

# Mmm ryzí emoce Prague

**Výroční zpráva 2014  
Pražská informační služba –  
Prague City Tourism**

**Prague  
City Tourism**

**Výroční zpráva 2014**  
**Pražská informační služba –**  
**Prague City Tourism**





## OBSAH

- |    |   |    |  |
|----|---|----|--|
| 04 | ÚVODNÍ SLOVO ŘEDITELKY ORGANIZACE   | 34 | EDIČNÍ ČINNOST   |
| 06 | ORGANIZAČNÍ STRUKTURA<br>Organigram<br>O nás  | 36 | STAROMĚSTSKÁ RADNICE   |
| 10 | MARKETING A PUBLIC RELATIONS<br>Online marketingová kampaň 2014–2017<br>Marketingová témata a kampaně<br>Zahraniční public relations – press tripy<br>Spolupráce s domácími médii<br>Veletřhy, výstavy a prezentace | 38 | PRAŽSKÁ VLASTIVĚDA A VZDĚLÁVÁNÍ<br>Vlastivědné vycházky<br>Průvodcovské vzdělávání<br>Pražská univerzita pro každého |
| 24 | TURISTICKÝ SERVIS<br>Turistická informační centra<br>Mobilní informační centrum (mTIC) a roadshow<br>Turistický webový portál a korporátní stránky<br>Dispečink průvodců<br>Klub VIP průvodců                       | 42 | ROK 2014 V ČÍSLECH PRAŽSKÉ INFORMAČNÍ SLUŽBY –<br>PRAGUE CITY TOURISM  |
|    |   | 43 | HOSPODAŘENÍ PRAŽSKÉ INFORMAČNÍ SLUŽBY –<br>PRAGUE CITY TOURISM V ROCE 2014   |
|    |   | 48 | CESTOVNÍ RUCH V PRAZE V ROCE 2014  |
|    |   | 54 | PRAGUE CITY TOURISM – VÝHLED DO ROKU 2015  |

## ÚVODNÍ SLOVO ŘEDITELKY ORGANIZACE



Rok 2014 byl pro naši organizaci v mnoha ohledech velmi dynamický. Již se plně projevil zájem o nový vizuál Prahy v oblasti cestovního ruchu a lidé začali vnímat novou značku, logo i claim jako neotřelý symbol a pozitivní sdělení.

Na dvou významných místech jsme rozšířili síť informačních center – na Terminálu 1 pražského letiště a v horní části Václavského náměstí. Loni jsme tedy poskytovali veškeré informace, nabízelí jsme Prague Card, vycházky, průvodce, prodávali vstupenky a pomáhali s odborným poradenstvím již v šesti informačních centrech.

Ve znamení Roku české hudby a propagace Prahy jsme oslovili hudbymilovné návštěvníky města. Podařilo se nám připravit interaktivní mapu s místy hudebních pražských zajímavostí, jimiž mohl leckterý návštěvník obohatit svůj pobyt. Tato mapa zůstává aktivní i v roce 2015.

Naše organizace zrealizovala a dostala do výrazného tempa na dvacet projektů, které její činnost posunuly výrazně kupředu. Zejména v oblasti sociálních médií a webu jsme začali se systematickým kontaktem s individuální veřejností. Dvě vysoutěžené agentury – Havas Worldwide Prague a MediaCom – se podělily o kreativitu a nákup mediálního prostoru a budou po dobu tří let realizovat náš velký projekt propagace města v kyberprostoru. V roli ambasadorů vystupují ve spotech na různá témata o Praze cizinci žijící v Praze, jejichž výpověď o vztahu k našemu městu je opravdu autentická. Tato videa (jakož i bannery a další upoutávky) přivedou zájemce na tematicky pojednané webové stránky s relevantní nabídkou míst, zážitků a aktivit.

Naše prezentace v zahraničí, ať již ve spolupráci s ČSA (Německo, Dánsko, Itálie, Jižní Korea) nebo s Českými centry (Španělsko, Rakousko, Francie), naše účast na veletrzích (ITB Berlín, WTM Londýn, MITT Moskva) či účast prostřednictvím Prague Convention Bureau, jehož činnost částečně finančně zajišťujeme (IMEX Frankfurt, EITBM Barcelona, IMEX Las Vegas), byly významným počinem, jak Prahu v zahraničí představit v co nejlepším světle.

I kampaň pro domácí cestovní ruch Do Prahy za pivem byla lákavá. Na podzim jsme si dali za úkol představit nový gastronomický fenomén – ochutnávky známých i neznámých druhů piv z produkce malých soukromých pražských pivovarů. Existuje jich více než 20 a podle toho vznikají v Praze i nové druhy zařízení – pivotěky, restaurační pivovary, pivní bary a dokonce i pivní lázně. Chceme ukázat, že tento fenomén nemusí být při pobytu v Praze jen o množství zkonsumovaného levného piva.

V souvislosti s nově otevřeným Klubem VIP průvodců a změnou stanoviště pro neregistrované průvodce jsme následně upravili i prostor pro Guide Office v chodbě Staroměstské radnice a koncem roku začali s další novinkou – zkušebním provozem prvního suvenýrového stánku a prodejem merchandisingových předmětů. Tuto službu chceme v roce 2015 výrazně rozšířit a čas ukáže, zda se budou předměty návštěvníkům Prahy líbit.

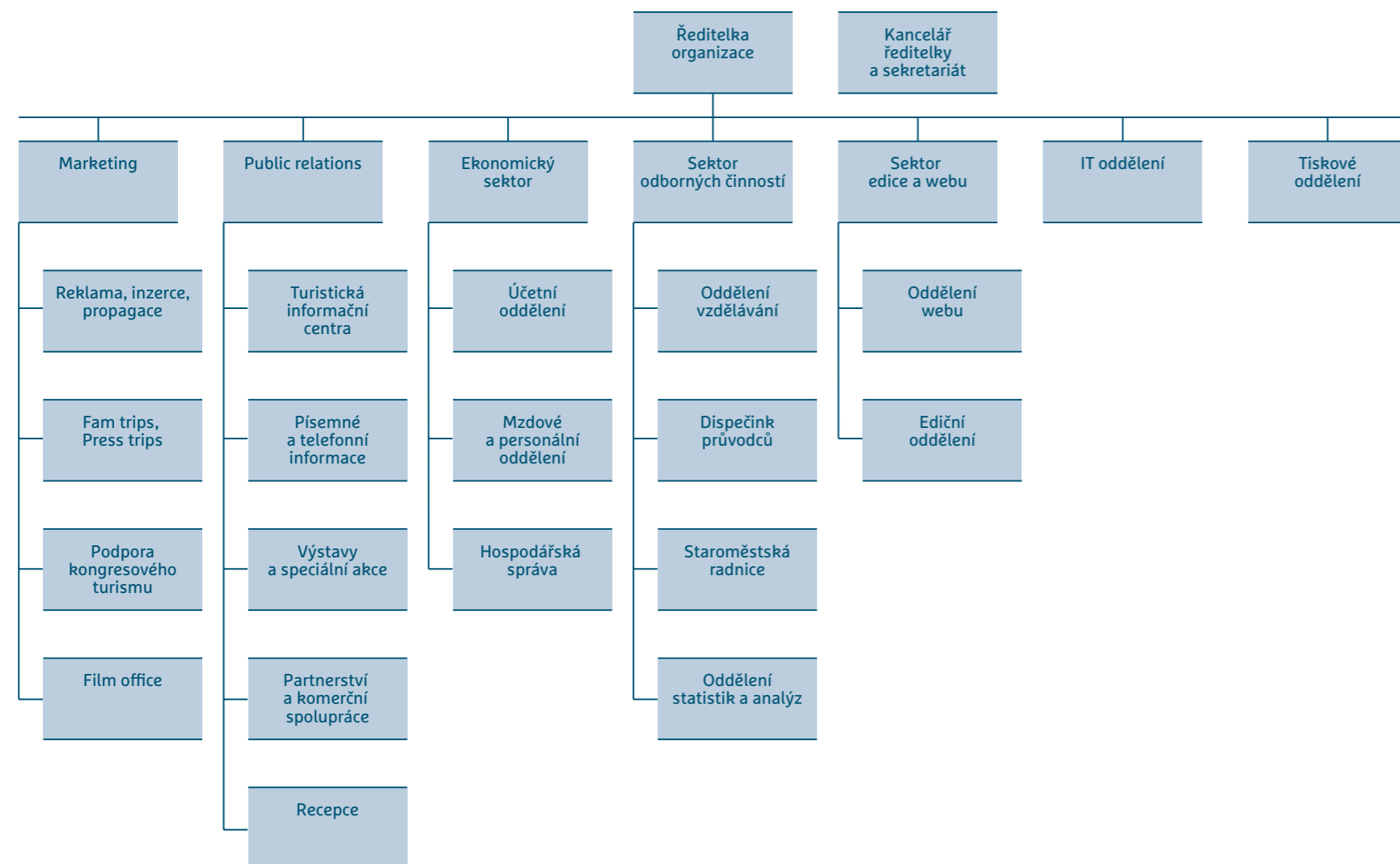
Rok 2014 byl, jak již v úvodu zmíněno, dynamickým během na dlouhou trať. Vyrázili jsme plnou parou vpřed a nechceme v tempu polevovat. Nyní se soustředíme na vyladění jednotlivých projektů, změříme jejich úspěšnost a budeme se snažit dále zlepšovat servis pro ty, kteří do Prahy přijeli, a informovat všechny, kteří o cestě zatím jen uvažují.

PhDr. Nora Dolanská, MBA  
Osobnost cestovního ruchu 2014

**Pražská informační služba – Prague City Tourism**



## ORGANIZAČNÍ STRUKTURA



## O NÁS

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

Stěžejní činností organizace je propagace a marketing Prahy pro rozvoj domácího a zahraničního cestovního ruchu v rámci České republiky i mezinárodně. V uplynulých dvou letech prošla PIS – PCT přerodem v marketingovou organizaci. Opustila koncept zaměřený na encyklopedickou znalost metropole a namísto toho se stala aktivním manažerem cestovního ruchu a moderní servisní organizací.

Našimi tradičními úkoly 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 či zajištění provozu historického objektu Staroměstská radnice.

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, Ministerstvem pro místní rozvoj ČR, zastupitelskými úřady Ministerstva zahraničí ČR a zahraničními i domácími médii.

Sídlo organizace  
Arbesovo nám. 70/4  
150 00 Praha 5  
tel. 221 714 714  
[www.praguecitytourism.cz](http://www.praguecitytourism.cz)  
[www.prague.eu](http://www.prague.eu)

Ředitelství  
PhDr. Nora Dolanská, MBA  
tel. 221 714 301  
e-mail: [director@prague.eu](mailto:director@prague.eu)  
[www.praguecitytourism.cz](http://www.praguecitytourism.cz)  
[www.prague.eu](http://www.prague.eu)





**„Jestliže chcete svým dětem zprostředkovat názornou lekci dějepisu, na předním místě vašeho seznamu měst stojících za návštěvu by měla být Praha, hlavní město České republiky, se svými věžemi, chrámy, červenými střechami a pastelovými fasádami barokních domů.“**

*Family Traveller, červenec 2014*

V roce 2014 PIS – PCT již začala plně využívat vlastní nový název a logo a zejména jednotný vizuální styl pro prezentaci destinace Praha. Pro účely propagace byl vytvořen nový set propagačních vizuálů vycházejících z “emocionální” estetiky stylu s akcentem na náladu okamžiku a emoci, kterou vyvolává.

### ONLINE MARKETINGOVÁ KAMPAŇ 2014–2017

Jedním z nejdůležitějších počínů roku byla i dvě úspěšná výběrová řízení na vytvoření tříleté online globální marketingové kampaně na podporu destinace Praha prostřednictvím sociálních médií. Cílem je především zajistit Praze plynulou, kvalitní, konzistentní a profesionální prezentaci v delším časovém horizontu. Právě rozlišitelnost, neplánovitost a tematická i stylová proměnlivost v prezentaci destinace byly v minulosti jednou z jejích slabin.

