

ooh pure emotion Prague

**Výroční zpráva 2013
Pražská informační služba –
Prague City Tourism**

**Prague
City Tourism**

Výroční zpráva 2013
Pražská informační služba –
Prague City Tourism



OBSAH

- 04 ÚVODNÍ SLOVO ŘEDITELKY ORGANIZACE**
- 08 CESTOVNÍ RUCH V PRAZE V ROCE 2013**
- 10 NOVÝ KOMUNIKAČNÍ VIZUÁLNÍ STYL PRO PRAHU A PRAŽSKOU
INFORMAČNÍ SLUŽBU – PRAGUE CITY TOURISM**
- 14 MARKETING A PUBLIC RELATIONS**
- 19 TURISTICKÉ INFORMACE A TURISTICKÉ SLUŽBY**
- 26 EDIČNÍ ČINNOST**
- 28 STAROMĚSTSKÁ RADNICE**
- 30 VZDĚLÁVACÍ CYKLY A PRAŽSKÁ VLASTIVĚDA**
- 34 ROK 2013 V ČÍSLECH PRAŽSKÉ INFORMAČNÍ SLUŽBY –
PRAGUE CITY TOURISM**
- 35 HOSPODAŘENÍ V ROCE 2013**
- 42 PRAŽSKÁ INFORMAČNÍ SLUŽBA – PRAGUE CITY TOURISM
V ROCE 2014**
- 43 O NÁS**

ÚVODNÍ SLOVO ŘEDITELKY ORGANIZACE

Rok 2013 byl pro Pražskou informační službu – Prague City Tourism za dobu její více než padesátileté historie zlomový. Nová zřizovací listina MHMP nám dala do vínku soubor nových úkolů, jež vyžadovaly reorganizaci celé agentury. Vznikly nové sektory, jednotlivá pracoviště bylo třeba pojmut jinak, než tomu bylo doposud. Řada pracovníků dostala úkoly, se kterými dříve nepřišla vůbec do styku, a pro další byly první kroky takto koncipované agentury naprosto neznámé. Rok 2013 přinesl nejen zásadní změny, ale i jiný systém práce, upřesnil pravidla a vyžádal si řadu kroků nutných ke zvýšení produktivity a kvality práce. Tato opatření se vyplatila.

Pro další směřování organizace bylo velmi důležité i zřízení Komise pro rozvoj cestovního ruchu na MHMP, poradního orgánu náměstka primátora pro oblast cestovního ruchu ing. Václava Novotného, jejíž členové přišli s mnoha podnětnými myšlenkami zejména v odborné oblasti. Z výběrových řízení PIS – PCT vzešel nový obchodní název organizace, jenž lépe charakterizuje obsahovou činnost a v zahraničí nezavdává pochybnosti o jejím zaměření. V dalším pak byl vybrán i jednotný vizuální styl pro marketing a styk s veřejností.

Rekonstrukce informačního centra v Malostranské mostecké věži přinesla kvalitnější servis přímo v centru turistického dění na Karlově mostě, ostatní TIC byla upravena, ať již polohou (Letiště Václava Havla) nebo interiérem (Rytířská ulice). Nedůstojný stánek v hale Hlavního nádraží byl uzavřen a v roce 2014 by měl být nahrazen informačním centrem na Václavském náměstí.

Staroměstská radnice, která se na začátku roku dostala do správy Pražské informační služby – Prague City Tourism, zajistila prostředky ze vstupného a množstvím nově nabízených služeb pro české i zahraniční návštěvníky dostatečný finanční vklad MHMP. Díky tomu mohl být provoz naší organizace dobře refundován.

Se sklonkem roku jsme se rozloučili s měsíčníkem Přehled kulturních pořadů v Praze. Jeho internetová verze na webu organizace zůstává a tištěná podoba přešla veřejnou obchodní soutěží do rukou nakladatelství Kam po Česku, které bude nadále pod naší záštitou zajišťovat jeho tištěnou verzi. Tím se postupně uvolnil prostor pro kvalitnější servis na webu, včetně jeho nové podoby, pro vydávání českého i zahraničního newsletteru, zpravodaje pro průvodce a další publikační činnost pro veřejnost.

Podpora domácího cestovního ruchu je v činnosti naší organizace další novinkou. Projekt „Nenechte Prahu jen Pražákům!“, jehož cílem bylo do Prahy nalákat českou klientelu, byl přijat vlídně a počet příjezdů do metropole v tzv. nízké sezoně (v listopadu a v prosinci) se u domácí turistiky zvýšil. Především však upozornil na skutečnost, že i české turisty Praha ráda uvítá, a to byl hlavní motiv kampaně.

Zachován zůstal cyklus vzdělávání průvodců, program Pražské vlastivědy i tradice Pražských vycházek. Veřejnost velmi kladně hodnotila nové programy, uceleně koncipované přednáškové cykly a zejména vysokou úroveň poskytovaných služeb. Pražská informační služba – Prague City Tourism zároveň omezila překladovou činnost, neboť na trhu je překladatelských firem dostatek a tato agenda zasahovala do objednávkového systému průvodcovských služeb, které PIS – PCT drží na nejvyšší profesionální úrovni.

Spolupráce s Prague Convention Bureau, dokonce formou „zápůjčky“ pracovní síly, úzký kontakt s Czech Film Commission a součinnost s velkými hráči na poli cestovního ruchu, jako jsou mimo jiné MMR, CzechTourism, Česká centra, zastupitelské úřady MZV a další, se staly v roce 2013 pro Pražskou informační službu – Prague City Tourism rozhodujícími partnery v její marketingové a PR činnosti.

Pro snazší dohledatelnost PIS – PCT na internetu máme na svém kontě další, nemenší úspěch – MHMP nám předal svou internetovou doménu v anglické transkripci – www.prague.eu. Tak nás lehce a bez potíží najde každý, kdo se bude zajímat o Prahu jako místo pro svou budoucí dovolenou. Všechny ostatní dosud používané domény jsou automaticky podřízené této skvělé adrese. Pražská informační služba – Prague City Tourism tak dostává šanci oslovit podstatně více zájemců z celého světa. Jméno Pražské informační služby – Prague City Tourism se tím v odborných kruzích v roce 2013 opět dostalo do popředí zájmu a získalo si znovu renomé a pozici, která jí na poli incomingového cestovního ruchu bezesporu patří.



PhDr. Nora Dolanská, MBA





Wow

Mmm

**Podle cestovatelského portálu
TripAdvisor byla Praha v roce 2013
9. nejpopulárnější turistickou
destinací světa.**



Yay

Oooh

Gosh

Yeah

CESTOVNÍ RUCH V PRAZE V ROCE 2013

Rozvoj Prahy na poli příjezdové turistiky je dlouhodobě velmi pozitivní. V roce 2013 přijelo do Prahy celkem 5 502 591 hostů, což představuje oproti předcházejícímu roku meziroční přírůstek +2,0 %.

Zahraniční návštěvníci tvořili opět většinu. Jejich podíl byl 86,4 %, meziročně jich přijelo o 1,6 % více. Celkově tak ze zahraničí do Prahy zavítalo bezmála pět milionů turistů (4 753 824). Domácí návštěvníci měli v roce 2013 na celkovém počtu nemalý podíl, a to 13,6 %. Celkově Prahu navštívilo 748 767 hostů z České republiky, což znamená meziročně o +4,9 %.

Také v kategorii přenocování si Praha meziročně polepšila. S celkovým počtem 13 668 892 přenocování byl zaznamenán meziroční přírůstek +0,5 %. V průměru hosté v Praze strávili 2,5 noci. Zde však sehráli velkou roli především domácí návštěvníci. Rezidenti totiž přenocovali o 6,1 % více, zatímco u zahraničních turistů byl naopak evidován mírný úbytek o -0,1 %.

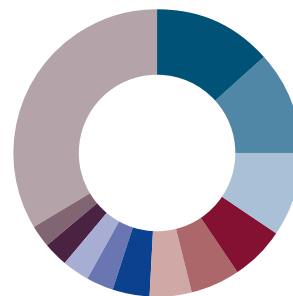
Na délku pobytu v Praze má tento trend jen nepatrný vliv. Hosté ze zahraničí se v průměru zdrží 2,6 noci, což je o něco déle, než domácí návštěvníci (1,9 noci).

Praha je velmi oblíbeným cílem zahraničních návštěvníků. Nejvíce jich opět přijelo z Německa, ačkoli se jejich počet meziročně snížil téměř o 4 %. Stále je však podíl německých turistů velmi vysoký a představuje více než 13 %. Naopak turisté z Ruska a Spojených států amerických potvrdili svůj výrazný zájem o Prahu. Ruských hostů zavítalo do metropole o 10 % více oproti předcházejícímu roku a Američanů o 6 % více. Podíl ruských turistů tak dosáhl téměř 11 %. Polepšili si hosté z Velké Británie, Slovenska a severských zemí.¹⁾

V porovnání s ostatními kraji České republiky má Praha v cestovním ruchu výrazné postavení a to nejen v podílu zahraničních turistů, ale i z hlediska přínosu finančních prostředků do státního rozpočtu. Za rok 2013 činil příspěvek Prahy do státní kasy 29,5 miliardy korun, což představuje 33 % z celkového přínosu do veřejných rozpočtů.

