ubytovacích zařízeních ubytovalo pouze **1 242 959**. Stejně jako v minulém roce podíl zahraničních hostů tvořil **84,5 %** z celkového počtu návštěvníků a výrazně tak převyšoval procento návštěvníků z řad domácího obyvatelstva, kteří se na celkovém počtu návštěvníků Prahy podíleli měrou **15,5 %**.

### CELKOVÝ POČET HOSTŮ A PŘENOCOVÁNÍ ZA ROK 2019



Pořadí **TOP 10 zdrojových zemí** (viz tabulka), ze kterých každoročně Praha eviduje nejvíce příjezdů, zůstává oproti předchozím rokům v roce 2019 prakticky nezměněné. Stejně jako v roce 2018 prvních 5 míst patří Německu, Spojeným státům americkým a Spojenému království, následovaným Ruskem a Itálií. Oproti roku 2018 se na 6. místě letos umístilo Slovensko, které o 129 návštěvníků překonalo Čínu, která tímto klesla na 7. příčku z hlediska počtu hostů. Také Jižní Korea a Polsko zůstávají v tomto pořadí stabilně na 8. a 9. místě. Poslední místo v TOP 10 zdrojových zemích obsadila Francie, jejíž meziroční procentní přírůstek hostů činil 8,2 % a sesadila tak Španělsko, které toto místo obsadilo minulý rok. I u ostatních území, která jsou monitorována, byl ve většině případů (**30 území z 55**) zaznamenán **přírůstek** počtu hostů.

Stejně jako počet hostů, i počet přenocování dosáhl rekordního počtu **18 456 261** nocí, na kterém se podíleli jak nerezidenti s **16 340 315 (88,5 %)** přenocováními, tak rezidenti se **2 115 946 (11,5 %)** nocemi strávenými v hromadných ubytovacích zařízeních. Oproti roku 2018 došlo k procentnímu přírůstku přenocování o **1,1 %**, který odpovídá celkově **207 177** nocím. Za tento přírůstek vděčíme zejména zahraničním hostům, jejichž počet přenocování se zvedl

o **207 315** nocí oproti předchozímu roku, tj. o **1,3 %**. Počet přenocování v pražských ubytovacích zařízeních mezi rezidenty naopak klesl o **138** nocí.

Ze zahraničních návštěvníků v ubytovacích zařízeních strávili nejvíce nocí návštěvníci z Německa (**2 048 576 nocí**), podíleli se tedy **11 %** na celkovém počtu přenocování. Stejně jako minulý rok i letos návštěvníci z Ruska obsadili s **1 380 287** přenocováními druhou příčku mezi zeměmi s nejvyšším počtem přenocování a podílejí se měrou **7,5 %** na celkovém počtu přenocování. Na počtu přenocování se významně podílí i hosté z dalších hlavních zdrojových zemí, jako jsou Spojené státy americké či Spojené království, u nichž počet přenocování rovněž přesáhl hranici jednoho milionu.

Průměrná délka pobytu v hromadných ubytovacích zařízeních v Praze zůstala na hodnotě **2,3 noci**, stejně jako v roce 2018. Nezměnila se ani průměrná délka pobytu rezidentů (**1,7 noci**) a nerezidentů (**2,4 noci**). Tradičně nejdéle tráví pobyt v hlavním městě návštěvníci z Ruska (**3,5 noci**), délkou pobytu také vynikají nad průměr návštěvníci z Malty (**3,4 noci**) a Izraele (**3,3 noci**). Nejkratší dobu se v hlavním městě naopak zdrží rezidenti (**1,68 noci**), Jižní Korea (**1,7 noci**) a Čína (**1,75 noci**).

Čisté využití lůžek v hromadných ubytovacích zařízeních dosáhlo v roce 2019 hodnoty **68,4 %** a využití pokojů **70,1 %**. Nejvíce hostů se ubytovalo v hotelech se čtyřmi hvězdičkami.

Příjezdový cestovní ruch se vyvíjel pozitivně i ve zbytku České republiky, meziroční přírůstek zahraničních hostů mířících do ČR svou hodnotou **2,6 %** překonal meziroční přírůstek hostů pro Prahu. Z hlediska České republiky se Praha již tradičně stala nejčastěji navštěvovaným městem i krajem.

*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 [www.praguecitytourism.cz](http://www.praguecitytourism.cz).*

### HLAVNÍ ZDROJOVÉ ZEMĚ Z HLEDISKA POČTU HOSTŮ V ROCE 2019

ZEMĚ	POČET HOSTŮ	PODÍL V %
Rezidenti	1 242 959	15,5%
Německo	898 339	11,2%
Spojené státy americké	510 720	6,4%
Spojené království	432 188	5,4%
Rusko	392 996	4,9%
Itálie	334 560	4,2%
Slovensko	310 478	3,9%
Čína	310 349	3,9%
Jižní Korea	269 407	3,4%
Polsko	252 452	3,1%
Francie	248 792	3,1%
ostatní země	2 825 870	35,2%
<b>CELKEM</b>	<b>8 029 110</b>	<b>100,0%</b>

*Zdroj dat: ČSÚ 2/2020; za r. 2019 se jedná o nerevidovaná data.*



# SMÍCHOV

Čtvrť obklopující pražské centrum – to je to, kde se odehrává skutečný český život. Vydejte se prozkoumat Smíchov (který se z ušmudlané čtvrti stal jedním z nejlepších míst, kam zajít na živou hudbu)...

The seven best alternatives to overcrowded Prague by Kirsten Powley; The Telegraph, 24 January 2019

"The neighbourhoods surrounding central Prague are where real Czech life happens. Explore Smíchov (transformed from being a grimy part of town into one of the best places to see live music)..."