Vítězný kreativní koncept firmy Havas Worldwide Prague je postaven na sérii interaktivních videoklipů, v nichž autentičtí obyvatelé Prahy z řad cizinců vystupují jako ambasadoři pro jednotlivá témata. Videá jsou zakončena prolinkem na speciálně vytvořenou landing page na [www.prague.eu](http://www.prague.eu); zde jsou v závislosti na tématu doporučena místa či aktivity v Praze, kde je možno prožít zážitky stejné či podobné těm, jež se odehrály v ději videa.

Během roku 2014 byla natočena videa na témata romantika, architektura, gastronomie a sport, která jsou postupně nasazována v cílových trzích dle předem stanoveného mediaplánu.

Nákupem a distribucí médií byla pověřena firma MediaCom, vítěz druhého výběrového řízení. Dle zadání se její mediaplán soustředí na všechny klíčové, klasické i strategické trhy cestovního ruchu s tím, že reklamní sdělení budou nasazována strategicky podle toho, jak budou postupně doplňovány jazykové verze webu [www.prague.eu](http://www.prague.eu) tak, aby byla zajištěna komfortní uživatelská zkušenost s plynulým přechodem ze sociálního média/lokálního webu na web [www.prague.eu](http://www.prague.eu).



### Sociální média

Na jaře 2014 začala PIS – PCT spolupracovat s firmou McShakespeare, jejímž úkolem bylo „nastartovat“ doposud spíše nevýraznou aktivitu na sociálních sítích jako Facebook a Twitter. I se skromnými náklady tato rozjezdová fáze měla za výsledek zmnohásobení aktivity na obou platformách, přičemž zejména v důležitém ukazateli míry zapojení profil [Prague.eu](http://Prague.eu) svými výsledky předčil daleko starší a silnější konkurenty, např. Vídeň. Pokud jde o počty fanoušků, za šest měsíců se jejich počet navýšil o 47 %.

V září 2014 pak tuto aktivitu převzala firma Havas Worldwide Prague a během zbývajících měsíců se podařilo (i s využitím reklamy) výrazně navýšit počet fanoušků (o více než 670 %) a zároveň udržet i vysokou míru zapojení. Potvrzuje se, že nejúspěšnějšími příspěvky jsou fotografie; foto vánočního stromu na Staroměstském náměstí, publikované na FB dne 29. 11. 2014, bezkonkurenčně nejúspěšnější příspěvek roku, získalo téměř 12 500 „likes“.

### Portál mobilních aplikací

Chytré telefony a tablety dnes patří ke standardnímu vybavení většiny návštěvníků Prahy. Na trhu existují desítky až stovky mobilních aplikací, jež s problematikou Prahy a cestovního ruchu souvisí, avšak donedávna nebylo možno je snadno vyhledat a kvalitativně roztřídit. Řešením je oficiální portál mobilních aplikací města Prahy, který nechala vytvořit PIS – PCT. Portál umožňuje snadno a rychle najít aktuální seznam důležitých mobilních aplikací, jež informují o městě, stáhnout si jej jako určitou meta-aplikaci, a pak si již jen vybírat ze stále doplňovaného a aktualizovaného obsahu. Ten tvoří jak aplikace typu průvodců, např. série průvodců Pražským hradem nebo vlastní aplikace PIS – PCT Hudba v Praze, tak i praktické aplikace komerčních developerů, jakými jsou například transparentní systém objednávání taxi Liftago, kulturní kalendář QOOL nebo aplikace sledující aktuální směnné kurzy. Portál (pod názvem The Prague Portal, key words All About Prague) je zdarma ke stažení na GooglePlay i na AppStore.

**Wow** pure emotion  
**Prague**

**All About Prague**

**The Official Prague Portal  
for mobile applications**  
Oficiální portál mobilních aplikací města Prahy

Available on the App Store ANDROID APP ON Google play

Keywords: **Prague Portal**

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

Prague City Tourism

### Merchandising

V souladu s jednotným vizuálním stylem byla vytvořena i série značkových reklamních předmětů s logem Prahy. Jedná se o širokou skupinu zahrnující drobnosti jako psací potřeby (kuličková pera a tužky, čisticí utěrky na brýle a obrazovky, dekorativní magnetky), větší upomínkové předměty, např. hrnky s termosenzitivním dekorem Hradčan až po sportovně laděné předměty (vzhledem k tematickému zaměření roku 2015 na aktivní turistiku), jakými jsou trekingové a vycházkové hole. Tyto předměty lze zakoupit v turistických informačních centrech ve Staroměstské radnici, v Rytířské 31 nebo na Václavském náměstí.



**Vykouzlete si Prahu!**

Nebudete potřebovat čarodějný lektvar; postačí do hrnku nalít horký čaj či kávu a nezapomenutelná silueta Hradčan se spolehlivě vynoří ze tmy.



Pražská informační služba – Prague City Tourism

### MARKETINGOVÁ TÉMATA A KAMPANĚ

#### Hudba v Praze

S ohledem na celoročně probíhající akci Rok české hudby jsme se soustředili na téma hudby. Vytvořili jsme speciální microsite Hudba v Praze/Music in Prague, která v sobě kombinuje informace o pražských či s Prahou významně spojených hudebních osobnostech, tělesech a institucích, akcích i místech. Důležitou součástí microsite byla i nově vytvořená Hudební mapa Prahy, která byla vydána i v papírové podobě a distribuována mj. přímo na významných hudebních akcích a festivalech.

Pod názvem Hudba v Praze/Music in Prague byla vytvořena také speciální mobilní aplikace, která funguje jako průvodce po hudební historii Prahy. Aplikace zahrnuje řadu hudebních ukázek, které na základě licence poskytla firma Supraphon.

V zájmu zlepšení informovanosti světové veřejnosti o hudebních akcích v Praze jsme navázali spolupráci s nejvýznamnějším světovým portálem klasické hudby [www.bachtrack.com](http://www.bachtrack.com). Součástí balíčku propagačních služeb bylo několik tematických článků, zveřejnění programu klíčových domácích festivalů klasické hudby a bannerová reklama odkazující na microsite Music in Prague. Celkový počet impresí za rok 2014 přesáhl jeden milion.

#### Romantická Praha

Romantická a zejména svatební turistika jsou v marketingu hlavního města prioritou s minimálně střednědobým horizontem. K tomuto tématu jsme vydali výpravnou publikaci Prague Wedding Guide, která představuje Prahu jako ideální destinaci k cestám souvisejícím se svatebním průmyslem, ať už se jedná o romantické víkendy, zasnuby, svatební obřady, „photo trips” – populární především u asijské klientely, svatební cesty i nejrůznější romantické oslavy. Pro svatební turistiku Praha nabízí ideální podmínky – řadu jedinečných historických interiérů, ubytovací, cateringové i eventové služby na vysoké úrovni, fotogenické exteriéry, snadnou dostupnost i jazykovou a kulturní

otevřenost. Prague Wedding Guide byl vydán ve čtyřech jazykových mutacích: anglické, ruské, čínské a korejské s ohledem na vzrůstající popularitu Prahy jako romantické destinace na těchto trzích. Je distribuován prostřednictvím zastupitelských úřadů ČR, zahraničních zastoupení agentury CzechTourism a na veletrzích, výstavách a vlastních zahraničních prezentacích.





**90 divadel, 130 galerií, 150 klubů  
a více než 350 druhů točených piv.  
Kde? Jedině v Praze.**

**Vyberte si své pivní výhody**  
na [www.doprahzapivem.cz](http://www.doprahzapivem.cz) a přijed'te  
do Prahy od 27. 10. do 30. 11. 2014.




**Cheers** ryzí emoce  
**Prague**

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

Prague City Tourism

#### Do Prahy za pivem

Tématem pro domácí cestovní ruch byla v roce 2014 pivní gastronomie. Cílem bylo informovat českou veřejnost a zejména mladší obyvatele větších měst o široké a kvalitativně výjimečné nabídce pražských (mini)pivovarů, pivních barů a dalších podniků, jež v současné době z Prahy vytvářejí jednu z předních pivních metropolí kontinentu. Kampaň kladla důraz především na kvalitu, rozmanitost a osobitost současných moderních pivních podniků, z nichž mnohé se zaměřují nikoli na každodenního konzumenta, ale na znalce a pivní gurmety.

Jedná se o protiváhu stereotypně chápané masové „pivní turistiky“, kdy cílem je maximální konzumace za minimální cenu – naopak, tato kampaň se snažila do hledáčku návštěvníka dostat především podniky reprezentující to nejlepší z pražské pivní gastronomie.

V rámci kampaně byl vydán kapesní Pivní průvodce Prahou, speciální kupónová knížka poskytující držitelům přidanou hodnotu v cca 30 pražských pivních podnicích a zejména web [www.doprahzapivem.cz](http://www.doprahzapivem.cz). Po omezenou dobu byla zveřejněna i speciální cenová nabídka zúčastněných pražských hotelů. Průvodce byl přeložen i do angličtiny a anglickojazyčný web funguje i pod doménou [www.beerinprague.com](http://www.beerinprague.com).

#### Podpora kongresového turismu

PIS – PCT zahájila v roce 2014 užší spolupráci s Prague Convention Bureau (PCB) v oblasti profesionální podpory pražské kongresové turistiky. Prague Convention Bureau tak bude po dobu tří let zajišťovat aktivity související s MICE turistikou. Díky úzké spolupráci jsme se stali partnerem několika akcí pořádaných PCB, např. pátého ročníku „Oceňování kongresových velvyslanců – Ambassador Award Evening“ a třetího ročníku mezinárodního vzdělávacího semináře na téma „Trendy a klíčové faktory pro dosažení úspěchu na mezinárodním kongresovém poli“. Podpořili jsme rovněž úspěšnou kandidaturu PCB na pořádání kongresu ICCA v roce 2017 v Praze.

Pražská informační služba – Prague City Tourism



Mezi další oblast spolupráce s PCB patřilo pořádání press tripů do Prahy pro vybraná zahraniční MICE média. Celkem byly pořádány 3 press tripy pro 6 vybraných novinářů reprezentujících média zaměřená na kongresovou turistiku, jako např. Travel Daily News International, Incentive Travel and Corporate Meetings, Travel Manager nebo Trade Fairs International.

#### Filmová agenda

V roce 2014 se činnost PIS – PCT v oblasti filmové agendy orientovala především na spolupráci s agenturou CzechTourism a jejími čínskými partnery v souvislosti s propagací nově natočeného čínského filmu Somewhere Only We Know, jehož premiéra byla stanovena na 14. 2. 2015. Jedná se o romantický příběh odehrávající se v historické i současné Praze, od něhož se očekává masivní nárůst popularity Prahy jako turistické destinace u čínských návštěvníků. PIS – PCT se podílela na organizaci několika propagačních akcí, skupinového press tripu i cesty pro výherce speciální soutěže. Koncem roku 2014 jsme v anglické verzi vydali mapu filmových míst Lights! Camera! Prague!

#### Spolupráce s agenturou CzechTourism

Synergie činností národních a regionálních turistických centrál a destinačních managementů je pro úspěch českého cestovního ruchu klíčová. Kromě řady dílčích projektů se během roku 2014 obě organizace opakovaně setkaly, aby vzájemně koordinovaly svou propagační činnost týkající se destinace Praha. Nejdůležitějším výsledkem je dohoda o co-brandingu a vzájemném využívání schváleného setu vizuálů, který dává PIS – PCT k dispozici. Další spolupráce se týká jednotlivých činností, jakými je např. produkce regionálních příloh a tisk map a brožur, kde se ediční činnost bude vzájemně doplňovat, avšak nikoli dublovat. Pokračuje i spolupráce na press a fam tripech a společná propagace Prahy filmové – jednoho z témat PIS – PCT pro domácí cestovní ruch v roce 2015.

#### Spolupráce s ČSA

Nejmarkantnějším výsledkem vzájemné spolupráce, který jsme v r. 2014 zrealizovali v zájmu zviditelnění nového brandingu Prahy a propagace města, byl polep letounu Airbus A319 motivem Pražského hradu s výzvou „Fly to the City of Magic!“. Po dva roky bude letoun na pravidelných linkách ČSA propagovat českou metropoli a lákat zahraniční turisty k návštěvě Prahy. Celkový kontrakt zahrnuje i některé doplňkové reklamní služby: inzerci v palubním časopise Review, bannery, newsletter, promítání videospotu aj.