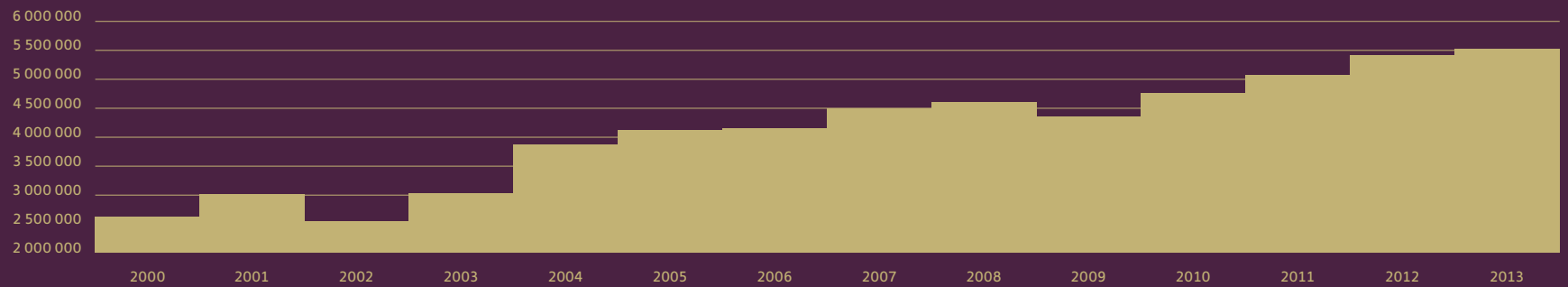
Ačkoli jsou výše zmíněná statistická čísla²⁾ velmi příznivá, zajímavě vyznívá také odhad jednodenních návštěvníků Prahy, kteří nemohou být evidováni na základě přenocování. Za rok 2013 hlavní město zaznamenalo 22 900 000 jednodenních návštěvníků.

¹⁾ TURISTÉ PODLE ZEMÍ V ROCE 2013



ZEMĚ	%	NÁVŠTĚVY
Rezidenti	13,60	748 767
Německo	11,50	633 741
Rusko	9,40	516 555
USA	6,20	339 355
Velká Británie	5,50	302 172
Itálie	4,90	272 097
Francie	4,00	222 375
Slovensko	3,20	178 226
Španělsko	2,90	157 532
Polsko	2,70	149 022
Ostatní asijské země	2,60	141 571
Ostatní země	33,50	1 841 178
CELKEM	100,00	5 502 591

2) CESTOVNÍ RUCH V PRAZE – POČET NÁVŠTĚVNÍKŮ



rok	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
návštěvnosti	2 619 395	3 008 277	2 534 126	3 024 575	3 863 894	4 108 565	4 142 538	4 485 372	4 587 483	4 346 839	4 743 373	5 050 923	5 394 283	5 502 591

NOVÝ KOMUNIKAČNÍ VIZUÁLNÍ STYL PRO PRAHU A PRAŽSKOU INFORMAČNÍ SLUŽBU – PRAGUE CITY TOURISM

Z iniciativy MHMP se v druhé polovině roku 2013 uskutečnily dvě veřejné soutěže. První měla za cíl nalézt dodavatele pro tvorbu jednotného komunikačního vizuálního stylu pro Prahu jako turistickou destinaci, druhá měla zajistit nové jméno, logo a vizuální styl pro samotnou Pražskou informační službu.

Odborná hodnotící komise v obou případech vybrala návrhy společnosti Dynamo design, která představila nejoriginálnější a zároveň nejpromyšlenější koncepci obou marketingových značek. Praha jako turistická destinace tak bude díky novému vizuálnímu stylu na mezinárodní půdě vystupovat jako sebevědomé, otevřené a životem pulzující město, jež nabízí nepřekonatelné zážitky a může směle konkurovat jakékoli jiné evropské destinaci.

Praha je magická, rozmanitá a inspirativní, ale skrývá v sobě cosi nepopsatelného – její genius loci se jen těžko vyjadřuje slovy. Svěží vizuální styl proto staví na emocích, pocitech a zážitcích návštěvníků. Jasné, pozitivní a mezinárodně srozumitelné řešení doplňuje propagační slogan „Ryzí emoce/Pure emotion“. Každý druh prožitku, který Praha nabízí, je akcentován pomocí variabilního souboru citoslovcí (Oooh, Wow, Mmm, Yeah, atd.). Například s tématem Prahy gastronomické je spojeno citoslovce Yum, Yippee charakterizuje dětského návštěvníka, Shhh vyjadřuje hudební prožitek. Zvolená symbolika ve své modernosti, dynamičnosti a výstižnosti evokuje vstřícnost pražské destinace a vybízí k její návštěvě. Stává se vizitkou Prahy pro oblast cestovního ruchu doma i ve světě.

S novým komunikačním vizuálním stylem se odborná veřejnost i návštěvníci začnou setkávat od prvních dní roku 2014.



Pražská informační služba získala novou mezinárodně srozumitelnou identitu – nový název, logo a vizuální styl. K tradičnímu názvu Pražská informační služba se přidává anglický ekvivalent Prague City Tourism a v zahraničí jej zcela nahrazuje. Název jasně vystihuje činnost organizace, je jednoduchý, nezaměnitelný a mezinárodně srozumitelný.

Nová značka, kterou PIS – PCT používá od 1. října 2013, má významně posunout vnímání naší organizace u nás i v zahraničí. Logem organizace se stává stylizovaný ukazatel, rozcestník – ten má všem návštěvníkům pomáhat v lepší orientaci v aktuálním turistickém a kulturním dění. Nové logo představuje čtyři základní směry, znázorňuje roční období a také čtyři základní aktivity samotné organizace.

Použitá čtveřice barev nese svou filozofickou výpověď. Červená je jedna z hlavních barev Prahy, působí vznešeně, dynamicky a energicky zároveň. Přináší životní sílu a pocit sebevědomí. Fialová je magickou barvou králů a majestátu, vyvolává mystickou atmosféru. Oranžová barva se zase silně spojuje s představou slunce, úrodou a bohatstvím obecně – vzbuzuje pocit radosti a naděje – působí vesele a srdečně. Poslední z kvarteta, modrá, je pravým protipólem červené – působí přívětivě, představuje tradici, spolehlivost a komunikaci.

Vizuální prezentace PIS – PCT i samotné Prahy mají jasně stanovená pravidla používání, takže si vzájemně v ničem nekonkurují, naopak se významově i esteticky doplňují.



An aerial photograph of a diverse crowd of people walking on a cobblestone plaza. The image is overlaid with several white text labels representing different expressions or reactions. The labels are: 'Yum' in the top left, 'Oooh' in the top right, 'Yippeee' in the middle left, 'Wow' in the center, 'Yay' in the middle right, 'Cheers' in the bottom left, and 'whoa' in the bottom right. The people are dressed in winter clothing, and the ground is made of large, light-colored cobblestones.