The seven best alternatives to overcrowded Prague by Kirsten Powley; The Telegraph, 24 January 2019



## VÝHLED DO ROKU 2020

V polovině roku 2020 naši organizaci čeká zásadní koncepční proměna, a to přechod činnosti na akciovou společnost. Zatímco dlouhodobé marketingové a komunikační priority zůstávají neměnné, vzroste význam komerčních B2B i B2C aktivit vzhledem k tomu, že bude možno realizovat společné kampaně. Zásadní bude i prodej vlastních produktů a služeb, který bude financovat naši činnost, dále vývoj a prodej nové městské turistické karty Prague Visitor Pass i rozšíření a zkvalitnění sortimentu merchandisingových předmětů. V plánu je natáčení dalších videí představujících jednotlivé pražské čtvrti.

Pokračovat bude spolupráce na vzdálených trzích v rámci iniciativy TouchPoint, i když konkrétní forma kampaně na rok 2020 ještě nebyla rozhodnuta.

Pokud jde o další mezinárodní marketingové aktivity, zaměřovat se budeme v souladu s našimi prioritami jednak na propagaci kultury, gastronomie a zážitkové turistiky a dále na propagaci pražských čtvrtí mimo centrum. Na portálu Bachtrack.com, který je největším webem věnujícím se živé klasické hudbě v evropských zemích, bude probíhat celoroční kampaň zahrnující články, rozhovory, soutěže a recenze pražských koncertů a operních a baletních představení. Připravujeme i tematické press tripy.

Proběhne i další fáze komunikační kampaně zaměřené na prevenci negativních jevů v městském turismu, a to především prostřednictvím online médií.

Na Staroměstské radnici rozšíříme portfolio tematických prohlídek – dokončíme cyklus prohlídek pro děti, připravíme prohlídky pro seniory, zajímavou nabídkou pak budou prémiové prohlídky podzemí. Velké změny bude pro celý provoz znamenat případná realizace naší nové stálé expozice k dějinám a vývoji Staroměstské radnice. Do stávajícího fungování celého objektu by měla značně zasáhnout i velká a již dlouho plánovaná rekonstrukce interiéru. Navážeme na výsledky provedeného mystery shoppingu a ještě více zlepšíme kvalitu zákaznického servisu. Zorganizujeme další ročník stále oblíbenější akce Radnice dokořán.

V souladu se strategií zaměřenou na akcentaci zajímavých lokalit mimo turisticky přetížené historické centrum soustředíme naši publikační činnost na popularizaci dalších městských částí, konkrétně Žižkova, Smíchova a Vyšehradu s Novým Městem. V dalších překladech do světových jazyků vydáme oblíbenou brožuru Pražský orloj a zcela novou podobu získá publikace o historických interiérech radnice. Budeme pokračovat ve vydávání pravidelných kulturních čtvrtletníků a řadu osvědčených brožur a map vydáme v reedici.

Dále budeme pracovat na rozvoji webu Prague.eu a na větší propagaci čtvrtí mimo historické centrum i na této platformě. Tento záměr si vyžádá velké zásahy nejen do vlastní obsahové náplně webu, ale výrazně se dotkne i jeho struktury.

V návaznosti na úspěšný mystery shopping, který proběhl v turistických informačních centrech v roce 2019, chceme i do budoucna udržet vysoký standard služeb i odbornou kvalitu našich pracovníků. Proto zorganizujeme další zajímavá školení zaměřená na zákaznický servis, návštěvy muzeí, výstav a zajímavých objektů. Dokončíme jeden z nejnáročnějších projektů posledních let, a to novou městskou turistickou kartu Prague Visitor Pass. Turistická veřejnost si ji bude moci zakoupit v našich turistických informačních centrech, u partnerů, v e-shopu i v aplikaci.

S našimi tradičními partnery i samostatně se zúčastníme několika veletrhů a dalších akcí cestovního ruchu doma i v zahraničí, např. ITF Slovakia Tour Bratislava, Holiday World Praha, ITB Berlin, ILTM Latin America či WTM London. S mobilním informačním centrem vyrazíme do krajů České republiky i za hranice s cílem propagovat oblíbená i méně známá místa Prahy i aktuální marketingová témata.

Pražská vlastivěda připraví nové přednášky a jedinečné tematické vycházky metropolí i mimo ni, mj. i v souvislosti s jedním z hlavních témat roku 2020, kterým je český kubismus. Pokračovat budeme v populárních vycházkách pro děti a v hledáčku budeme mít nově také technické památky.

Pražská univerzita pro každého zavede své účastníky mimo centrum Prahy a seznámí je s historií a zajímavostmi turisticky méně frekventovaných pražských čtvrtí. V rámci vzdělávání chystáme zbrusu novou koncepci kurzů pro průvodce a našim stávajícím průvodcům nabídneme celodenní semináře s poutavými tématy nejen z oblasti cestovního ruchu.

Pro rok 2020 je v plánu publikace nového uceleného katalogu nabídky Prague:Guides&Tours (dříve Dispečink průvodců), s nímž je spojeno i aktivní rozšiřování portfolia komerčních partnerů. Zároveň se bude více cílit na cestovní kanceláře a agentury; individuální návštěvníci pak budou mít možnost si privátní či skupinové vycházky zakoupit již v ubytovacích zařízeních, s nimiž navážeme úzkou spolupráci.





## Výroční zpráva 2019

Text & 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 Peppermint, s. r. o.

Tisk ALL 365, s. r. o.

Výroční zpráva 2019 ke stažení:





PRA HA  
PRA GUE  
PRA GA  
PRA G



## Výroční zpráva 2019

Pražská informační služba – Prague City Tourism

Arbesovo náměstí 70/4, 150 00 Praha 5

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

[www.praguecitytourism.cz](http://www.praguecitytourism.cz)