Polep letounu zabírá 170 m<sup>2</sup>, což je zatím největší polepená plocha letadla realizovaná v ČR.

Spolupráce s národním leteckým dopravcem probíhala formou smlouvy s konkrétním plněním ze strany aerolinií v řadě dalších oblastí např.:

- Valentýnská kampaň v únoru 2014 zahrnovala video na palubách ČSA.
- Na trzích Jižní Korea a Rusko proběhly on-line kampaně (bannery).
- V oblasti reklamy a propagace proběhly zahraniční kampaně na trzích Jižní Korea a Německo; společné prezentace pro cestovní kanceláře v Německu (Frankfurt, Hamburg, Düsseldorf) a v Dánsku (Kodaň); roadshow v Itálii (Milán, Řím) a dále slavnostní vánoční setkání a prezentace pro partnery ČSA v Soulu.

#### ZAHRANIČNÍ PUBLIC RELATIONS – PRESS TRIPY

V roce 2014 PIS – PCT podpořila anebo poskytla služby 236 zahraničním novinářům a dosud získala 24 mediálních výstupů.

Tato média (novináři, TV štáby, blogeri atd.) do Prahy přicestovala z 20 různých zemí v čele s USA, následovalo Německo, Velká Británie, Čína a Španělsko. Průměrná délka pobytu novinářů v Praze byla 3 dny. Pokud jde o poskytovaný servis, nejfrekventovanější položkou byly služby průvodce, dále vstupy do objektů a doprava.

Nejúspěšnější a nejvýraznější mediální výstupy vzešly od novinářů:

- Anna Franini pro magazín Classic Voice – Praha hudební (Itálie)
- Food & Friends – speciální číslo věnované pražské gastronomii (Polsko)
- Elite Traveller – všeobecný článek o Praze a ČR (Čína).

Práce se zahraničními médii probíhala následujícími způsoby:

- realizací vlastních press tripů (v roce 2014 zcela minimálně, pouze 2 novináři)
- spoluprací na press tripech dalších subjektů, primárně zahraničních zastoupení CzechTourismu, popř. s hotelovými společnostmi (35)
- spoluprací s individuálními novináři, blogery a TV štáby na základě jejich iniciativy (60)
- tiskovými zprávami, propagací specifických akcí (vlastní mediální databáze a kontakty), newsletter
- mediálním servisem (poskytování relevantních informací, fotografií, zprostředkování kontaktů atd.).

#### Spolupráce se zahraničními cestovními kanceláři, touroperátory a European Cities Marketing

PIS – PCT se v r. 2014 stala partnerem konference European Cities Marketing, která se uskutečnila počátkem června v nedalekých Drážďanech, s cílem propagovat Prahu jako vhodnou turistickou destinaci. Konference se zúčastnilo na 130 delegátů z Evropy.

Podpořili jsme konferenci britských nezávislých touroperátorů AITO, která se uskutečnila v Praze v polovině června, a to formou zajištění doprovodného programu v podobě gala večere v Trojském zámku. Akce se zúčastnilo na 110 delegátů z Velké Británie.

Další významnou akcí pořádanou v Praze, již byla PIS – PCT partnerem, byl listopadový workshop mezinárodního cestovního koncernu Der TOUR, který do Prahy přivedl na 2 500 zástupců evropských cestovních kanceláří. Na akci jsme poskytli na šest desítek profesionálních průvodců a zajistili jsme večeri pro 1 400 nákupčích. Prahu jako turistickou destinaci jsme pak oficiálně představili během kontrakčního setkání na PVA v Letňanech.

V neposlední řadě PIS – PCT podpořila 135. mezinárodní slotovou konferenci Mezinárodní asociace letecké dopravy IATA. Konference se zúčastnilo více než 1 200 zástupců leteckých společností a letišť z celého světa.

## SPOLUPRÁCE S DOMÁCÍMI MÉDIÍ

Třicet dva tiskových zpráv Pražské informační služby – Prague City Tourism v roce 2014 vygenerovalo na 550 výstupů v tištěných, audiovizuálních i digitálních médiích.

Nejčastějšími příjemci informací se vedle ČTK staly deníky Metro, MF Dnes, Právo a Pražský deník, dále Český rozhlas, Rádio Blaník, Rádio Impuls a zpravodajské portály iDnes.cz, Novinky.cz, Metro.cz a Denik.cz.

Mediálně nejpřitažlivějšími byly pro novináře tiskové zprávy týkající se statistik příjezdového cestovního ruchu, následované informacemi o činnosti PIS – PCT (např. zahraniční online kampaň, reklamní polep dopravního letadla, podzimní kampaň Do Prahy za pivem, otevření nového turistického informačního centra na Václavském náměstí).

Nově se zprávy o PIS – PCT objevily ve zpravodajství a publicistických pořadech České televize a TV Nova, ale i v médiích zaměřených na marketing a komunikaci (Marketing a média, Strategie, mediar.cz, mediaguru.cz). Medializace činnosti organizace se zároveň odehrávala mimo oficiálně vydávané tiskové zprávy, a to zejména v tištěných médiích s vyšší periodicitou, např. v magazínu Metro – Men Women Only (téma práce průvodců v Praze), v týdeníku Reflex (téma směnárny), v časopisech Tina a Překvapení (tipy na výlet), v magazínu Víkend (Do Prahy za pivem) nebo v časopise ČiliChili (nejvtipnější dotazy turistů).

Po celý rok jsme publikovali novinky také na magistrátním webu a v odborném tisku (COT business, TTG, Všudybyl). Ve spolupráci s vydavatelstvím KAM po Česku vzniklo další číslo časopisu KAM na výlet – speciál Praha, který mnoha články přibližuje Prahu jako zážitkovou destinaci pro všechny věkové skupiny.

## Tiskové konference

PIS – PCT participovala na třech tiskových konferencích – jedna se týkala jízdného, které bylo nově zahrnuto do turistické karty Prague Card, další se vztahovala k vydání nové mapy z edice Use-it a na Letišti Václava Havla proběhla tisková konference s Českými drahami.

Samostatně pak PIS – PCT uspořádala tiskovou konferenci ke své podzimní kampani Do Prahy za pivem. Briefing pro média zorganizovala PIS – PCT společně s ČSA a Letištěm Václava Havla Praha při příležitosti inauguračního letu Airbusu A319 s polepem Prahy.



Pražská informační služba – Prague City Tourism

## VELETRHY, VÝSTAVY A PREZENTACE

V průběhu roku 2014 jsme se zúčastnili několika významných veletrhů, konferencí a prezentací v ČR i v zahraničí. Účast na veletrzích v České republice byla naplánována s ohledem na přímé časté vlakové spojení do Prahy, v zahraničí pak na celosvětový význam dané akce. S velkým úspěchem se na těchto akcích setkala prezentace informačních materiálů ze zcela nové ediční řady, kterou PIS – PCT vydala. Naše účast byla obvykle doprovázena inzercí v oficiálních publikacích veletrhu s kladnou odezvou a novými kontakty z oblasti cestovního ruchu.



## VELETRHY, KONFERENCE, PREZENTACE S ÚČASTÍ PIS – PCT V ROCE 2014

Zahraníční veletrhy	Termín
ITB Berlín	5. – 9. 3.
MITT Moskva	19. – 22. 3.
WTM Londýn	3. – 6. 11.
ILTM Cannes	1. – 4. 12.

Tuzemské veletrhy	Termín
Holiday World Praha	20. – 23. 2.
Dovolená Ostrava	7. – 9. 3.
Infotour Hradec Králové	14. – 15. 3.
VCR České Budějovice	10. – 13. 4.
Sport Expo Praha	8. – 10. 5.
ITEP Plzeň	25. – 27. 9.
Travel Meeting Point Praha	29. – 30. 10.

Prezentace na konferencích a B2B setkáních	Termín
Ferienmesse Vídeň	16. – 19. 1.
Slovakiatour Bratislava	30. 1. – 2. 2.
IMTV Tel Aviv	11. – 12. 2.
Roadshow ČSA Milano	15. 5.
ECM Drážďany	4. – 6. 6.
Konference AITO	12. – 15. 6.
Roadshow ČSA Frankfurt	23. 6.
Roadshow ČSA Düsseldorf	24. 6.
Roadshow ČSA Hamburg	25. – 26. 6.
Roadshow ČSA Kodaň	18. – 19. 9.
Workshop Der TOUR	6. – 9. 11.
Konference IATA	11. – 14. 11.
Roadshow ČSA Soul	2. – 6. 12.

Prezentace s MHMP	Termín
Europa passage Hamburg	12. – 13. 2.
Dny Prahy Lublaň	22. – 24. 5.
Dny Prahy Norimberk	3. – 5. 7.
Riga City Festival	15. – 17. 8.

K významnému výročí 100 let od narození Bohumila Hrabala jsme uspořádali výstavu Bohumil Hrabal a Praha, která byla uvedena v Českém centru ve Vídni, hlavně však jako součást obsáhlejší výstavy v Casa del Lector v Madridu. Pro výstavu bylo nafoceno 35 originálních fotografií s tematikou míst, kde v Praze žil či působil Bohumil Hrabal.



#### Partnerství

Nekomerční partnerství, která prostřednictvím našich marketingových činností realizujeme, jsou pro nás důležitá. I v roce 2014 jsme se formou partnerství podíleli na řadě významných kulturních a společenských akcí. Pro příklad uvádíme:

- Carnevale Praha – masopustní slavnosti
- Festival Město na kole
- Mezinárodní hudební festival Pražské jaro
- Prague Food Festival
- Den dětí na Letné
- United Islands
- Open-air koncert České filharmonie
- Festival Divadelní Odyssea
- Filmová hudba ve Valdštejnské zahradě – koncert Symfonického orchestru hl. m. Prahy FOK
- Festival Barevná devítka
- Opera v Šárce 2014 – Čert a Káča
- Výstava Concerto Classico
- Výstava Nucená práce
- Ladronkafest
- Zažít město jinak
- Jablečné slavnosti na náměstí Jiřího z Poděbrad
- Signal festival





**„Praha se rozvíjí tak rychle, že ani mnozí místní dosud neslyšeli o posledních novinkách, ať už jsou to impozantní nové galerie, dynamicky se měnící staré čtvrti, skvělé bary včetně pivních či nové restaurace lákající na báječná jídla od klasických steaků a kotlet až po kořeněnou asijskou kuchyni.“**

*The New York Times, duben 2014*

**TURISTICKÁ INFORMAČNÍ CENTRA (TIC)**

Pražská informační služba – Prague City Tourism provozuje již šest turistických informačních center v historickém centru města a na Letišti Václava Havla Praha. Za rok 2014 je navštívilo 1 361 000 osob a pracovníci zodpověděli cca 608 000 dotazů.

**Přehled TIC ve správě Pražské informační služby – Prague City Tourism**

- Staroměstská radnice – Staroměstské náměstí
- Rytířská ulice 31
- Václavské náměstí – kiosek na rohu se Štěpánskou ulicí
- Letiště Praha, tranzitní prostor Terminálu 1
- Letiště Praha, tranzitní prostor Terminálu 2
- Malostranská mostecká věž (duben–říjen)

V turistických informačních centrech poskytujeme širokou škálu ucelených, objektivních a aktuálních informací o Praze (kultura, cestovní ruch, orientace po městě, doprava, ubytování, stravování, obchod a služby, příroda, sport), základní turistické informace o České republice a zajišťujeme turistické služby. Pracovníci TIC také pomáhají turistům řešit stížnosti nebo jiné složité situace.

V TIC mohou zájemci získat vstupenky na kulturní a sportovní akce, okružní jízdy Prahou a výlety z města, časové jízdenky na městskou dopravu, Prague Card (nyní včetně jízdného) nebo si zajistit ubytování. V TIC na letišti navíc prodáváme vnitrostátní jízdenky Českých drah. Pracovníci TIC absolvovali odborné školení na prodej jízdenek přímo v Českých drahách.