Yum

Oooh

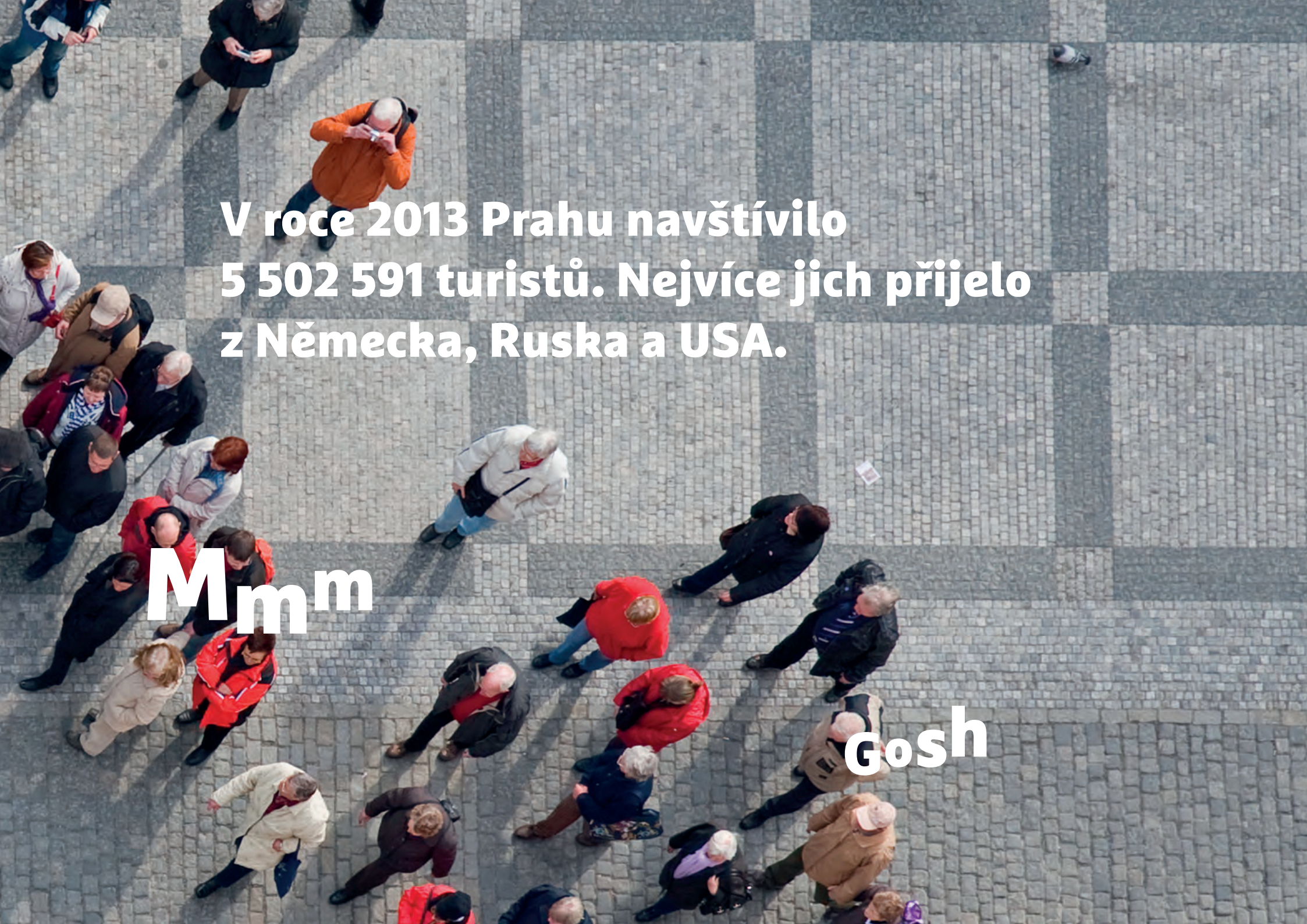
Yippeee

Wow

Yay

Cheers

whoa



**V roce 2013 Prahu navštívilo
5 502 591 turistů. Nejvíce jich přijelo
z Německa, Ruska a USA.**

Mmm

Gosh

MARKETINGOVÁ KONCEPCE A REBRANDING

V roce 2013 jsme vytvořili novou marketingovou koncepci, z níž vyplynula krátkodobá, střednědobá i dlouhodobá témata propagace PIS – PCT.

Ústředním námětem marketingové komunikace bylo v první polovině roku 2013 secesní umění a architektura v Praze. Česká hudba byla zvolena jako hlavní téma pro rok 2014, jelikož právě v tomto období probíhá celostátní projekt Rok české hudby. V dlouhodobém pětiletém horizontu jsme se rozhodli zaměřit na romantický aspekt Prahy, a zdůraznit tak její neopakovatelnou atmosféru pro zásnuby, svatby, svatební cesty, oslavy výročí či obnovu manželských slibů.

Zásadním momentem pro marketing organizace byla změna její obchodní značky. Současně s používáním označení Prague City Tourism se začala samotná Praha jako turistická destinace prezentovat novým vizuálním stylem, čímž poprvé v historii získala svébytnou komunikační identitu (logo, slogan, fotografie podtrhující magickou atmosféru města).

Součástí rebrandingu je zároveň akvizice nových, kvalitních fotografií určených nejen k tvorbě vlastních propagačních materiálů, ale i k využití dalšími komerčními i nekomerčními subjekty, které se na propagaci Prahy podílejí. Proto byl ve výběrovém řízení vybrán fotograf Petr Šálek, jehož čtyřicet vysoce kvalitních fotografií, k nimž PIS – PCT získává exkluzivní celoživotní práva, se stane základem naší nové fotobanky.





MARKETINGOVÉ KAMPAŇE, REKLAMA A INZERCE

V roce 2013 jsme zrealizovali dvě hlavní marketingové kampaně:

Secese v Praze

V prvním pololetí jsme se soustředili především na propagaci pražského secesního umění a architektury. Kampaň akcentovala souběh několika významných výstav secesního umění v Praze a v širším kontextu upozornila rovněž na jedinečnost secesní výstavby. Inzerci, PR podporu a kampaň na městských citylightech jsme podpořili vytvořením letáku. Všechny stěžejní informace byly publikovány na samostatné mikrostránce www.secesevpraze.cz, která zůstává nadále funkční. Téma secese mělo odezvu také u zahraničních novinářů, čímž se prokázala stabilní popularita tohoto uměleckého a kulturního směru v zahraničí.

„Nenechte Prahu jen Pražákům!“

Druhá polovina roku byla věnována především přípravě a realizaci historicky první kampaně na podporu domácího cestovního ruchu v mimosezóně, tj. v období listopad až leden. Posláním projektu bylo jednak oživit návštěvnost metropole v době, kdy se hotely potýkají se sezonním úbytkem hostů, a zároveň zdůraznit, že Praha je přátelská destinace, která o domácí návštěvníky stojí a je pro ně finančně dostupná.

PIS – PCT nabídla mimopražským zájemcům výhodný pobytově-kulturní balíček, zahrnující ubytování v hotelu na jednu noc, návštěvu cyrilometodějské výstavy v Národní galerii a návštěvu Staroměstské radnice. Slogan kampaně, „Nenechte Prahu jen Pražákům!“, byl vybrán záměrně tak, aby svým tónem lehce provokoval. Partneři kampaně bylo 54 pražských hotelů (oslovených prostřednictvím AHR ČR) a Národní galerie v Praze. Jednotlivé nabídky zájemci vybírali na webu www.zimavpraze.cz, samotný prodej ubytování již probíhal přes jednotlivé hotely.

K marketingu patří i tvorba merchandisingu. V roce 2013 PIS – PCT vydala vlastní kalendář a v souvislosti se změnou obchodní značky nechala vytvořit merchandisingové předměty – USB disky, kovové odznaky, ekologické tašky s motivem Prahy, vykrajovátka na cukroví ve tvaru siluet významných pražských památek, samolepky apod.

VELETRHY, VÝSTAVY A OSTATNÍ PROPAGAČNÍ AKCE

Účast na veletrzích, výstavách a na ostatních akcích podobného typu probíhala většinou ve spolupráci s dalšími subjekty, nejčastěji s CzechTourismem, Prague Convention Bureau, Českými centry, ČSA, popř. Letištěm Václava Havla. V roce 2013 se PIS – PCT zúčastnila celkem 5 zahraničních veletrhů zaměřených na volnočasovou turistiku, 6 zahraničních veletrhů specializovaných na turistiku kongresovou (v zastoupení Prague Convention Bureau), 3 domácích veletrhů cestovního ruchu a dále 6 dalších propagačních akcí.¹⁾

1)

NÁZEV VELETRHU (ZAHRANIČNÍ – PIS – PCT)	TERMÍN (2013)
Ferienmesse Vídeň	10. 01. – 13. 01.
ITF Slovakiaitour, Bratislava	23. 01. – 28. 01.
Fitur Madrid	29. 01. – 04. 02.
ITB Berlín	05. 03. – 11. 03.
WTM Londýn	02. 11. – 08. 11.
DALŠÍ AKCE:	TERMÍN (2013)
Roadshow Moskva	20. 09. – 26. 09.
Prezentace programu CR Drážďany	08. 11. – 10. 11.
Secese v prostorách ČC Vídeň	13. 06. – 16. 06.
Czech Street Party Brusel	13. 06. – 16. 06.
City Fair Londýn	23. 06. – 25. 06.
Pražská náměstí – TK v ČC Vídeň	02. 07. – 05. 07.
NÁZEV VELETRHU (ZAHRANIČNÍ – PCB)	TERMÍN (2013)
Confex UK 2013 Londýn	19. 03. – 21. 03.
IMEX Frankfurt	21. 05. – 23. 05.
M & I Asia Pacific Forum – Manila	28. 05. – 01. 06.
AIBTM America – Chicago	11. 06. – 13. 06.
IMEX America – Las Vegas	15. 10. – 17. 10.
EIBTM The Global Meeting & Events Expo Barcelona	19. 11. – 21. 11.
NÁZEV AKCE/VELETRHU (DOMÁCÍ)	TERMÍN (2013)
Holiday World	07. 02. – 10. 02.
Veletrh Památky	03. 10. – 05. 10.
MADI	30. 10. – 31. 10.

ZAHRANIČNÍ PUBLIC RELATIONS

Práce se zahraničními médii probíhala následujícími způsoby:

- realizací vlastních 24 press tripů (v roce 2013 především individuální press tripy z německy hovořících zemí na téma Praha romantická)
- spoluprací na realizaci press tripů spoluorganizovaných dalšími subjekty, primárně zahraničními zastoupeními CzechTourismu, popř. s hotelovými společnostmi apod.
- spoluprací s individuálními novináři, blogery a TV štáby na základě jejich iniciativy
- cíleným oslovováním novinářů – tiskové zprávy, propagace specifických akcí (vlastní mediální databáze a kontakty), newsletter
- mediálními workshopy, tiskovými konferencemi a dalšími prezentacemi (v roce 2013 Londýn, Dublin, Berlín, New York, Vídeň, Barcelona)
- mediálním servisem (poskytování relevantních informací, fotografií, zprostředkování kontaktů, zpětná kontrola obsahové správnosti článků atd.)
- v roce 2013 PIS – PCT sama zorganizovala nebo se významně podílela na press tripech pro celkem 40 novinářů a blogerů ze 13 zemí čtyř kontinentů, například Le Monde (Francie), Kurier, Kronen Zeitung (Rakousko), Hamburger Abendblatt (Německo), Metro Herald (Irsko), Travel Squire (USA) a mnohé další.

Na základě této spolupráce jsme získali na 35 mediálních výstupů od článků, přes blogy po rozhlasové pořady.

SPOLUPRÁCE SE ZAHRANIČNÍMI CK A TOUROPERÁTORY (FAM TRIPY)

V roce 2013 se PIS – PCT podílela na organizaci 3 fam tripů (celkem 15 subjektů) organizovaných zahraničními zastoupeními CzechTourismu, na trzích v Irsku a Jižní Koreji. Na individuální bázi jsme pomohli vytvořit program návštěvy několika dalších subjektů, například jediné americké CK specializované na zájezdy spojené s organizací židovských náboženských obřadů bar a bat micva (Ellen Paderson, Bar/Bat Mitzvah Vacations).

PODPORA KONGRESOVÉHO TURISMU

PIS – PCT se začala podporou kongresové turistiky systematicky zabývat od 1. března 2013. Vzhledem k dlouholeté existenci Prague Convention Bureau (PCB), jejímž cílem je propagovat Prahu jako kongresovou a turistickou destinaci, byla zahájena úzká spolupráce právě s touto organizací. Mezi společné projekty PIS – PCT a PCB patřila účast obou organizací na vybraných mezinárodních veletrzích z oblasti MICE (viz výše). Výsledkem této spolupráce bylo 14 poptávek na pořádání kongresů, konferencí či incentivních akcí v Praze.

Partnerství obou organizací se v roce 2013 promítlo také do pořádání čtvrtého ročníku akce PCB nazvané „Oceňování kongresových velvyslanců – Ambassador Award Evening“. PIS – PCT se rovněž podílela na 2. ročníku mezinárodního vzdělávacího semináře na téma „Jak úspěšně získávat mezinárodní kongresy“. Tento seminář, do něhož se zapojilo 150 účastníků, napomáhá k výměně informací a spolupráci s uznávanými světovými osobnostmi kongresového průmyslu.

Mezi další oblast spolupráce s PCB patřilo v loňském roce pořádání press tripů do Prahy pro vybraná média zaměřená na MICE problematiku. Celkem se uskutečnily 3 press tripy, díky kterým Prahu navštívilo 10 novinářů z vybraných evropských MICE médií, jako například Møde & Eventmagasinet, ICJ MICE Magazine, Travel Daily News International, Turizmcinin Gazetesi nebo Meet In.

PODPORA FILMOVÉMU PRŮMYSLU

Zvláštní pozornost byla v roce 2013 věnována také podpoře filmového průmyslu. V tomto směru úzce spolupracujeme především s expertní oborovou organizací Czech Film Commission.

Dosud se nám v této oblasti podařilo:

- zmapovat kontakty a pravidla pro komerční i nekomerční natáčení v hlavním městě formou manuálu v českém i anglickém jazyce. Ten je k dispozici na adrese www.prague.eu a podává stručný přehled kontaktů, právních i logistických aspektů filmování v Praze
- vytvořit speciální sekci pro filmové a televizní štáby na webu PIS – PCT
- logisticky podpořit nekomerční natáčení televizních štábů (např. BBC 2, pořad Great Continental Railway Journeys)
- spolupracovat s dalšími subjekty (Czech Film Commission, Česká centra) na organizaci fam-scouting tripů pro významné představitele filmového a televizního průmyslu (Brazílie, Čína, Indie).

KOMUNIKACE S DOMÁCÍ ODBORNOU VEŘEJNOSTÍ

Velký důraz klademe na spolupráci s odbornou veřejností. Během dubna 2013 se uskutečnilo setkání s profesními organizacemi a odborníky, působícími v oblasti cestovního ruchu, na kterém jsme představili nové směřování organizace. Reprezentanty jednotlivých institucí jsme zároveň vyzvali k bližší spolupráci, která povede ke komfortnějším službám pro návštěvníky i samotné Pražany.

V podobném duchu se neslo i zářijové setkání honorárních konzulů České republiky v zahraničí a schůzka se zástupci městských částí pro oblast cestovního ruchu.

Značný ohlas zaznamenaly bezplatné semináře pro odborníky v cestovním ruchu na téma Praha a její současné předpoklady pro turistický ruch, které jsme zorganizovali v jarním a podzimním termínu.

KOMUNIKACE S ČESKÝMI MÉDII

Pražská informační služba – Prague City Tourism je pro média vyhledávaným zdrojem informací o cestovním ruchu, historii i současnosti Prahy. V roce 2013 vzešlo z PIS – PCT 141 mediálních výstupů, ať už formou tiskových zpráv, reportáží, rozhovorů nebo PR článků. Pravidelně spolupracujeme s odbornými a specializovanými periodiky (COT Business, TTG, ČSA Revue, TIM), představitelé organizace jsou častými hosty rozhlasových a televizních pořadů (Český rozhlas, Česká televize aj.).

Od září do prosince 2013 spolupracovalo tiskové oddělení na přípravě několika desítek reportáží pro TV Metropol, které informovaly o výročích i aktuálním dění v našem hlavním městě.

PARTNERSTVÍ

V roce 2013 jsme se jako partneři podíleli na zajištění řady významných kulturních a společenských akcí a konferencí. Významným se stalo partnerství filmového festivalu 48 Hours Film Project, podíleli jsme se na propagaci festivalu Pražské jaro, festivalu světla Signal, Prague Food Festivalu, velikonočních a vánočních trhů, Carnevale Praha, festivalu United Islands, Muzejní noci i Noci kostelů.

TURISTICKÉ INFORMACE A TURISTICKÉ SLUŽBY

Návštěvníkům i obyvatelům Prahy poskytujeme množství aktuálních informací o kultuře, dopravě i volnočasových akcích ve městě, radíme s výběrem ubytování či pomáháme řešit stížnosti klientů. Informujeme online, osobně, písemně, telefonicky i prostřednictvím tištěných materiálů v několika světových jazycích.

TURISTICKÁ INFORMAČNÍ CENTRA

Na nejfrekventovanějších místech v metropoli zajišťujeme komplexní provoz turistických informačních center (TIC). Kromě tradičního účelu těchto provozoven v nich zdarma nabízíme brožury a tiskoviny o Praze, turistické mapy v několika jazykových mutacích či letáky s plánem městské dopravy. Pracovníci TIC také pomáhají s orientací po městě a s řešením praktických problémů. V našich TIC současně prodáváme vstupenky, okružní jízdy Prahou, výlety mimo město, kartu Prague Card. Od června 2013 si u nás mohou turisté zakoupit velmi žádané časové jízdenky MHD.¹⁾

Turistická informační centra Pražské informační služby – Prague City Tourism:

- Staroměstská radnice – Staroměstské náměstí 1
- Rytířská 31
- Hlavní nádraží (provoz ukončen v červnu 2013)
- Terminál 2 – Letiště Václava Havla
- Malostranská mostecká věž (sezonní provoz)

V průběhu roku 2013 prošla TIC mnoha změnami, které vedly k modernizaci a zkvalitnění poskytovaného servisu:

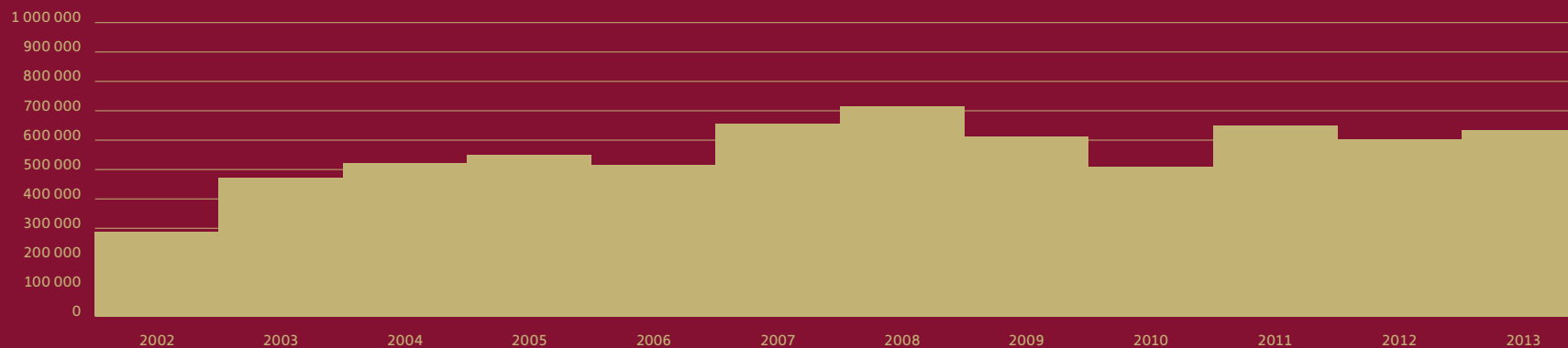
- Turistické informační centrum na Letišti Václava Havla se v dubnu 2013 přestěhovalo z neveřejné zóny příletové haly Terminálu 2 do zóny veřejné.
- Ve spolupráci s Národním divadlem jsme v TIC Rytířská umístili předprodejní pokladnu naší první scény. Tento krok umožnil prodloužit otevírací dobu i na soboty a neděle bez navýšení nákladů. Výraznou proměnou prošlo aranžmá výloh.