Zdarma je v informačních centrech k dispozici široká řada turistických brožur, map a informačních letáků.

**Novinky roku 2014**

V roce 2014 zaznamenala turistická informační centra řadu změn, které vedly k vyššímu uživatelskému komfortu turistické veřejnosti:

- otevřeli jsme nové turistické informační centrum v prostorách Terminálu 1 pražského letiště (mimoevropské přílety)
- zavedli jsme prodej vnitrostátních jízdních dokladů Českých drah v obou TIC na letišti
- otevřeli jsme další nové turistické informační centrum na Václavském náměstí
- zavedli jsme prodej nové řady merchandisingových předmětů v informačních centrech ve Staroměstské radnici, v Rytířské ulici a na Václavském náměstí
- všechna TIC mají nový vizuální styl Prahy a PIS – PCT.

Turistická informační centra PIS – PCT jsou řádnými členy A.T.I.C. ČR (Asociace turistických informačních center ČR). Dlouhodobě spolupracují s odbornými školami zaměřenými na cestovní ruch.

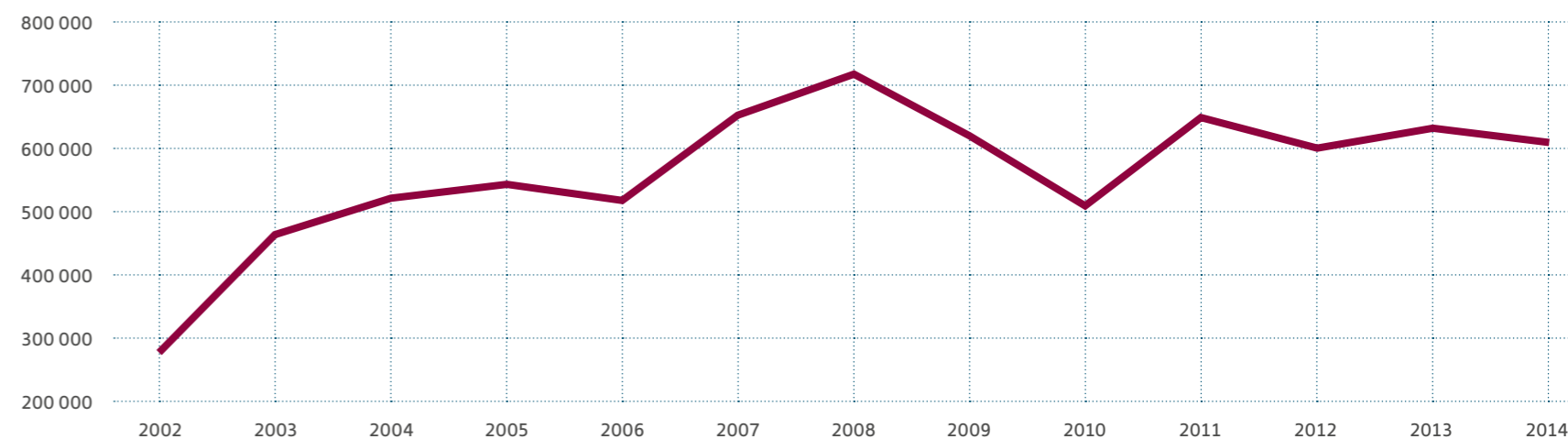
**TURISTICKÁ INFORMAČNÍ CENTRA**

TIC	návštěvnost	dotazy
Staroměstská radnice	808 000	336 815
Rytířská	145 000	73 022
Václavské náměstí*	10 000	14 133
Malostranská mostecká věž	188 000	94 044
Letiště – Terminál 1**	20 000	26 019
Letiště – Terminál 2	190 000	63 756
<b>Celkem</b>	<b>1 361 000</b>	<b>607 789</b>

\* provoz zahájen 27. 10. 2014

\*\*provoz zahájen 4. 7. 2014

**POČET ZODPOVĚZENÝCH DOTAZŮ V TIC V LETECH 2012–2014**



Roky	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
<b>Počet dotazů</b>	<b>287 264</b>	<b>469 887</b>	<b>519 888</b>	<b>548 010</b>	<b>514 669</b>	<b>656 814</b>	<b>712 679</b>	<b>613 127</b>	<b>505 852</b>	<b>648 433</b>	<b>599 771</b>	<b>633 169</b>	<b>607 789</b>

### MOBILNÍ TURISTICKÉ INFORMAČNÍ CENTRUM (mTIC) A ROADSHOW

Za rok 2014 jsme s mobilním turistickým informačním centrem najezdili 8 614 km, z toho 4 244 v zahraničí a 4 370 po České republice. Byli jsme na 22 akcích – v 7 krajích České republiky, na několika akcích v Praze a třikrát v zahraničí.

Pražská informační služba – Prague City Tourism proměnila jednu z dodávek svého vozového parku v mobilní informační centrum (mTIC), které je využíváno dvojím způsobem – na vysoce navštěvovaných akcích v Praze slouží jako turistické informační centrum PIS – PCT, v jiných krajích republiky a v zahraničí propaguje turistickou destinaci Praha (veletrhy, partnerská města apod.). Pojízdňé informační centrum, upravené ve vizuálním stylu turistické destinace Praha, se poprvé představilo na veletrhu Holiday World v únoru 2014.

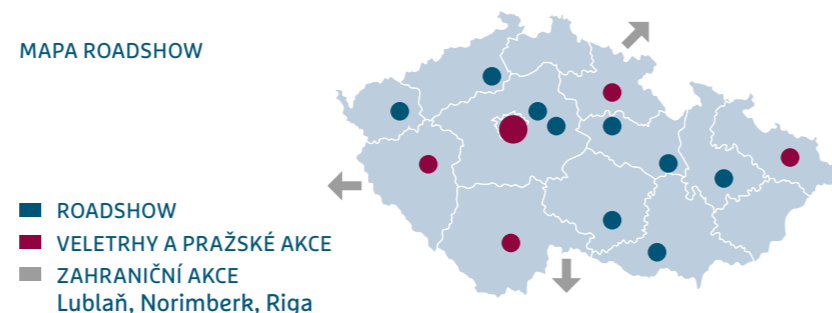
Zcela novým projektem na podporu domácího cestovního ruchu, který jsme díky mTIC mohli v roce 2014 uskutečnit, byla tzv. roadshow po České republice. Na jaře a na podzim jsme se zúčastnili významných akcí, městských slavností a festivalů v českých a moravských městech, kde jsme propagovali Prahu u domácích turistů.



### PŘEHLED AKCÍ S ÚČASTÍ mTIC V ROCE 2014

Akce	Místo	Datum
Holiday World – veletrh cestovního ruchu	Praha	20. – 23. 2.
Dovolená a region – veletrh cestovního ruchu	Ostrava	7. – 9. 3.
Infotour – veletrh cestovního ruchu	Hradec Králové	14. – 15. 3.
Veletrh cestovního ruchu	České Budějovice	10. – 13. 4.
Velikonoční trhy	Praha	18. – 21. 4.
Jaro pod Pálavou – festival otevřených sklepů	Pavlov	26. – 27. 4.
Zahájení lázeňské sezony	Karlovy Vary	2. – 3. 5.
Dům, zahrada, volný čas – veletrh	Litoměřice	16. – 17. 5.
Dny Prahy v Lublani (prezentace s MHMP)	Lublaň, Slovinsko	22. – 24. 5.
Aviatická pouť	Pardubice	31. 5. – 1. 6.
Festival Zámostí	Třebíč	7. 6.
Den dětí na Letné	Praha	8. 6.
Lodě na Labi	Poděbrady	10. 6.
Festival Votvírák	Milovice	13. 6.
Svátky města	Olomouc	14. 6.
United Islands – festival	Praha	19. – 22. 6.
Dny Prahy v Norimberku (prezentace s MHMP)	Norimberk, SRN	3. – 5. 7.
Dny Prahy v Rize (prezentace s MHMP)	Riga, Lotyšsko	15. – 17. 8.
Barevná devítka – festival	Praha	30. 8.
Ladronka – volnočasový festival	Praha	6. 9.
Lanškrounská kopa	Lanškroun	13. 9.
Festival Tourfilm	Karlovy Vary	9. – 11. 10.

### MAPA ROADSHOW



Pražská informační služba – Prague City Tourism



### TURISTICKÝ WEBOVÝ PORTÁL A KORPORÁTNÍ STRÁNKY

V roce 2014 jsme kompletně zrestrukturalizovali oficiální turistický portál hl. m. Prahy na doméně [www.prague.eu](http://www.prague.eu) a vytvořili samostatné korporátní stránky Pražské informační služby – Prague City Tourism [www.praguecitytourism.cz](http://www.praguecitytourism.cz). Díky tomuto řešení již nedochází k mísení informací pro odbornou veřejnost a pro turisty.

Nový turistický portál [www.prague.eu](http://www.prague.eu) jsme spustili v říjnu 2014 v české a anglické jazykové mutaci, koncem roku přibyla ještě německá a ruská verze. Všechny jazykové mutace jsou nyní plnohodnotné. Vizualně i obsahově velmi atraktivní portál zaujal od prvních dnů mj. svou neotřelostí a moderností.

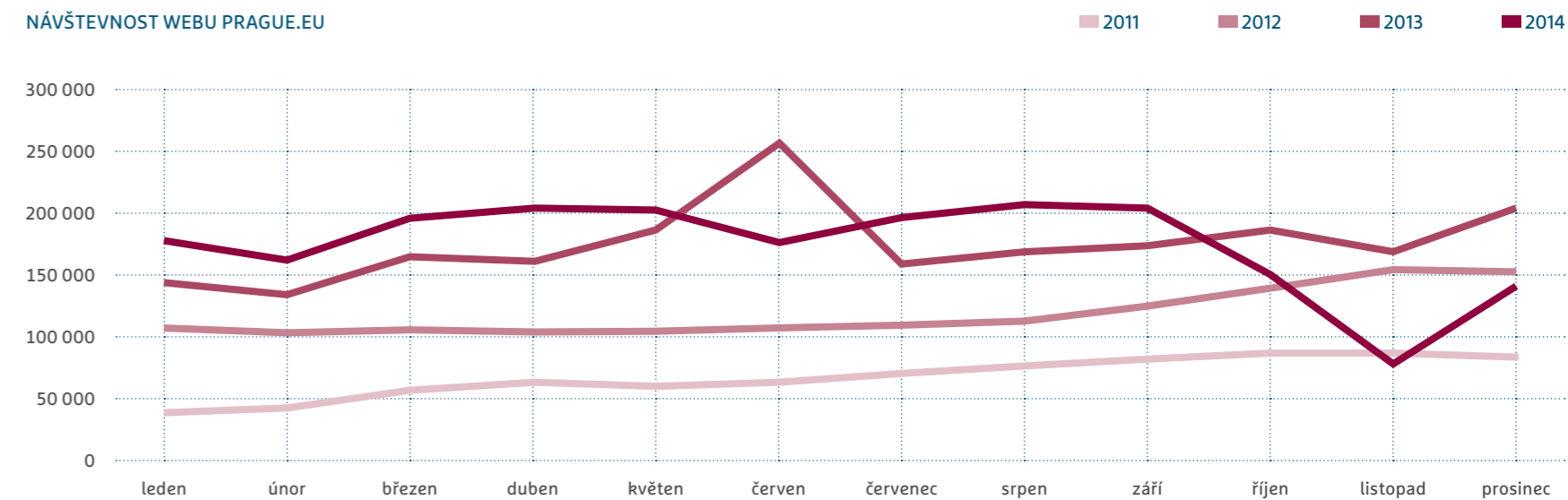
Web má nyní nejen novou grafiku, ale zejména nové pojetí. Portál, který dosud plnil především encyklopedickou funkci a tomu odpovídala i jeho struktura a vizuální koncepce, byl transformován do podoby, která by se dala nazvat kurátorskou. Cílem je nabídnout návštěvníkovi co nejzajímavější zážitky, motivovat jej k návštěvě a trávení volného času v Praze a zároveň jej nenásilně informovat.

Čeští i zahraniční turisté zde najdou potřebné informace pro pobyt v Praze, tipy na zajímavá místa a akce, které stojí v metropoli za pozornost. Web zároveň nabízí inspiraci rodinám s dětmi, gurmetům, aktivním lidem i těm, kteří chtějí objevovat současnou tvář metropole. Spolupracujeme s autory, kteří Prahu bezpečně znají a jsou odborníky na určitá témata. Důraz klademe i na atraktivní obrazovou složku a čtivě podané informace.

Turistický webový portál je také důležitým nástrojem pro propagaci marketingových aktivit PIS – PCT a sezonních nabídek města. V průběhu roku jsme připravili několik samostatných mikrostránek k marketingovým projektům – microsite [www.valentynvpraze.cz](http://www.valentynvpraze.cz) lákala do Prahy na valentýnské nabídky hotelů a restaurací, [www.hudbavpraze.cz](http://www.hudbavpraze.cz) reflektovala Rok české hudby, [www.doprahzapivem.cz](http://www.doprahzapivem.cz) doprovázela stejnojmenný projekt na podporu domácího cestovního ruchu a [www.vanocevpraze.cz](http://www.vanocevpraze.cz) přinesla širokou nabídku vánočních a novoročních akcí a podpořila tak zájem o Prahu v turisticky exponovaném období.

S turistickým portálem jsou vzájemně propojené korporátní stránky PIS – PCT, primárně určené odborné veřejnosti z oblasti cestovního ruchu. Stránky zahrnují mj. samostatnou sekci pro novináře, která vedle tiskových zpráv obsahuje také fotogalerii s profesionálními snímky Prahy a videa. Ke stažení jsou zde také námi vydané turistické informační materiály. Speciální sekce je věnovaná odborným analýzám a statistikám cestovního ruchu v Praze i vzdělávací činnosti PIS – PCT.

NÁVŠTEVNOST WEBU PRAGUE.EU



Počet návštěv	2011	2012	2013	2014
leden	44 457	115 622	149 053	177 096
únor	45 960	105 252	133 890	160 460
březen	55 224	112 486	166 824	192 329
duben	63 855	106 453	159 886	205 893
květen	61 089	107 420	178 154	201 042
červen	63 219	114 076	255 666	176 306
červenec	71 993	115 088	159 031	191 701
srpen	77 070	118 763	170 143	207 794
září	79 176	125 393	173 686	204 761
říjen	86 194	132 172	186 686	151 365
listopad	84 523	155 903	168 737	77 920
prosinec	81 878	151 973	201 896	144 624
Průměr za den	2 232	4 002	5 664	6 204
<b>Celkem za rok</b>	<b>814 638</b>	<b>1 460 601</b>	<b>1 925 498</b>	<b>2 091 291</b>



### DISPEČINK PRŮVODCŮ

V porovnání s rokem předchozím zaznamenal dispečink průvodců PIS – PCT v roce 2014 o pět procent více zájemců o službu. Celkem zajistil 1 191 akcí, jichž se zúčastnilo 12 670 osob.

Nejčastěji zákazníci vyžadovali průvodce v angličtině a němčině, dále francouzštině, italštině, ruštině a španělštině. Výrazně vzrostl zájem o akce v češtině a slovenštině.

Průvodcovské služby jsme zajistili pro řadu prestižních akcí, např. pro konferenci globální statistiky, konferenci Panta Rhei zemí EU, akci pro společnost Yves Rocher, Albatross Golf turnaj, pro Česko-čínské obchodní fórum, Architecture Week či konferenci mezinárodního cestovního koncernu Der TOUR, již se zúčastnilo na 2 500 touroperátorů z celé Evropy.

Pracoviště dispečinku průvodců ve vstupní hale Staroměstské radnice prošlo v roce 2014 celkovou rekonstrukcí, při níž byl vytvořen příjemný a turisticky vstřícný prostor pro návštěvníky. Architektonicky byla zároveň vyřešena nabídka merchandisingového zboží, která je důležitým krokem k tomu, aby si turisté z Prahy odváželi zajímavé, originální a kvalitní suvenýry.



### KLUB VIP PRŮVODCŮ

V důsledku stále nejasného postavení kvalifikovaných průvodců Prahou se Pražská informační služba – Prague City Tourism rozhodla založit v prvním čtvrtletí roku 2014 Klub VIP průvodců, který má za cíl zvýšit svoji kvalitou a reprezentačními předpoklady prestiž, úroveň a zájem o průvodcovské služby v Praze.

Oslovili jsme více než 300 průvodců Prahou s nabídkou členství v klubu s tím, že podmínky členství se opírají o kvalitu odbornou, jazykovou, širokou specializaci a ochotu dále se vzdělávat. Zájem o členství byl obrovský a výběr velmi přísný. Počet členů klubu byl pro první kolo výběru stanoven na 78. Na webových stránkách [www.prague.eu](http://www.prague.eu) jsme vytvořili speciální podsekcí, kde se členové klubu mohou prezentovat.

Pro členy klubu připravujeme speciální akce; např. v březnu 2014 se uskutečnily přednášky Ladislava Špačka a Pavla Maurera. Téma etiketa a vhodné společenské chování je pro průvodce stejně důležité jako znalost kvalitních restaurací, které ať tradičně či nově v Praze působí.

Klub VIP průvodců je považován za výborný prostředek ke zvýšení kvality služeb v oblasti příjezdového cestovního ruchu. K tomu také jistě přispěje další důležitý krok – ve spolupráci s MHMP se úpravou tržního řádu podařilo docílit změny volného režimu nabízení průvodcovských služeb před Staroměstskou radnicí.





**„Město lásky... to není jen Paříž. Na podzim a v zimě má už beztak nádherné Staré Město pro zamilované zvláštní kouzlo. A nemusíte se vzdát ani Eiffelovy věže... Paříž může být pro mnohé pulzujícím srdcem romantiky, my jsme se ale přesto zamilovali do magického kouzla Prahy...“**

*Kronen Zeitung, říjen 2014*

V roce 2014 jsme vydali 13 titulů v 11 jazykových verzích a v celkovém nákladu 1 522 000 výtisků.

Cílem naší publikační činnosti je propagovat Prahu jako významnou turistickou destinaci doma i v zahraničí, uspokojit potřeby individuální i skupinové turistiky, touroperátorů, cestovních kancelář, institucí působících v oblasti cestovního ruchu, médií a doplňovat marketingové projekty organizace i její další aktivity.

Turistické informační materiály mají jednotný vizuální styl, který hl. m. Praha používá pro propagaci města jako turistické destinace od r. 2013. K dispozici jsou v našich turistických informačních centrech, na významných veletrzích a dalších akcích cestovního ruchu, v elektronické podobě pak ke stažení na webových stránkách [www.prague.eu](http://www.prague.eu) a [www.praguecitytourism.cz](http://www.praguecitytourism.cz).

Ediční řadu tvoří 4 druhy tiskovin – městská mapa zaměřená buď na konkrétního návštěvníka nebo atraktivní téma, brožura s praktickými informacemi, resp. tematický průvodce, imageová brožura a informační leták.

První dva tituly z nové ediční řady městských map jsme připravili již v roce 2013, vydány byly na začátku roku 2014. Mapa Prahou s dětmi provádí městem malé návštěvníky a jejich rodiče, ukáže jim nejdůležitější památky, které by děti mohly zaujmout, zajímavá muzea, hřiště i parky. Hudební mapa Prahy přibližuje osobnosti, památky, festivaly i nejrůznější zajímavosti spjaté s hudbou v Praze. Vydána byla při příležitosti vyhlášení roku 2014 Rokem české hudby. Mapa památek a architektury provede turistu po nejdůležitějších památkách i po moderní architektuře.

Vše, co turista v Praze ke svému pobytu potřebuje, to je Praha do kapsy – praktický průvodce a zároveň základní informační brožura o naší metropoli. Luxusní imageová brožura 7 Reasons to Visit Prague láká do Prahy krásnými fotografiemi, jejichž prostřednictvím poukazuje na důvody, proč Prahu navštívit. Je určena zejména pro vzdálené destinace.

Kulturní čtvrtletníky Léto v Praze, Podzim v Praze a Zima v Praze předkládají výběr nejlepších kulturních, společenských, popř. sportovních akcí, které se v Praze konají v daném období. Řadu pak završuje speciál Vánoce v Praze s nabídkou vánočních a novoročních programů.

Informace o dalších titulech (Prague Wedding Guide, Pivní průvodce Prahou, Prague Film Locations Map a Pražská vlastivěda) najdete v kapitole Marketing a Public Relations, resp. Pražská vlastivěda a vzdělávání.

### NEWSLETTERY

#### Newslettery v češtině

Měsíčně vydáváme dva druhy elektronických newsletterů, které jsou zaměřeny na konkrétní cílové skupiny – newsletter pro incoming je určen české odborné veřejnosti a médiím, zatímco newsletter pro průvodce přináší informace důležité pro jejich činnost.

#### Newsletter pro zahraničí

Pod názvem The Prague Preview vychází každé dva měsíce newsletter pro zahraničí, od začátku roku 2014 nově ve třech jazykových mutacích – v anglické, německé a ruské. Newsletter je určen zejména pro profesionály cestovního ruchu v zahraničí. Seznamuje s nejdůležitějšími novinkami a informuje o nejvýznamnějších kulturních akcích, které se v Praze konají v horizontu nadcházejících cca 6 měsíců. Newsletter rozesíláme na 4 600 adres po celém světě.

Objednávkové formuláře na všechny newslettery jsou pochopitelně k dispozici také na webových stránkách [www.prague.eu](http://www.prague.eu) a [www.praguecitytourism.cz](http://www.praguecitytourism.cz).

### EDIČNÍ ČINNOST – PŘEHLED VYDANÝCH TITULŮ V ROCE 2014

Titul	Náklad/ks	Jazykové verze
Praha do kapsy – Váš praktický průvodce	400 000	CZ, EN, DE, FR, IT, ESP, RUS, POL, JAP, KOR, CHIN
7 Reasons to Visit Prague	20 000	EN, RUS, JAP, KOR, CHIN, ARAB
Prague Wedding Guide	10 000	EN, RUS, KOR, CHIN
Pivní průvodce Prahou	18 000	CZ, EN
Prahou s dětmi – mapa zábavních míst	200 000	CZ, EN, DE, FR, IT, ESP, RUS
Hudební mapa Prahy	210 000	CZ, EN, DE, FR, IT, ESP, RUS
Mapa památek a architektury	500 000	CZ, EN, DE, FR, IT, ESP, RUS
Lights! Camera! Prague! – Prague Film Locations Map	15 000	EN
Léto v Praze – kulturní čtvrtletník	19 000	CZ, EN
Podzim v Praze – kulturní čtvrtletník	10 000	CZ, EN
Zima v Praze – kulturní čtvrtletník	10 000	CZ, EN
Vánoce v Praze	20 000	CZ, EN, DE, FR, IT, ESP, RUS, POL
Pražská vlastivěda	90 000	CZ
<b>Celkem</b>	<b>1 522 000</b>	



## STAROMĚSTSKÁ RADNICE

Staroměstskou radnici navštívilo v roce 2014 celkem 739 793 osob, což je historický rekord. Meziročně jde o nárůst o 7,3 %. Rekordní zájem byl o návštěvu historického podzemí i reprezentačních sálů, kde se meziročně zvýšil počet turistů o 8,6 %.

### NÁVŠTĚVNOST STAROMĚSTSKÉ RADNICE V ROCE 2014

<b>Historické sály</b>	71 510 návštěvníků
<b>Radniční věž</b>	668 283 návštěvníků

Přípravě turistické sezony 2014 byla věnována velká pozornost po stránce personální i programové. Průběžně jsme spolupracovali s 60 externisty v roli průvodců, kustodů či pokladních. Tým externích spolupracovníků byl rozšířen zejména s ohledem na nové jazykové kvalifikace a komunikační i organizační dovednosti. Jejich výběr proběhl v dubnu a v květnu, aby v letních a podzimních měsících byl personál již stabilizovaný.