- TIC v Malostranské mostecké věži prošlo celkovou rekonstrukcí, která mj. zahrnovala kompletní novou vestavbu informačních a prodejních míst v přízemí objektu. Provoz byl obnoven na konci června 2013.
- V TIC ve Staroměstské radnici proběhla rekonstrukce zázemí. Ve vstupu byl umístěn směnárenský bankomat společnosti Travelex – transparentní valutové kurzy.

V roce 2013 TIC v Rytířské zvítězilo v soutěži „Nejoblíbenější TIC kraje Praha“, kterou pořádá A.T.I.C. ČR a vydavatelství Vltava-Labe-Press spolu s Czech Tourismem. Naše informační centra spolupracují s českými i zahraničními školami při zajištění odborné praxe studentů.



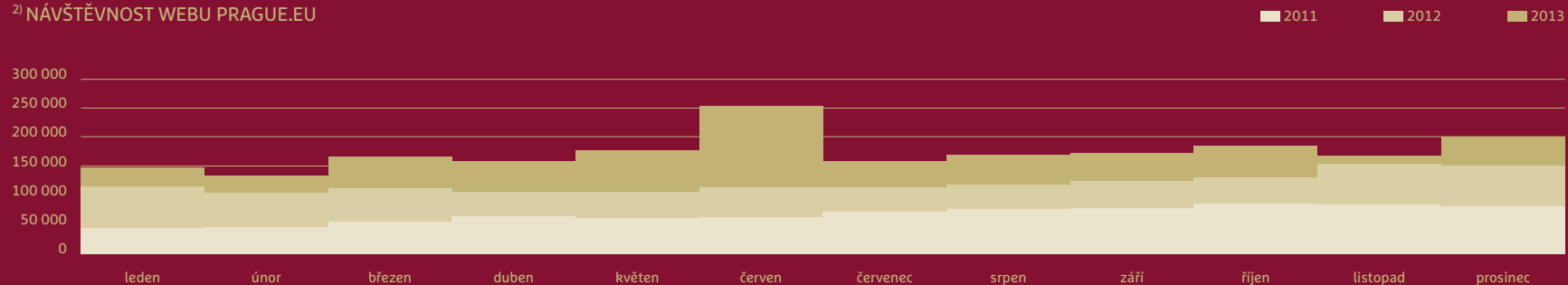
1) POČET ZODPOVĚZENÝCH DOTAZŮ V TIC V LETECH 2002 – 2013



rok	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
dotazy	287 264	469 887	519 888	548 010	514 669	656 814	712 679	613 127	505 852	648 433	599 771	633 169

Výše jsou uvedeny počty zodpovězených dotazů, nikoliv návštěvnost, která je 2,2 – 2,8 × vyšší.

2) NÁVŠTĚVNOST WEBU PRAGUE.EU



POČET NÁVŠTĚV	2011	2012	2013	NÁRUST V LETECH 2011/2012 V %	NÁRUST V LETECH 2012/2013 V %
leden	44 457	115 622	149 053	160	29
únor	45 960	105 252	133 890	129	27
březen	55 224	112 486	166 824	104	48
duben	63 855	106 453	159 886	67	50
květen	61 089	107 420	178 154	76	66
červen	63 219	114 076	255 666	80	124
červenec	71 993	115 088	159 031	60	38
srpen	77 070	118 763	170 143	54	43
září	79 176	125 393	173 686	58	39
říjen	86 194	132 172	186 686	53	41
listopad	84 523	155 903	168 737	84	8
prosinec	81 878	151 973	201 896	86	33
PRŮMĚR NA DEN	2 232	4 002	5 664	79	42
CELKEM	814 638	1 460 601	1 925 498	79	32

ČERVNOVÉ POVODNĚ

V období povodňové špičky jsme o situaci v Praze informovali desetitisíce turistů prostřednictvím speciální sekce webového portálu, TIC a mimořádného vydání newsletteru. Oproti běžnému průměru se mnohonásobně zvýšil počet e-mailových a telefonických dotazů.

Mezi 2. a 9. červnem vidělo povodňové zpravodajství na našich stránkách téměř 55 000 návštěvníků. Nejzobrazovanější stránkou byla webkamera umístěná na Malostranské mostecké věži, monitorující Karlův most a průtok Vltavy.

Pracovníci našich TIC také vypomáhali s poskytováním informací v krizovém štábu MHMP.

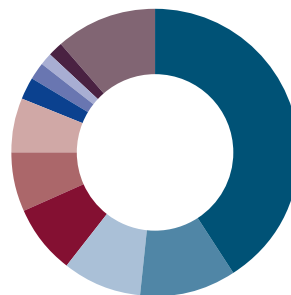
WEBOVÝ PORTÁL WWW.PRAGUEWELCOME.CZ → WWW.PRAGUE.EU

Komplexní turistický informační portál v sedmi sedmi jazykových mutacích obsahuje množství objektivních a průběžně aktualizovaných informací o Praze, nezbytných pro širokou turistickou veřejnost i pro profesionály v cestovním ruchu a média. V roce 2013 prošla dílčí úpravou sekce B2B a mezi českou veřejností oblíbený kalendář akcí. Jazykovou a stylistickou editací, které se ujala rodilá mluvčí, prošly stěžejní sekce v anglickojazyčné verzi.

Webový portál je důležitou platformou pro prezentaci marketingových aktivit. V průběhu roku jsme připravili řadu speciálních mikrostránek, doplňujících marketingové projekty, např. www.secesevpraze.cz, resp. www.artnouveau-prague.com. Sezonní mikrostránky upozorňují na „to nejlepší“ z daného období v oblasti kultury, gastronomie a nejrůznějších akcí. Jména domén slouží pouze jako přesměrování na vnitřní sekci webu www.prague.eu, nejde o samostatné web stránky (www.podzimvpraze.cz, resp. www.autumninprague.com, www.zimavpraze.cz, resp. www.winterinprague.com, stránka pro kampaň „Nenechte Prahu jen Pražákům!“).

Po dohodě se zástupci MHMP byla doména www.prague.eu, patřící původně k magistrátnímu portálu, předána PIS – PCT. Zkrácení a zjednodušení názvu z praguewelcome.com na www.prague.eu, ke kterému došlo v listopadu 2013, podpořilo návštěvnost webu u nás i za hranicemi. Za rok 2013 jsme na našem portálu zaznamenali téměř 2 miliony návštěv ze všech koutů světa.^{2), 3)}

³⁾ NÁVŠTĚVNOST WEBU PRAGUE.EU V ROCE 2013 PODLE ZEMÍ



ZEMĚ	%	NÁVŠTĚVY
Czech Republic	40,90	786 517
Germany	10,90	208 994
United States	8,90	173 386
United Kingdom	7,80	150 387
France	6,60	126 732
Italy	6,20	119 173
Russia	2,40	45 560
Austria	1,90	36 367
Canada	1,60	31 088
Switzerland	1,60	30 932
ostatní země	11,20	216 362
CELKEM	100,00	1 925 498

DISPEČINK PRŮVODCŮ

Průvodcovský dispečink zajistil za rok 2013 celkem 1 134 průvodcovských služeb a organizaci 8 komplexních akcí (ubytování, další servis), což je o 5 % více než v roce předcházejícím. PIS – PCT spolupracuje se 180 průvodci, pravidelně využíváme 120 průvodců. Nabízíme průvodcovské služby v 16 jazycích včetně čínštiny, korejštiny, skandinávských jazyků a holandštiny. Celkem bylo na akcích zajištěných dispečinkem průvodců 12 144 spokojených návštěvníků Prahy. Pro novináře jsme zajistili 32 akcí. Zatímco v 1. čtvrtletí byly nejčastěji poptáváni průvodci s francouzštinou, němčinou a italštinou, ve 2. čtvrtletí převažovaly objednávky v angličtině a ve 3. čtvrtletí se objevil zájem o asijské jazyky (čínština, malajština).⁴⁾

⁴⁾ AKCE ZAJIŠTĚNÉ DISPEČINKEM PRŮVODCŮ

JAZYK	POČET AKCÍ 2013
angličtina	309
němčina	279
francouzština	203
italština	80
čeština	83
ruština	60
španělština	52
ostatní jazyky	68

PIS – PCT se oprávněně vnímá jako garant kvality průvodcovské práce v Praze. Proto jsme ve spolupráci s Pražským hradem a Arcibiskupstvím pražským uspořádali jarní setkání s aktivními členy průvodcovského sboru, kterého se osobně zúčastnil kardinál Dominik Duka, arcibiskup pražský.

Dbáme na další vzdělávání průvodců, proto pravidelně organizujeme doškolení průvodců. Spolupracujeme s Asociací průvodců ČR a připravili jsme platformu pro ochranu kvalifikovaných průvodců Prahou. Klub V. I. P. průvodců bude usilovat o zvýšení respektu kvalitní průvodcovské práce.

**Za rok 2013 hlavní město
zaznamenalo 22 900 000
jednodenních návštěvníků.**

Mmm

Yippe



Wow

O°oh

Cheers

EDIČNÍ ČINNOST

TURISTICKÉ MAPY

Pražská informační služba – Prague City Tourism má pověření vydávat turistické informační materiály určené k propagaci Prahy doma i v zahraničí. Vydáváme Mapu Prahou s dětmi a Hudební mapu Prahy, která je významným příspěvkem k Roku české hudby 2014. Jedná se o první tituly z plánovaného souboru městských map, zaměřených vždy buď na atraktivní téma nebo konkrétního návštěvníka. Obě mapy vycházejí v nákladu 200 000 kusů v češtině a v hlavních světových jazycích.