O lepší komfort a orientaci turistů se postaralo nové vnitřní značení a informační prvky, byla rozšířena nabídka informačních materiálů, které jsou nyní k dispozici ve 12 jazycích. Na dobu adventu a vánočních svátků jsme v historickém podzemí uspořádali malou vánoční výstavu s názvem „Kouzlo pražských Vánoc“.

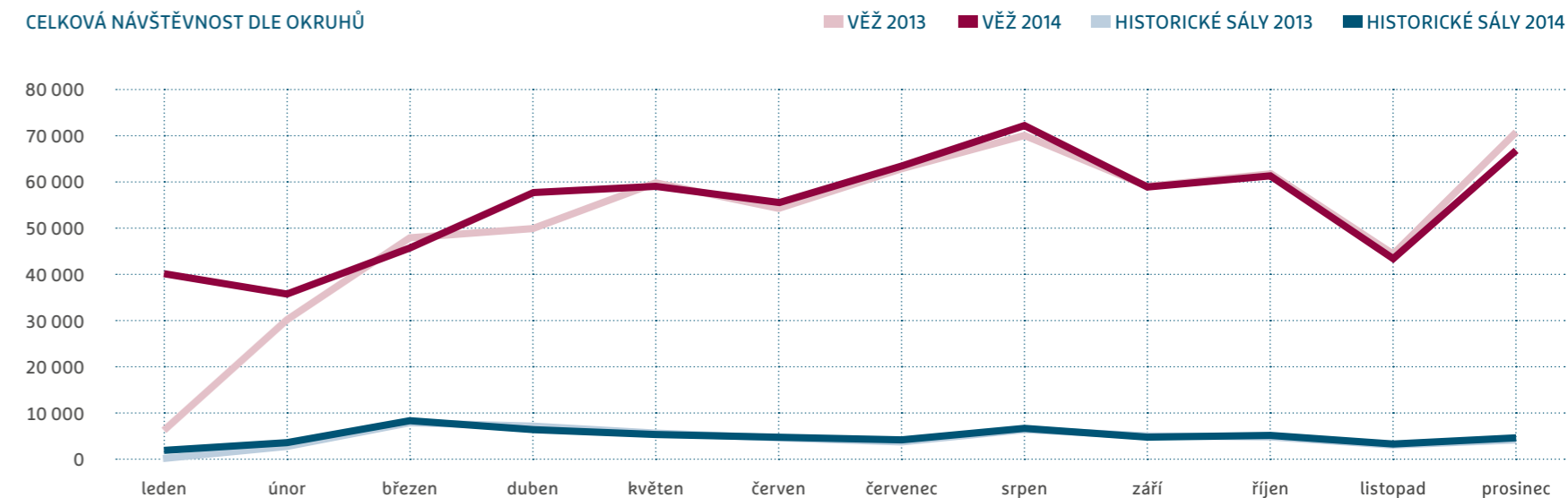
V průběhu celého roku probíhaly na Staroměstské radnici specializované večerní i dětské vycházky. Velmi populární večerní vycházky byly nabízeny kromě češtiny v ruštině, angličtině, němčině, italštině, francouzštině a španělštině.

Staroměstská radnice je začleněna také do turistické karty Prague Card. Pražské hotely a některé další subjekty, zajišťující skupinovou klientelu, uvítaly možnost nákupu vstupenek na Staroměstskou radniční věž v předprodeji a navíc se slevou.

Za samozřejmost byla považována podpora školních akcí včetně řady charitativně prospěšných prohlídek, například pro děti z dětských domovů, pro děti ze zatopených oblastí Bosny a Hercegoviny, pro Ligu proti rakovině apod.



### CELKOVÁ NÁVŠTĚVNOST DLE OKRUHŮ



Počet návštěv	Historické sály 2013	Historické sály 2014	Věž 2013	Věž 2014
leden	706	3 124	7 353	41 406
únor	3 467	4 196	30 658	36 411
březen	9 076	9 767	47 332	46 020
duben	8 269	7 819	50 049	58 225
květen	6 144	5 673	60 750	58 891
červen	5 100	5 301	54 484	56 523
červenec	4 520	5 270	63 906	64 411
srpen	7 083	7 673	70 617	73 245
září	5 838	5 586	59 561	59 319
říjen	5 988	6 576	62 135	61 739
listopad	4 054	4 400	45 221	44 969
prosinec	5 574	6 161	71 446	67 070
<b>Celkem</b>	<b>65 819</b>	<b>71 510</b>	<b>623 539</b>	<b>668 283</b>

### VLASTIVĚDNÉ VYCHÁZKY

V rámci Pražské vlastivědy jsme za rok 2014 zrealizovali 510 akcí, jichž se zúčastnilo 11 740 osob.

Je velmi potěšující, že zájem o tematické poznávání Prahy je stále velký. Úspěšné byly akce pro děti, např.:

- Za Golemem na Josefov
- Po stopách českých králů
- Do pokladnice za diamanty
- Za svatým Norbertem do Strahovského klášteřa.

Velké oblibě se nadále těší akce nordic walking, kde dochází ke spojení poznávání s aerobní aktivitou či nabídka programovaných vycházek zaměřených na oblasti mimo historické centrum, např.:

- Osada na Babě
- Trojské usedlosti a vily
- Barrandov.

Nově byla zařazena návštěva potrubní pošty a pražských kolektorů.

K významným výročím roku 2014 jsme uspořádali akce:

- Bohumil Hrabal a Praha
- Prahou za hudebními velikány.

Mezi nejnavštěvovanější patřily cykly:

- Kde se pivo vaří aneb za zlatým mokem do pražských pivovarů
- Historie nejstaršího řemesla aneb Praha neřestná
- Stopy německy píšících spisovatelů v Praze.

Nabízeli jsme také cizojazyčné vycházky v angličtině, němčině, ruštině a italštině do Národního divadla, Lorety či Staroměstské radnice a již tradičně jsme personálně zajistili dny otevřených dveří v Poslanecké sněmovně Parlamentu ČR a na Ministerstvu dopravy ČR (účast více než 1 500 osob).

V nové grafice vydáváme měsíční Program vlastivědných vycházek. Celkový náklad za rok 2014 byl 90 000 ks.



### PRŮVODCOVSKÉ VZDĚLÁVÁNÍ

Vysokou úroveň a dlouhou tradici má naše průvodcovské vzdělávání a doškolení. V průběhu roku 2014 jsme uspořádali 8 kurzů pro průvodce (4 kurzy Průvodce Prahou a 4 kurzy Průvodce cestovního ruchu). Ve spolupráci s Židovským muzeem v Praze byly zorganizovány také 4 kurzy průvodce Židovského muzea. Ze 44 absolventů přihlášených ke zkoušce uspělo 26 (úspěšnost 60 %) a z 87 žadatelů o licenci Židovského muzea ji získalo 45.

Osmdesáti čtyř doškolovacích akcí se zúčastnilo 1 702 průvodců. Další odborné přednášky absolvovali pracovníci turistických informačních center PIS – PCT, průvodci s jazykovou specializací korejština a odborná veřejnost na dvoudenních seminářích, které proběhly v červnu a v říjnu.

V rámci vzdělávání byly připraveny dva jazykové kurzy (angličtina, ruština) a jazykové zkoušky pro externí spolupracovníky objektu Staroměstské radnice i pro průvodce. Pro novou turistickou sezonu jsme počátkem roku vydali brožuru Informace pro průvodce Prahou na sezonu 2014 v novém praktickém formátu.

Z pověření MHMP jsme pokračovali ve vydávání odznaků Průvodce Prahou, kterých bylo v průběhu roku 2014 vydáno 82. Celkový počet vydaných průvodcovských odznaků se tak zvýšil na 2 760.

PRŮVODCOVSKÉ VZDĚLÁVÁNÍ V ČÍSLECH

<b>počet kurzů</b>	8
<b>počet kurzistů</b>	97
<b>počet doškolovacích akcí</b>	84
<b>počet účastníků akcí</b>	1798
<b>počet vydaných odznaků Průvodce Prahou</b>	82

### PRAŽSKÁ UNIVERZITA PRO KAŽDÉHO

Pro zájemce z řad široké veřejnosti pořádáme populárně-vzdělávací cykly přednášek a vycházek pod názvem Pražská univerzita pro každého. Pro 741 posluchačů jsme zorganizovali 209 akcí na 13 témat.

PRAŽSKÁ UNIVERZITA PRO KAŽDÉHO V ČÍSLECH

<b>počet akcí</b>	209
<b>počet lektorů</b>	35
<b>počet posluchačů</b>	741

### KNIHOVNA

Zaměstnanci PIS – PCT, účastníci kurzů, průvodci i širší odborná veřejnost má k dispozici naši odbornou knihovnu. Knihovní fond průběžně a pečlivě doplňujeme o nově vydané tituly včetně odborných časopisů. V závěru roku 2014 jsme zpřístupnili on-line katalog knihovny na webu [www.praguecitytourism.cz](http://www.praguecitytourism.cz).





**„Praha, Česká republika:  
Vítejte v zemi zimních zázraků!  
Proč teď? Protože v prosinci  
stěží najdete jiné místo, kde  
se Vánoce slaví tak neokázale  
a bez kýče jako v Praze. Když  
se 1. prosince v 17 hodin rozsvítí  
světla obrovského vánočního  
stromu na Staroměstském náměstí  
a všude voní svažené víno, perník  
a čerstvě upečený trdelník, tradiční  
české pečivo z kynutého těsta, tak  
se i ti největší adventní škarohlídi  
nakazí slavnostní náladou!“**

*Der Spiegel, listopad 2014*

## ROK 2014 V ČÍSLECH PRAŽSKÉ INFORMAČNÍ SLUŽBY – PRAGUE CITY TOURISM

**2 100 000** návštěvníků webového portálu www.prague.eu

**1 522 000** ks vydaných turistických informačních materiálů

**1 361 000** návštěvníků turistických informačních center

**739 793** návštěvníků Staroměstské radnice

**607 789** zodpovězených dotazů v TIC

**11 740** účastníků vlastivědných vycházek

**8 614** km s mobilním informačním centrem

**6 200** návštěvníků denně na portálu www.prague.eu (průměr)

**1 191** akcí zajištěných dispečinkem průvodců

**741** účastníků Pražské univerzity pro každého

**550** výstupů v domácích médiích

**510** uspořádaných vlastivědných vycházek

**236** zahraničních novinářů, jimž jsme poskytli služby

**84** doškolovacích akcí pro průvodce

**78** členů Klubu VIP průvodců

**11** veletrhů v ČR a v zahraničí s účastí PIS – PCT

**6** turistických informačních center ve správě



## HOSPODAŘENÍ PRAŽSKÉ INFORMAČNÍ SLUŽBY – PRAGUE CITY TOURISM V ROCE 2014

### HLAVNÍ ČINNOST

Hlavní činnost Pražské informační služby – Prague City Tourism byla v roce 2014 charakterizována návazností na marketingový plán roku 2014, jehož hlavními pilíři byly propagace nové značky a loga jak samotné organizace, tak především hlavního města Prahy (základ byl položen vysoutěžením veřejných zakázek již v roce 2013). V této souvislosti PIS – PCT vypsala další 2 velké veřejné zakázky v celkové hodnotě 50 mil. Kč, jejichž cílem je posílení povědomí o organizaci a o Praze na sociálních sítích a na internetu.

Z finančního pohledu sice během roku 2014 došlo k mírnému nárůstu nákladů oproti upravenému rozpočtu, na druhé straně se současně povedlo oproti rozpočtu navýšit také celkové výnosy, takže finální výsledek hospodaření organizace téměř odpovídá navýšenému neinvestičnímu příspěvku v hlavní činnosti ve výši 66,8 mil. Kč, v doplňkové činnosti pak předběžnému Q3 očekávání zisku ve výši zhruba 0,5 mil. Kč.

V hlavní činnosti dosáhla PIS – PCT v roce 2014 výnosů ve výši 68,3 mil. Kč, čímž byl plánovaný roční rozpočet překročen o 42 %. Hlavní část výnosů tvořil příjem ze vstupného na Staroměstské radnici vlastněné hlavním městem Prahou, jejíž část byla naší organizací svěřena do správy počátkem roku 2013.

Celkové náklady na druhé straně vzrostly až do výše 134,6 mil. Kč, což znamená 17 % nad upravenou výší ročního rozpočtu a jen 5 % nad úroveň Q3 očekávání. Největšími z nákladových položek byly marketingové projekty a propagace jakožto pilířová aktivita organizace a dále osobní náklady, které dohromady tvoří 58 % celkových nákladů organizace.

V důsledku efektivního hospodaření a zlepšených příjmů došlo ve výsledku k praktickému vyčerpání poskytnutého neinvestičního příspěvku, vedoucího jen k drobné úspoře ve výši 470 tis. Kč.

### DOPLŇKOVÁ ČINNOST

Hlavními zdroji příjmů v doplňkové činnosti jsou jednoznačně komisionární prodeje služeb a zboží v turistických informačních centrech a na Staroměstské radnici. Významněji se zde projevila nová spolupráce s Dopravním podnikem hl. m. Prahy, a to zejména na vyšších tržbách doplňkové činnosti. Z dalších významnějších aktivit lze určitě ještě zmínit zajišťování průvodcovských služeb realizované centrálně na Staroměstské radnici.

Z finančního pohledu dosáhla organizace v doplňkové činnosti zisku ve výši 0,5 mil. Kč, což je sice pod úrovní původního ročního rozpočtu, na druhou stranu je výsledný zisk lehce nad úrovní posledních očekávání.

ROZBOR HOSPODAŘENÍ PIS – PCT ZA ROK 2014  
HLAVNÍ ČINNOST

v tis. Kč

	Rozpočet 2014	Skutečnost 2014	% plnění k rozpočtu	Skutečnost 2013
<b>Výnosy celkem</b>	<b>48 000</b>	<b>68 278</b>	<b>142</b>	<b>58 495</b>
z toho ze vstupného	45 000	59 414	132	53 935
z prodeje služeb	2 000	8 283	414	2 857
ostatní výnosy	1 000	581	58	1 703
<b>Náklady celkem</b>	<b>114 771</b>	<b>134 579</b>	<b>117</b>	<b>69 489</b>
z toho vybrané položky				
<b>Spotřebované nákupy – z toho:</b>	<b>3 300</b>	<b>9 498</b>	<b>288</b>	<b>3 195</b>
spotřeba materiálu	2 100	8 384	399	2 358
spotřeba energie	1 200	684	57	837
<b>Služby – z toho:</b>	<b>68 020</b>	<b>63 384</b>	<b>93</b>	<b>18 230</b>
opravy a udržování	1 500	1 430	95	341
cestovné	1 000	1 007	101	626
náklady na reprezentaci	150	2 195	1463	201
nájemné a služby nebytových prostor	1 900	1 760	93	2 343
úklid	950	416	44	501
výkony spojů	600	824	137	656
ostraha objektů	120	127	106	99
propagace	48 550	46 149	95	5 618
<b>Osobní náklady – z toho:</b>	<b>29 785</b>	<b>32 384</b>	<b>109</b>	<b>29 902</b>
mzdové náklady	18 563	18 454	99	17 674
ostatní osobní náklady	4 000	5 815	145	4 685
zákonně sociální pojištění	6 312	7 242	115	6 703
zákoně sociální náklady – FKSP	185	185	100	177
<b>Daně a poplatky</b>	<b>150</b>	<b>211</b>	<b>141</b>	<b>38</b>

ROZBOR HOSPODAŘENÍ PIS – PCT ZA ROK 2014  
HLAVNÍ ČINNOST (pokračování)

v tis. Kč

	Rozpočet 2014	Skutečnost 2014	% plnění k rozpočtu	Skutečnost 2013
<b>Ostatní náklady – z toho:</b>	<b>0</b>	<b>13 178</b>		<b>3 486</b>
smluvní pokuty a úroky z prodlení	0	0		0
jiné pokuty a penále	0	95		2
manka a škody	0	0		0
<b>Odpisy dlouhodobého majetku</b>	<b>5 200</b>	<b>4 531</b>	<b>87</b>	<b>4 026</b>
z dotace HMP	5 200	4 531	87	4 026
ze státní dotace a zahraničí	0	0		0
<b>Drobný dlouhodobý majetek</b>	<b>1 900</b>	<b>1 163</b>	<b>61</b>	<b>1 532</b>
<b>Daň z příjmů</b>	<b>6 416</b>	<b>10 230</b>	<b>159</b>	<b>9 080</b>
<b>Hospodářský výsledek</b>	<b>-66 771</b>	<b>-66 301</b>	<b>99</b>	<b>-10 994</b>
<b>Neinvestiční příspěvek</b>	<b>66 771</b>	<b>66 771</b>	<b>100</b>	<b>32 436</b>
Státní dotace				
Ostatní				
<b>Celkový výsledek hospodaření</b>	<b>0,0</b>	<b>470,0</b>		<b>21 442,0</b>



ROZBOR HOSPODAŘENÍ PIS – PCT ZA ROK 2014  
DOPLŇKOVÁ ČINNOST

v tis. Kč

	Rozpočet 2014	Skutečnost 2014	% plnění k rozpočtu	Skutečnost 2013
<b>Výnosy celkem</b>	<b>5 500</b>	<b>9 235</b>	<b>168</b>	<b>12 767</b>
<b>Náklady celkem</b>	<b>4 459</b>	<b>8 775</b>	<b>197</b>	<b>10 480</b>
z toho vybrané položky				
<b>Spotřebované nákupy – z toho:</b>	<b>73</b>	<b>3 647</b>	<b>4 996</b>	<b>2 417</b>
spotřeba materiálu	45	260	578	57
spotřeba energie	28	43	154	52
<b>Služby – z toho:</b>	<b>2 475</b>	<b>2 570</b>	<b>104</b>	<b>4 920</b>
opravy a udržování	9	77	856	25
cestovné	11	25	227	28
nájemné a služby nebytových prostor	55	143	260	132
úklid	28	28	100	64
výkony spojů	165	45	27	277
<b>Osobní náklady – z toho:</b>	<b>1 006</b>	<b>1 739</b>	<b>173</b>	<b>2 021</b>
mzdové náklady	680	1 115	164	1 338
ostatní osobní náklady	65	228	351	147
zákonně sociální pojištění	231	356	154	481
zákoně sociální náklady – FKSP	7	11	157	13
<b>Daně a poplatky</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>120</b>	<b>2</b>

ROZBOR HOSPODAŘENÍ PIS – PCT ZA ROK 2014  
DOPLŇKOVÁ ČINNOST (pokračování)

v tis. Kč

	Rozpočet 2014	Skutečnost 2014	% plnění k rozpočtu	Skutečnost 2013
<b>Ostatní náklady – z toho:</b>	<b>0</b>	<b>19</b>		<b>102</b>
smluvní pokuty a úroky z prodlení	0	0		0
jiné pokuty a penále	0	0		3
manka a škody	0	0		0
<b>Odpisy dlouhodobého majetku</b>	<b>630</b>	<b>513</b>	<b>81</b>	<b>457</b>
z budov a staveb	0	0		0
zařízení	630	513	81	457
<b>Drobný dlouhodobý majetek</b>	<b>20</b>	<b>53</b>	<b>265</b>	<b>76</b>
<b>Daň z příjmů</b>	<b>250</b>	<b>228</b>	<b>91</b>	<b>485</b>
<b>Hospodářský výsledek (+ zisk, – ztráta)</b>	<b>1 041</b>	<b>460</b>	<b>44</b>	<b>2 287</b>

## CESTOVNÍ RUCH V PRAZE V ROCE 2014

Rok 2014 byl z hlediska příjezdového cestovního ruchu v Praze velmi úspěšný a znamenal pro hlavní město poprvé v historii překonání hranice 6 milionů hostů, kteří se ubytovali v hromadných ubytovacích zařízeních. Rovněž počet přenocování byl v tomto roce rekordní.

Během celého roku 2014 přijelo do HUZ 6 116 015 návštěvníků, kteří zde skutečně 14 805 209 přenocování. Převážnou většinu tvořili hosté ze zahraničí, a to 87,1 %, rezidenti se na celkové návštěvnosti podíleli 12,9 %.

Praha byla i nejnavštěvovanějším krajem České republiky. Při porovnání jednotlivých krajů patří Praze 39,1 % na celkovém počtu hostů naší země.

Nejvíce hostů česká metropole přivítala ve 3. čtvrtletí, které je každoročně pro Prahu hlavním obdobím turistické sezony. A stejně jako v předchozích letech dominoval celému roku v návštěvnosti měsíc srpen. Z hlediska celkového počtu hostů přineslo období od června do prosince nepřetržitě měsíční přírůstky. Toto platí pro kategorii hosté celkem i pro kategorii nerezidenti. Chování rezidentů bylo poněkud odlišné. Ti přijížděli do Prahy zejména ke konci roku, vůbec nejvíce jich do hlavního města zavítalo v prosinci.

Celkově Praze přibylo meziročně 216 385 hostů (+3,7 %). Přibývalo přitom pouze hostů ze zahraničí – celkem 276 077 (+5,5 %), rezidentů meziročně naopak o 59 692 (-7 %) ubylo.

Rovněž kategorie počtu přenocování se vyvíjela pozitivně. Celkový počet přenocování se zvýšil o 150 927 (+1,0 %). Výrazné zvýšení počtu přenocování zaznamenal ČSÚ u hostů ze zahraničí, kde došlo k nárůstu o 356 513 přenocování (+2,7 %). Rezidenti naopak uskutečnili o 205 586 (-12,9 %) přenocování méně. Z celkového počtu přenocování jich nerezidenti uskutečnili 90,6 %, rezidenti 9,4 %.

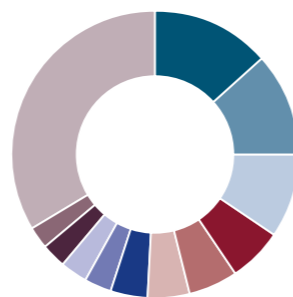
Průměrná doba přenocování činila celkem 2,4 noci; u hostů ze zahraničí 2,5 noci, u domácích pak 1,8 noci. Ve všech kategoriích tak došlo meziročně ke zkrácení průměrné doby pobytu o 0,1 noci.

Hlavní zdrojovou zemí se pro Prahu stalo již tradičně Německo, odkud přijelo 736 080 návštěvníků, což je o 58 947 osob (8,7 %) více než v roce předcházejícím. Druhou příčku si s 475 404 hosty udrželo Rusko, a to i přesto, že v důsledku rusko-ukrajinské krize a propadu kurzu rublu počet hostů z Ruska poměrně citelně o 66 785 osob (12,3 %) poklesl.

Složení zemí TOP 10 je dlouhodobě stabilní a zůstává totožné s rokem 2013.

NÁVŠTĚVNÍCI Z HLAVNÍCH ZDROJOVÝCH ZEMÍ 2014

Země	Počet hostů	Podíl hostů v %
Rezidenti	791 982	12,9
Německo	736 080	12,0
Rusko	475 404	7,8
USA	388 956	6,4
Velká Británie	337 085	5,5
Itálie	305 187	5,0
Francie	219 913	3,6
Slovensko	215 171	3,5
Polsko	188 211	3,1
Španělsko	172 762	2,8
Čína	149 552	2,4
Ostatní země	2 135 712	34,9
<b>CELKEM</b>	<b>6 116 015</b>	<b>100,0</b>



Jelikož Praha představuje zajímavý turistický cíl pro návštěvníky ze stále většího množství zemí, podařilo se bez problémů vykompenzovat momentální propad v rámci návštěvnosti z Ruska či Ukrajiny nárůstem počtu hostů jednak z většiny ostatních TOP zemí a jednak z rozvíjejících se trhů především z oblasti Asie. Rapidně přibývalo hostů z Číny (+35 198, +30,8 %) či Jižní Koreje (+33 737, +36,9 %). Velkým lákadlem je Praha i pro hosty z okolních zemí, především z Polska (+26 299, +16,2 %) a Slovenska (+14 379, +7,2 %).