STAROMĚSTSKÁ RADNICE V PRAZE

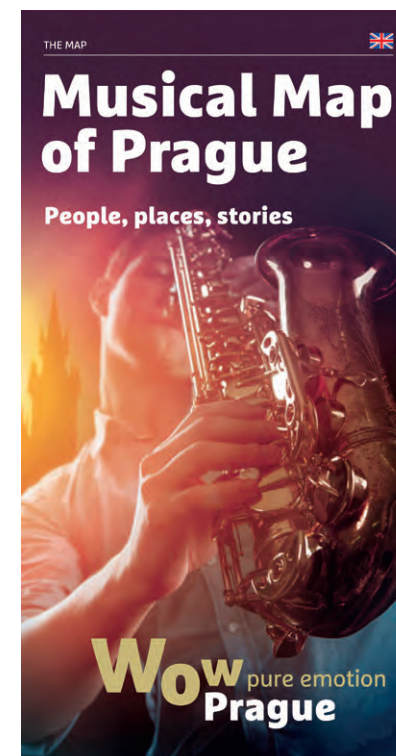
Staroměstská radnice v Praze, jejíž chod máme od ledna 2013 na starosti, je jednou z nejnavštěvovanějších památek v celé České republice. Pro její návštěvníky jsme vydali reprezentativní informační leták v češtině, v základních světových jazycích a v korejštině.

VÁNOCE V PRAZE

Mezi turisticky nejatraktivnější období roku patří bezesporu vánoční svátky a oslavy Nového roku. Na podzim 2013 jsme vydali leták Vánoce v Praze s nejdůležitějšími informacemi vztahujícími se k tomuto období. Česká, anglická, německá a polská elektronická mutace byla též ke stažení na webu PIS – PCT.

PŘEHLED KULTURNÍCH POŘADŮ V PRAZE

Od roku 1958 vychází pod hlavičkou naší organizace měsíčník Přehled kulturních pořadů v Praze. Časopis přináší programovou nabídku pražských kulturních institucí, zajímavé rozhovory, upoutávky na kulturní akce i atraktivní soutěže pro čtenáře.



Celkový náklad časopisu činil v roce 2013 90 720 kusů, průměrný měsíční náklad tedy byl 7 560 kusů. Elektronická verze časopisu v češtině i v angličtině je k dispozici na webu organizace. Vzhledem k tomu, že vydávání časopisu již nekoresponduje s novým směřováním organizace, předali jsme jej na základě veřejné obchodní soutěže, ovšem i nadále pod naší patronací, k 1. 1. 2014 občanskému sdružení KAM po Česku.

INFORMACE PRO PRŮVODCE PRAHOU

Vždy před turistickou sezonou je připravena a distribuována brožura s aktuálními praktickými informacemi o Praze nezbytnými pro každodenní práci průvodců. V roce 2013 vyšlo již sedmé vydání.

KAM NA VÝLET – SPECIÁL PRAHA

V nákladu 10 000 ks jsme ve spolupráci s vydavatelstvím KAM po Česku připravili monotematický speciál s podtitulem „Praha, jak ji neznáte“. Časopis byl distribuován do turistických informačních center po celé České republice. Úspěch turistického magazínu vyvolal zájem dalších destinací o podobnou formu prezentace.

NEWSLETTERY

Pravidelně vydáváme a rozesíláme elektronické newslettery, zaměřené na konkrétní cílové skupiny. Pro průvodce Prahou vychází každý měsíc Zpravodaj pro průvodce s aktuálními informacemi, podstatnými pro jejich činnost.

Newsletter pro incoming je obsahově zaměřen na české touroperátory, cestovní kanceláře, hotely, profesní asociace i média, k dispozici je však i široké turistické veřejnosti. Vydáváme ho taktéž každý měsíc.

The Prague Newsletter přináší informace o dění v Praze v dlouhodobějším horizontu a pomáhá tak zahraničním touroperátorům při plánování turistických cest do Prahy. Newsletter připravujeme prozatím pouze anglicky, chystáme se ho však vydávat také v němčině a v ruštině. V roce 2013 vyšla tři čísla a jedno mimořádné, vánoční. Zpravodaj se stává významným zdrojem informací také pro zahraniční novináře.

STAROMĚSTSKÁ RADNICE

Z rozhodnutí MHMP převzala 20. ledna 2013 Pražská informační služba – Prague City Tourism provoz turistických služeb národní kulturní památky Staroměstská radnice. Správu objektu však nadále zajišťuje MHMP.

PIS – PCT se tímto krokem zhostila hned několika úkolů – musela vyřešit některé zásadní provozní problémy, instalovat nový pokladní systém a platební GSM terminály. Převzetí turistického provozu si vyžádalo úpravy či rekonstrukce některých prostor, jejichž realizace byla dokončena v průběhu roku 2013:

- vstupní prostor radnice s Křížovou chodbou a bývalou kaplí byl renovován; kaple byla zařízena novým nábytkem a technikou pro případ jejího využití k reprezentativním akcím PIS – PCT
- zázemí pro zaměstnance v přízemí radnice bylo kompletně zrekonstruováno
- opravou prošly poškozené části výzdoby v historickém podzemí
- byly opraveny prostory horní pokladny pod věží.

Ihned po převzetí Staroměstské radnice jsme zkvalitnili turistické služby při prohlídkách radnice:

- v den otevření radnice pod správou PIS – PCT jsme spustili webové stránky www.staromestskaradnicepraha.cz
- obnovili jsme prohlídky s průvodcem po celém radničním okruhu, komentované prohlídky v různých jazycích probíhají v půlhodinových intervalech
- na ochoz radniční věže se v březnu 2013 vrátili trubači
- v březnu 2013 se Staroměstská radnice stala součástí projektu Pražské karty – Prague Card
- na Staroměstské radnici pracovalo v roce 2013 celkem 60 externistů, každý den je ve službě 11 až 13 lidí
- všichni externí zaměstnanci prošli přezkoušením z jazykových znalostí

- podpořit návštěvnost Staroměstské radnice i turistického ruchu v Praze měla za cíl výstava „Pražské Vánoce – Malá vánoční výstava“ instalovaná v historickém podzemí
- jako novinku jsme zavedli večerní prohlídky Staroměstské radnice také v angličtině, němčině a ruštině.



V roce 2013 navštívilo Staroměstskou radnici 689 358 osob.¹⁾

¹⁾ NÁVŠTĚVNOST STAROMĚSTSKÉ RADNICE

Historické sály	65 819 návštěvníků
Radniční věž	623 539 návštěvníků

Nejvíce turistů na radnici přišlo v srpnu a v prosinci 2013. V období červnových povodní naopak počet návštěvníků klesl. Ačkoli Praha samotná velkou vodou postížena nebyla, některé významné zdrojové země ano (Německo – zejména Bavorsko, Rakousko aj.).

Do návštěvnosti historických sálů Staroměstské radnice se výrazně promítá skutečnost, že tyto prostory prioritně využívá pražský primátor k reprezentačním účelům. Velmi úspěšná byla v roce 2013 spolupráce se společností Prague Card a také s cestovními agenturami Euroscope a Eurostar, které na věž Staroměstské radnice v pravidelných intervalech několikrát týdně přivádějí skupiny korejských klientů.



VZDĚLÁVACÍ CYKLY A PRAŽSKÁ VLASTIVĚDA

STUDIJNÍ ODDĚLENÍ

Všestranně vzdělaní průvodci jsou důležitou součástí kvality služeb cestovního ruchu. V roce 2013 PIS – PCT zorganizovala 4 kurzy Průvodce Prahou a 3 rekvalifikační kurzy určené průvodcům v cestovním ruchu. Každý kurz zahrnuje 200 hodin výuky a 68 přednášek či instruktáží.

Jsmo jedinou organizací v Praze, která nabízí celoživotní vzdělávání průvodců. V roce 2013 jsme zorganizovali 82 doškolovacích akcí pro 1 317 účastníků. Průvodcům rozšiřujeme znalosti o chrámových interiérech (např. kostel Panny Marie a Karla Velikého na Karlově), nových výstavách (např. CM 863. Svatí Cyril a Metoděj, Francouzské umění ze šlechtických sbírek, Ivan Lendl: Alfons Mucha) a téměř zapomenutých lokalitách (např. Starý židovský hřbitov v Radlicích, Barrandovské filmové ateliéry, zrekonstruovaný Žižkovský vysílač).¹⁾

¹⁾ PRŮVODCOVSKÉ KURZY A DOŠKOLOVÁNÍ

Počet kurzistů	74
Počet vydaných odznaků Průvodce Prahou	102
Počet doškolovacích akcí pro průvodce	82
Počet účastníků akcí	1 317

PRAŽSKÁ VLASTIVĚDA

Povědomí o pražské historické zástavbě, minulosti i současnosti Prahy udržují vlastivědné vycházky. V roce 2013 jsme uspořádali v rámci pravidelných programů celkem 430 akcí, kterých se zúčastnilo více než 11 000 osob.