Z celkového počtu 52 sledovaných zemí a území byl pouze u deseti z nich zaznamenán úbytek v počtu hostů, u všech ostatních návštěvníků přibývalo.

Při rozdělení světa na jednotlivé oblasti nejvíce v absolutních číslech přibylo hostů z Evropy – 184 298 osob (bez započtení Ruska), výrazný byl i celkový přírůstek návštěvníků z Asie, a to 97 842 osob. Podíl Evropanů na celkové návštěvnosti ze zahraničí tvořil 64,5 %, podíl hostů z Asie byl 12,5 %, podíl Ruska 8,9 %, podíl Severní Ameriky 8,5 %.

Nejvíce přenocování se v Praze uskutečnilo v srpnu, nejméně v únoru. Rozdíl mezi nejsilnějším a nejslabším měsícem roku činil téměř jeden milion přenocování.

Prvenství v počtu přenocování zůstalo i v roce 2014 Rusku, jehož občané v Praze strávili 1 889 750 nocí. Na tom nic nezměnila ani skutečnost, že meziročně byl u Rusů vykázán pokles o 347 643 noclehů (-15,5 %). Podíl Ruska na počtu všech přenocování ze strany nerezidentů činil 14,1 %, podíl Německa 12,6 %.

Skladba i pořadí zemí v první desítce nerezidentů zůstávají podle počtu přenocování stejné jako před rokem. Snížil se ovšem náskok prvního Ruska před Německem na pouhých 197 557 noclehů (o rok dříve dosahoval 650 000 noclehů). Třetí USA zaostávaly za Německem podobně jako před rokem přibližně o 750 000 přenocování.

Jedinou zemí z první desítky, u které se počet přenocování meziročně snížil, je, s výjimkou Ruska, Francie. Její celkovou pozici ale tento fakt nijak neohrozil.

Meziročně došlo i k nárůstu v kategoriích čisté využití lůžek a využití pokojů. ČVL činilo v Praze 54,1 %, využití pokojů pak 64,5 % (nárůst takřka o 5 %). Nejlepších výsledků v tomto směru dosáhly pětihvězdičkové hotely, kde činilo čisté využití lůžek 61,3 % a využití pokojů dokonce 70 %.

### Dodatek k letům 2012 a 2013

V první čtvrtině roku 2014 byl aktualizován Registr hromadných ubytovacích zařízení ČSÚ a došlo k revizi dat o kapacitách i návštěvnosti za referenční roky 2012 a 2013.

Z tohoto důvodu došlo i k přerušení publikování dat v souvislé časové řadě.

Registr hromadných ubytovacích zařízení se tak v případě Prahy rozrostl přibližně o 200 subjektů. Proto došlo při revizi dat k relativně radikální úpravě původně publikovaných hodnot o počtu hostů i přenocování za roky 2012 a 2013.

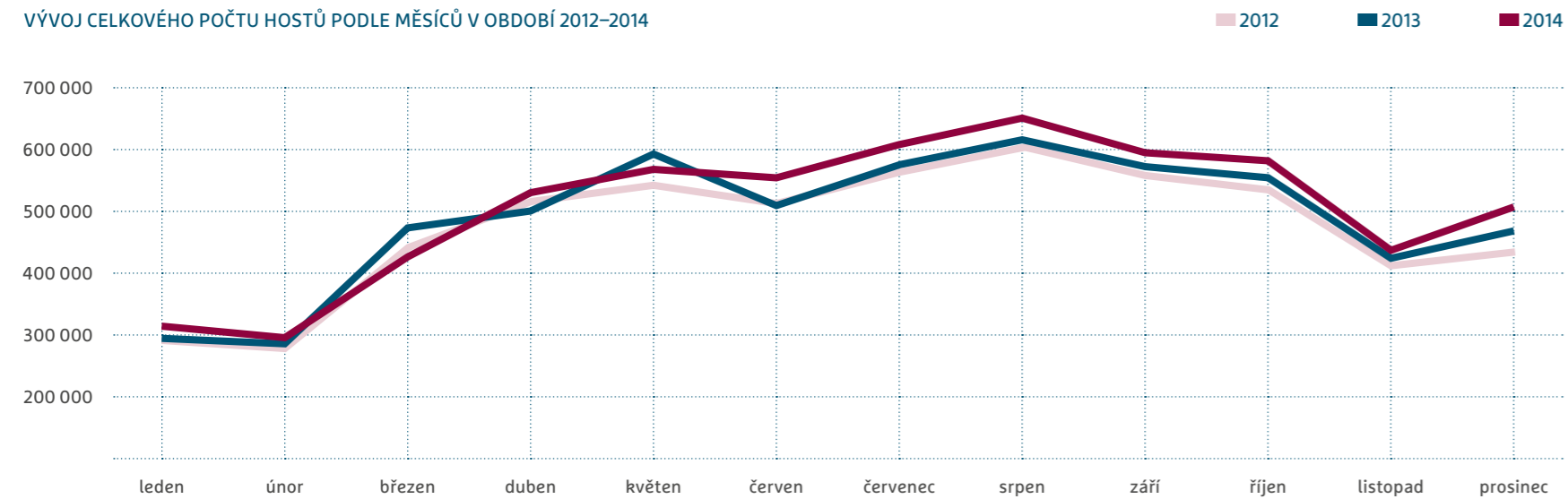
### HOSTÉ

Rok	Celkový počet hostů	Rezidenti	Nerezidenti	Celkový přírůstek
2012	5 726 454	806 997	4 919 457	×
2013	5 899 630	851 674	5 047 956	3 %

### PŘENOCOVÁNÍ

Rok	Celkový počet přenocování	Rezidenti	Nerezidenti	Celkový přírůstek
2012	14 443 143	1 506 098	12 937 045	×
2013	14 654 282	1 597 351	13 056 931	1,5 %

VÝVOJ CELKOVÉHO POČTU HOSTŮ PODLE MĚSÍCŮ V OBDOBÍ 2012–2014



Počet hostů	2012	2013	2014
leden	293 036	298 986	317 149
únor	281 333	290 061	292 225
březen	448 338	486 257	438 439
duben	521 451	499 667	538 841
květen	549 728	595 159	576 115
červen	513 733	509 713	555 761
červenec	564 894	572 166	607 512
srpen	601 489	623 077	657 603
září	559 827	570 757	595 871
říjen	543 050	559 039	584 178
listopad	417 021	430 169	443 501
prosinec	432 554	464 579	508 820





**„V roce 1910 byl Alfons Mucha povolán do Prahy, aby pracoval na nástěnných malbách Obecního domu. Paláce, jehož svítidla působí jako visící drahokamy, kde zlaté pilastry podpírají kopule a vysoké stropy, kde geometrické formy vytvářejí souhrou rovných a vlnících se tvarů absolutně špičkové dílo secese.“**

*Le Figaro Voyageur, leden 2014*

Hlavní prioritou naší organizace zůstává i pro rok 2015 zvýšení prestiže turistické destinace Praha, jehož chceme dosáhnout zejména naplňováním strategického marketingového plánu. Rovněž dalšími činnostmi budeme dále zlepšovat servis pro všechny, kteří do Prahy přijeli nebo i pro ty, kteří o cestě teprve uvažují. Zaměříme se ve velké míře také na prezentaci Prahy na sociálních sítích.

Rok 2015 se ponese ve znamení aktivní turistiky, neboť Praha v pohybu se stala hlavním marketingovým tématem pro toto období. Důvodem je především konání řady prestižních sportovních akcí, namátkou MS v hokeji, ME v halové atletice a ME ve fotbale hráčů do 21 let. Kromě spolupráce na těchto akcích se zaměříme i na propagaci pěší turistiky, nordic walking a běhu či joggingu jako snadno realizovatelných rekreačních sportů vhodných pro prostředí města, dále na outdoorové aktivity v oblastech kolem řeky a v pražských parcích a zeleni, okrajověji i na cyklistiku. Bude vydána speciální mapa Prahy pro aktivní dovolenou, brožura shrnující možnosti aktivního vyžití v Praze a další brožura s mapami, která představí vhodné trasy pro pěší turistiku a jogging.

Celé spektrum této nabídky bude představeno na celodenním festivalu Praha v pohybu, který proběhne 12. 4. 2015 na Staroměstském náměstí. Zde se představí desítky subjektů nabízejících aktivní trávení volného času v Praze včetně exhibicí a možností vyzkoušet si nové aktivity či sporty.

Pokračovat budeme i v propagaci romantické a svatební turistiky vytvořením speciální microsite a distribucí Prague Wedding Guide na důležité veletrhy v cílových trzích.

Nejdůležitější mezinárodní marketingovou aktivitou však bude pokračující kampaň na sociálních sítích realizovaná firmami Havas Worldwide Prague a MediaCom, kde budeme pokračovat v propagaci klíčových témat romantika, památky a architektura, aktivní turistika, gastronomie a nově i živá kultura.

V domácím cestovním ruchu se zaměříme na propagaci filmové turistiky v celé její šíři, a to od propagace filmových lokací přes širokou nabídku filmových festivalů a přehlídek až po jedinečná pražská kina, filmové kluby, muzea i školy.

Na podporu zvýšení domácího cestovního ruchu připravíme také atraktivní pražské vycházky, zprostředkujeme návštěvy zajímavých a nově otevřených objektů, zaměříme se i na speciální literární prohlídky v souvislosti s udělením titulu Praha – kreativní město literatury, který naší metropoli udělilo UNESCO. Na jaře a na podzim 2015 se opět vydáme do českých i moravských krajů, abychom s mobilním turistickým informačním centrem propagovali Prahu.

V průběhu roku 2015 přibudou další jazykové verze na turistickém informačním portálu [www.prague.eu](http://www.prague.eu) – italská, španělská a zejména čínská, čímž reflektujeme rostoucí zájem o Prahu u turistů z této oblasti světa. V prvním čtvrtletí navíc zdokonalíme e-shop, jehož největší výhodou bude úplná integrace do webového portálu [www.prague.eu](http://www.prague.eu) při zachování uživatelské přívětivosti.

Staroměstská radnice, jejíž turistický provoz zajišťujeme, patří mezi nejnavštěvovanější a nejdůležitější památky v ČR. V roce 2015 chystáme další stavební úpravy, zejména úpravu pokladny pod věží, s cílem zvýšit komfort a služby návštěvníkům. V objektu budou probíhat také restaurátorské práce a zlepšena bude přístupnost na věž.

V Praze se v roce 2015 uskuteční mezinárodní kongres WFTGA (World Federation of Tourist Guide Associations), jehož hlavním partnerem bude naše organizace. Jedna z našich hlavních činností je také příprava průvodců na jejich profesi a jejich celoživotní vzdělávání, naše partnerství je zde proto zcela na místě.

Samostatně nebo v kooperaci s našimi partnery (PCB, CzechTourism, MHMP) se zúčastníme významných turistických veletrhů a prezentačních akcí doma i v zahraničí, např. Holiday World, ITB Berlín, MITT Moskva, IMEX Frankfurt, EIBTM Barcelona, WTM Londýn, Dny Prahy v Chicagu, Berlíně nebo v Hamburku. Na největších veletrzích zaměřených na MICE turistiku budeme prezentovat Prahu společně s PCB ve zcela novém stánku.

Důležitou součástí pro naši marketingovou strategii je získání co největšího množství informací o turistech, kteří do hlavního města přijíždějí. Proto PIS – PCT připravila statistické šetření zaměřené na chování turistů v Praze, které se bude realizovat v letech 2015–2017, každoročně dvoukolově na vzorku 1 500 návštěvníků. Projekt založený na osobním dotazování bude vyhodnocen po každém kole a dílčí závěry zveřejníme vždy na [www.praguecitytourism.cz](http://www.praguecitytourism.cz).

Výroční zpráva 2014

Text: © Pražská informační služba – Prague City Tourism

Foto: © Pražská informační služba – Prague City Tourism, Hana Connor, Shutterstock

Arbesovo náměstí 70/4 / Praha 5 / 150 00

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

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

Tisk: iDigitisk s.r.o.



**Mmm** ryzí emoce  
**Prague**