Vlastivědné oddělení zajistilo také dny otevřených dveří v Poslanecké sněmovně, v Senátu Parlamentu ČR a v budově Ministerstva dopravy ČR, které navštívilo rekordních 5 000 osob. Tradičně organizujeme prohlídky Národního

divadla, Státní opery, Stavovského divadla a Rudolfiny. Zajištěním průvodcovských služeb jsme podpořili konferenci Ligy žen proti rakovině prsu, setkání honorárních konzulů, mezinárodní konferenci společnosti Shell aj.

Oddělení rovněž uspořádalo čtyři akce pro mezinárodní festival architektury a urbanismu Architecture Week, v rámci Dnů kulturního dědictví pět akcí pro Městskou část Prahy 5, dvacet vycházek pro Městskou část Prahy 10 a speciální program pro Nejvyšší státní zastupitelství. Velmi žádané jsou aktivity pro dětské kolektivy a pro školy (Kdo straší v Ungeltu, Kterak Šemík Horymíra zachránil apod.).²⁾

²⁾ VLASTIVĚDNÉ VYCHÁZKY – NÁVŠTĚVNOST LEDEN – PROSINEC 2013

MĚSÍC	POČET VYCHÁZEK	NÁVŠTĚVNOST VYCHÁZEK
leden	34	1 045
únor	36	1 087
březen	38	1 249
duben	33	1 218
květen	42	1 012
červen	40	706
červenec	28	469
srpen	26	466
září	36	614
říjen	40	1 169
listopad	36	901
prosinec	41	1 122
CELKEM	430	11 058

PRAŽSKÁ UNIVERZITA PRO KAŽDÉHO

Cyklus populárně-vzdělávacích přednášek a vycházek pořádáme pro širokou pražskou veřejnost. Dvou a třísemestrálních cyklů se v roce 2013 zúčastnilo 927 posluchačů, kteří absolvovali 165 přednášek a vycházek. V létě proběhly dva kurzy určené studentům či dlouhodobým návštěvníkům Prahy.

Nejoblíbenějšími tématy se staly: Pražské vily a letohrádky; Pražské kláštery; Židé v dějinách Prahy; Významné šlechtické rody v Praze a Ženy v dějinách Prahy.

KNIHOVNA

PIS – PCT disponuje knihovnou pragensií, která je zpřístupněna odborné veřejnosti a kterou průběžně rozšiřujeme o nově vydané tituly. Knihovnu využívají kmenoví zaměstnanci PIS – PCT, průvodci, posluchači kurzů nebo pracovníci cestovních kanceláří.

V roce 2013 navštívilo Staroměstskou radnici 689 358 osob. Poslední měsíc roku padl nový rekord, 77 020 návštěvníků.

whoa

Yum

Yay



Wow

Mmm

Oooh

Yeah

ROK 2013 V ČÍSLECH PRAŽSKÉ INFORMAČNÍ SLUŽBY – PRAGUE CITY TOURISM

1 925 498 návštěvníků webového portálu www.prague.eu

633 169 zodpovězených dotazů v turistických informačních centrech PIS – PCT

689 358 návštěvníků Staroměstské radnice

410 000 ks vydaných map

55 000 návštěvníků povodňového zpravodajství na webovém portálu PIS – PCT

3 068 zodpovězených e-mailových dotazů

1 134 akcí zajištěných dispečinkem průvodců

430 uspořádaných vlastivědných vycházek

927 účastníků Pražské univerzity

374 externích spolupracovníků PIS – PCT (průvodci, překladatelé, lektoři)

82 doškolovacích akcí

51 průměrný počet zaměstnanců na HPP

14 veletrhů s účastí PIS – PCT doma i v zahraničí

5 turistických informačních center ve správě PIS – PCT

HOSPODAŘENÍ V ROCE 2013

HLAVNÍ ČINNOST

Hlavní činnost Pražské informační služby – Prague City Tourism byla v roce 2013 charakterizována návazností na strategické priority a cíle organizace vytyčené příchodem nového vedení během 1. čtvrtletí 2013.

Oproti předchozím letům došlo v roce 2013 k výrazné změně nejen s nově vytvořenými prioritami a cíli, ale také v důsledku předání téměř všech dosud spravovaných objektů do správy Muzea hl. m. Prahy. Jediným objektem, který zůstává ve správě PIS – PCT, je Staroměstská radnice. Uvedené změny mají pochopitelný vliv nejen na výši, ale také na strukturu tržeb a nákladů organizace. Současně také v oblasti back office došlo k nastartování řady provozních projektů, a to již během 1. pololetí 2013. Výsledkem této aktivity byla celá řada úspor ve vztahu k dodavatelům.

Z finančního pohledu byl rok 2013 poměrně úspěšný, protože organizaci se podařilo držet náklady na rozpočtové úrovni a současně se povedlo oproti rozpočtu signifikantně navýšit výnosy společnosti. V hlavní činnosti dosáhla PIS – PCT v roce 2013 výnosů ve výši 58,5 mil. Kč, čímž byl plánovaný rozpočet výrazně přeplněn o celých 93 %. Hlavní část výnosů tvořil příjem vyplývající ze vstupného ve Staroměstské radnici vlastněné HMP.

Celkové náklady na druhé straně byly ve výši 69,5 mil. Kč, čímž sice přesáhly plánovaný rozpočet, ale v porovnání s výnosy jen o 11 %. Navíc vyšší náklady byly způsobeny zejména vyšší daní z příjmů právnických osob, která výrazně vzrostla kvůli změně daňového režimu organizace. Z nákladových položek byly největšími položkami marketingové projekty jakožto pilířová aktivita organizace, a dále mzdové náklady, které dohromady tvořily zhruba 70 % celkových nákladů.

V důsledku výrazně vyšších tržeb a lepší efektivity na nákladové straně došlo ve výsledku k výrazné úspoře v podobně snížení neinvestičního příspěvku z upravených 32 mil. Kč až na konečných 11 mil. Kč.

DOPLŇKOVÁ ČINNOST

Z finančního pohledu dosáhla organizace v doplňkové činnosti výraznějšího zisku ve výši 2,3 mil. Kč oproti původně plánovanému 1 mil. Kč, když výnosy ve výši 12,8 mil. Kč převýšily původní rozpočet o celých 45 %, zatímco celkové náklady vzrostly sice také, ale z původních 7,8 mil. Kč jen o 35 %.

Doplňková činnost organizace byla v roce 2013 podobná rokům předchozím, s výjimkou příjmů ze Staroměstské radnice, které rovněž přispěly nezanedbatelnou částkou. Hlavním zdrojem příjmů bylo vydávání periodika Přehled kulturních pořadů v Praze, který tvořil zhruba polovinu všech výnosů v doplňkové činnosti. Následovala Staroměstská radnice a dále tržby na turistických informačních centrech.

ROZBOR HOSPODAŘENÍ ZA ROK 2013
HLAVNÍ ČINNOST

v tis. Kč

	Schválený rozpočet 2013	Upravený rozpočet 2013	Skutečnost 2013	% plnění k UR	Skutečnost 2012
VÝNOSY CELKEM	20 350	30 306	58 495	193	41 872
z toho:					
ze vstupného	18 000	27 956	53 935	193	0
z prodeje služeb	1 600	1 600	2 857	179	1 676
ostatní výnosy	750	750	1 703	227	40 196
NÁKLADY CELKEM	56 786	62 742	69 489	111	64 617
z toho vybrané položky					
Spotřebované nákupy – z toho:	2 090	2 090	3 195	153	3 255
spotřeba materiálu	1 100	1 100	2 358	214	1 980
spotřeba energie	990	990	837	85	1 275
Služby – z toho:	30 582	26 582	18 230	69	26 802
opravy a udržování	8 880	8 880	341	4	10 661
cestovné	750	750	626	83	271
náklady na reprezentaci	100	100	201	201	40
nájemné a služby nebytových prostor	1 390	1 390	2 343	169	1 673
úklid	640	640	501	78	590
výkony spojů	350	350	656	187	715
ostraha objektů	190	190	99	52	627
propagace	11 600	7 600	5 618	74	901
Osobní náklady – z toho:	17 595	26 370	29 902	113	22 185
mzdové náklady	11 500	18 000	17 674	98	14 809
ostatní osobní náklady	1 500	1 500	4 685	312	1 509
zákonně sociální pojištění	3 910	6 120	6 703	110	5 151
zákonně sociální náklady – FKSP	115	180	177	98	149
Daně a poplatky	150	150	38	25	23

ROZBOR HOSPODAŘENÍ ZA ROK 2013
HLAVNÍ ČINNOST (pokračování)

v tis. Kč

	Schválený rozpočet 2013	Upravený rozpočet 2013	Skutečnost 2013	% plnění k UR	Skutečnost 2012
Ostatní náklady – z toho:	725	725	3 486	481	1 387
smluvní pokuty a úroky z prodlení	25	25	0	0	0
jiné pokuty a penále	700	700	2	0	23
manka a škody	0	0	0	0	699
Odpisy dlouhodobého majetku	2 944	4 125	4 026	98	5 395
z dotace HMP	2 944	4 125	4 026	98	5 395
ze státní dotace a zahraničí	0	0	0	0	0
Drobný dlouhodobý majetek	350	350	1 532	438	737
Daň z příjmů	2 350	2 350	9 080	386	4 833
Hospodářský výsledek	36 436	32 436	10 994	34	22 745
(náklady – výnosy)					
*) Neinvestiční příspěvek	36 436	32 436	32 436	100	50 500
*) Státní dotace	0	0	0	0	0
Ostatní	0	0	0	0	0
Výsledek hospodaření celkem					
úspora NIP (+) nebo zhoršený HV (-)	0	0	21 442	0	27 755

ROZBOR HOSPODAŘENÍ ZA ROK 2013
DOPLŇKOVÁ ČINNOST

v tis. Kč

	Schválený rozpočet 2013	Skutečnost 2013	% plnění	Skutečnost 2012
VÝNOSY CELKEM	8 795	12 767	145	9 981
NÁKLADY CELKEM	7 778	10 480	135	9 937
z toho vybrané položky				
Spotřebované nákupy – z toho:	295	2 417	819	295
spotřeba materiálu	200	57	29	156
spotřeba energie	95	52	55	97
Služby – z toho:	4 605	4 920	107	5 706
opravy a udržování	35	25	71	34
cestovné	40	28	70	1
nájemné a služby nebytových prostor	10	132	1 320	163
úklid	60	64	107	60
výkony spojů	130	277	213	135
Osobní náklady – z toho:	1 983	2 021	102	2 445
mzdové náklady	1 330	1 338	101	1 661
ostatní osobní náklady	120	147	123	136
zákonné sociální pojištění	450	481	107	593
zákonné sociální náklady – FKSP	13	13	100	17
Daně a poplatky	5	2	40	3
Ostatní náklady – z toho:	90	102	113	77
smluvní pokuty a úroky z prodlení	0	0	0	0
jiné pokuty a penále	90	3	3	2
manka a škody	0	0	0	2

ROZBOR HOSPODAŘENÍ ZA ROK 2013
DOPLŇKOVÁ ČINNOST (pokračování)

v tis. Kč

	Schválený rozpočet 2013	Skutečnost 2013	% plnění	Skutečnost 2012
Odpisy dlouhodobého majetku – z toho:	500	457	91	1 182
z budov a staveb	0	0	0	0
zařízení	500	457	91	1 182
Drobný dlouhodobý majetek	50	76	152	42
Daň z příjmů	250	485	194	187
HOSPODÁŘSKÝ VÝSLEDEK (+ zisk, - ztráta)	1 017	2 287	225	44



Wow **Yay**

whoa

CNN v roce 2013 uvedla Prahu na prvním místě mezi městskými destinacemi ideálními pro zimní dovolenou.



O°oh

Shhh

Yeah

Mmmm

PRAŽSKÁ INFORMAČNÍ SLUŽBA – PRAGUE CITY TOURISM V ROCE 2014

Rok 2014 by měl z hlediska vnímání Prahy jako turistické destinace přinést první výsledky související s komplexní proměnou PIS – PCT.

Zásadní prioritou v činnosti organizace zůstává pro rok 2014 marketing, jehož dlouhodobým cílem je zvýšit prestiž destinace Praha.

Naplňováním strategického marketingového plánu chce PIS – PCT docílit:

- zvýšení návštěvnických výdajů
- zvýšení počtu přenocování
- zvýšení nebo zastavení poklesu příjezdů u vybraných trhů
- motivace cílových skupin k opakované návštěvě
- zlepšení návštěvnosti Prahy v nízké sezoně
- vyšší zájem turistů o čtvrti mimo bezprostřední historické centrum
- zlepšit image Prahy u domácích návštěvníků odstraněním negativních stereotypů.

Pro nejbližší období jsme si pro propagaci Prahy vytyčili několik tematických priorit – pro rok 2014 to bude Hudba v Praze, navázaná na Rok české hudby. Dlouhodobějším tématem je Praha jako město stvořené pro svatby, svatební cesty nebo oslavy jubileí. Destinace Praha se však bude prezentovat také jako místo plné života (oživení náplavky, festivaly a akce v ulicích, nové kulturní projekty atd.), jako město nabízející pestrou paletu chutí (restaurace, bary, školy vaření). Budeme rovněž zdůrazňovat krásu a klid metropole v okrajových sezonách, připravujeme projekt zaměřený na osobnost Bohumila Hrabala.

Z geografického pohledu budou primárními zdrojovými trhy Rusko, Německo, USA, Velká Británie, Itálie, Španělsko a Jižní Korea, sekundárními pak Brazílie, Čína, Polsko, Rakousko nebo Slovensko.

PIS – PCT zrealizuje výběr kreativní a mediální agentury na vytvoření online marketingových kampaní v nadcházejících třech letech. Cílem je zvýšit povědomí o atraktivitě Prahy a dosáhnout zlepšení její pozice na žebříčkách nejpřitažlivějších měst světa.

Chystáme se podporovat také domácí cestovní ruch. Nové mobilní informační centrum se na jaře vydá na roadshow po českých městech, slavnostech v jednotlivých regionech a letních festivalech v Čechách a na Moravě. Na úspěšný projekt „Nenechte Prahu jen Pražákům!“ naváže kampaň s pracovním názvem „Ochutnejte svět v Praze“, která bude zaměřena na mezinárodní gastronomii v Praze.

Na nové doméně www.prague.eu bude vytvořen nový obsah, resp. redesign stávajícího webu s grafikou v novém vizuálním stylu s intuitivnější architekturou a přátelštějším uživatelským prostředím, včetně doplňných jazykových verzí. Od nového webu se očekává větší interaktivita a účelné propojení se sociálními sítěmi.

Aktivní práce s médii bude reflektovat tematické priority PIS – PCT pro rok 2014. Agenda public relations nadále zahrnuje prezentaci v médiích, tematické press tripy, pravidelný newsletter, tiskové zprávy a materiály, profesionální mediální servis, včetně nové databáze fotografií.

Budeme pokračovat v publikaci map a turistických brožur, které v některých případech doplní aplikace pro mobilní telefony a tablety.

Společně s agenturou CzechTourism se zúčastníme nejvýznamnějších evropských veletrhů cestovního ruchu ITB Berlín, WTM Londýn a MITT Moskva. Plánujeme také využít spolupráce s partnerskými městy Prahy (prezentace Prahy v Hamburku), společně s Prague Convention Bureau budeme českou metropoli propagovat na veletrzích kongresové turistiky IMEX a EITBM.

Velký pokrok se očekává od zkvalitňování turistického servisu – hodláme otevřít nové TIC na Václavském náměstí, činnost zahájí mobilní TIC určené pro hojně navštěvované akce v Praze i v regionech. Rádi bychom otevřeli nové turistické informační centrum v Terminálu 1 na Letišti Václava Havla.

O NÁS

Pražská informační služba – Prague City Tourism, příspěvková organizace hlavního města Prahy, byla založena 1. 1. 1958 jako samostatné kulturně-informační a vzdělávací zařízení, které vzniklo za účelem podpory cestovního ruchu v Praze.

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

Stěžejní činností je však propagace a marketing Prahy pro rozvoj domácího a zahraničního cestovního ruchu jak v rámci České republiky, tak i mezinárodně. V současnosti PIS – PCT prochází přerodem v marketingovou organizaci. Opouštíme koncept zaměřený na encyklopedickou znalost metropole a namísto toho se stáváme aktivním manažerem cestovního ruchu a moderní servisní organizací.

V roce 2013 prošla PIS – PCT celou řadou změn. Prioritou se stalo posílení marketingové oblasti, public relations a výraznější propagace Prahy zajištěná aktivním kontaktem se zahraničím. Současná struktura činnosti v mnohém již neodpovídala instituci vzniklé před více než padesáti lety. Proto se k tradičnímu názvu Pražská informační služba přidává anglický ekvivalent Prague City Tourism. Organizace tak bude lépe vnímána doma i ve světě.

PIS – PCT mění také svůj dosavadní vizuální styl – dynamickým a přitom jednoznačným symbolem organizace se stává stylizovaný rozcestník, ukazatel, který pomáhá návštěvníkům i obyvatelům Prahy zorientovat se v aktuálním turistickém a kulturním dění. Zároveň Prahu znázorňuje jako křižovatku měst.

Pražská informační služba – Prague City Tourism je členem mezinárodní organizace ECM (European Cities Marketing), v rámci ČR působí v organizaci A.T.I.C. ČR (Asociace turistických informačních center České republiky). Aktivně kooperuje s profesními asociacemi cestovního ruchu doma i v zahraničí, s agenturou CzechTourism a Českými centry, MMR, zastupitelskými úřady MZV a zahraničními i domácími médii.

Sídlo organizace
Arbesovo nám. 70/4
150 00 Praha 5
tel. 221 714 714
www.prague.eu

Ředitelství
PhDr. Nora Dolanská, MBA
tel. 221 714 301
e-mail: director@prague.eu
www.prague.eu



Výroční zpráva 2013

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

Foto v úvodním textu: Hana Connor

Arbesovo nám. 70/4 / Praha 5 / 150 00

www.prague.eu

Grafický návrh a sazba: © Dynamo design s.r.o.

Tisk: PrintActive s.r.o.



Výroční zpráva 2013

Pražská informační služba – Prague City Tourism

Arbesovo náměstí 70/4 / Praha 5 / 150 00 / CZ

www.prague.eu