

Prague
City Tourism

PRAHA
PRAGUE
PRAGA
PRAG

Výroční zpráva 2015
Pražská informační služba – Prague City Tourism
Arbesovo náměstí 70/4 / Praha 5 / 150 00 / CZ
www.prague.eu

Wow ryzí emoce
Prague

Výroční zpráva 2015
Pražská informační služba –
Prague City Tourism

Prague
City Tourism

Výroční zpráva 2015
Pražská informační služba –
Prague City Tourism



whoa

Yum
Ohhla

Yum Shhh

Wow Mmm

Yippe

Ohhla Yeah Yum

Cheers
Gosh

Shhh
ooh Yeah ryzí emoce
Prague

OBSAH

- 4 ÚVODNÍ SLOVO ŘEDITELKY ORGANIZACE
- 6 PROFIL ORGANIZACE
 - O nás
 - Organizační struktura
- 10 MARKETING A PUBLIC RELATIONS
 - On-line kampaň
 - Facebook a další sociální média
 - Marketingová témata a kampaně
 - Zahraniční public relations – press tripy
 - Spolupráce s domácími médii
 - Spolupráce a partnerství
 - Výstavy, veletrhy a prezentace
- 24 TURISTICKÝ SERVIS
 - Turistická informační centra
 - Roadshow po České republice a v zahraničí
 - Webový portál www.prague.eu
 - E-shop
 - Dispečink průvodců
- 34 EDIČNÍ ČINNOST
- 36 STAROMĚSTSKÁ RADNICE
- 38 PRAŽSKÁ VLASTIVĚDA A VZDĚLÁVÁNÍ
 - Vlastivědné vycházky
 - Průvodcovské vzdělávání
 - Pražská univerzita pro každého
- 40 PRŮZKUM MEZI NÁVŠTĚVNÍKY PRAHY
- 44 ROK 2015 V ČÍSLECH PRAŽSKÉ INFORMAČNÍ SLUŽBY – PRAGUE CITY TOURISM
- 45 HOSPODAŘENÍ PRAŽSKÉ INFORMAČNÍ SLUŽBY – PRAGUE CITY TOURISM V ROCE 2015
- 50 CESTOVNÍ RUCH V PRAZE V ROCE 2015
- 56 VÝHLED PIS – PCT DO ROKU 2016

ÚVODNÍ SLOVO ŘEDITELKY ORGANIZACE



Zúročení vizi

Rok 2015 znamenal pro naši organizaci velmi výrazný profesní posun. Obchodní označení naší agentury – Prague City Tourism – se již dostalo do povědomí a začalo být akceptováno i českou veřejností. Odborníci v cestovním ruchu mne zvolili Osobností roku a zároveň jsem byla nominována mezi finalisty soutěže Manažer roku. Další ocenění přišlo ze zahraničí. Na jaře roku 2015 jsem byla jednomyslně zvolena do předsednictva mezinárodní organizace European Cities Marketing, čímž Praha získala prestižní postavení v rámci celé Evropy.

Rok 2015 se nesl ve znamení velkých sportovních událostí. Praha hostila nejen nejlepší hokejisty světa, ale také evropské špičky v lehké atletice, mladé fotbalisty z celé Evropy, plážové volejbalistky i šachové velmistry. Všechny tyto sportovní události přilákaly do Prahy stovky příznivců, a proto se i náš marketingový plán soustředil na základní téma, kterým byla „aktivní dovolená“. Ukazuje se, a to nejen v tomto roce, že se v Praze dá volný čas využít sportem a aktivním pohybem. V tištěných prospektech, na webu i v mobilních aplikacích ukazujeme, kde si v Praze zaveslovat, zaběhat, zabruslit si či půjčit kolo nebo skateboard.

Kromě aktivní turistiky se naše organizace věnovala i 600. výročí úmrtí mistra Jana Husa. Mnoho pražských kulturních akcí se v létě zaměřilo právě na připomenutí odkazu této historické osobnosti. Zapojili jsme se nejen propagací výstav a koncertů, ale i nabídkou nově vytvořených turistických tras.

Naší velmi významnou aktivitou v roce 2015 bylo otevření reprezentativního návštěvnického centra v ulici Na Můstku, jehož interiér i nabízené služby posunuly náš servis pro návštěvníky města o další kvalitativní příčku výš.

Neoddělitelnou součástí činnosti PIS – PCT byla pomoc a podpora zahraničním novinářům, blogerům nebo zástupcům cestovních kanceláří. Poskytli jsme jim prohlídky města s průvodcem a informovali je o nových místech a akcích, jež mohou zaujmout další potenciální čtenáře nebo návštěvníky.

Rekordní počet turistů přijíždějících do našeho hlavního města byl spojen rovněž s potřebou informačního servisu, ať již v tištěné podobě (v roce 2015 jsme vytiskli téměř 1 400 000 kusů různých prospektů celkem ve 13 jazykových mutacích) nebo na webu (máme 8 jazykových plnohodnotných verzí, včetně na podzim spuštěných korejských a čínských stránek).

Poněkud ve stínu zahraničních aktivit zůstala odborná činnost, ale jasně jsme zaznamenali její stoupající popularitu i mezi mladší a novou klientelou. Systém přihlašování se na kurzy, Pražskou univerzitu pro každého, doškolení i na jednotlivé vycházky (letos jsme jich připravili téměř 500!) byl nově realizován téměř výhradně přes internet. Tento systém zeštíhlil agendu, ale je i spravedlivější k těm, kteří mají o nová témata a přednášky eminentní zájem.

Díky pochopení MHMP jsme mohli dále zkvalitnit projekt Prague Card, jenž se v nových, pro nás výhradních, obchodních podmínkách jevil jako mimořádně úspěšný. Kartu si při návštěvě Prahy zakoupilo více než 40 000 zájemců z celého světa.

Rok 2015 byl rekordní v návštěvnosti naší metropole a cestovní ruch opět prokázal dominantní postavení v ekonomické stabilitě země. Finanční efekt se dá měřit jen velmi problematicky, ale možná stačí toto: v roce 2015 jsme zaregistrovali v hotelech, hostelech a penzionech v Praze téměř 16 milionů přenocování, a pokud by byla průměrná cena 50 euro za jednu noc, jedná se o 800 milionů euro, což činí téměř 21,6 miliardy Kč. A to je jen část výdajů, které v Praze cizinci i rezidenti utratí. K takové bilanci roku se rádi hlásíme.

PhDr. Nora Dolanská, MBA

Pražská informační služba – Prague City Tourism



O NÁS

PRAŽSKÁ INFORMAČNÍ SLUŽBA – PRAGUE CITY TOURISM (PIS – PCT) je moderní marketingová organizace, jejímž hlavním posláním je péče o rozvoj cestovního ruchu v české metropoli.

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

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

Pražská informační služba – Prague City Tourism je členem prestižní mezinárodní organizace European Cities Marketing, v níž má od roku 2015 svého zástupce v předsednictvu. V České republice působí v organizaci A.T.I.C. ČR (Asociace turistických informačních center ČR) a jako přidružený člen v Asociaci průvodců ČR a také v Asociaci cestovních kanceláří ČR.

Aktivně kooperujeme 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.

Pražská informační služba – Prague City Tourism je příspěvkovou organizací hlavního města Prahy. Byla založena 1. ledna 1958 a je jednou z nejstarších organizací svého druhu v Evropě.

Sídlo organizace

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

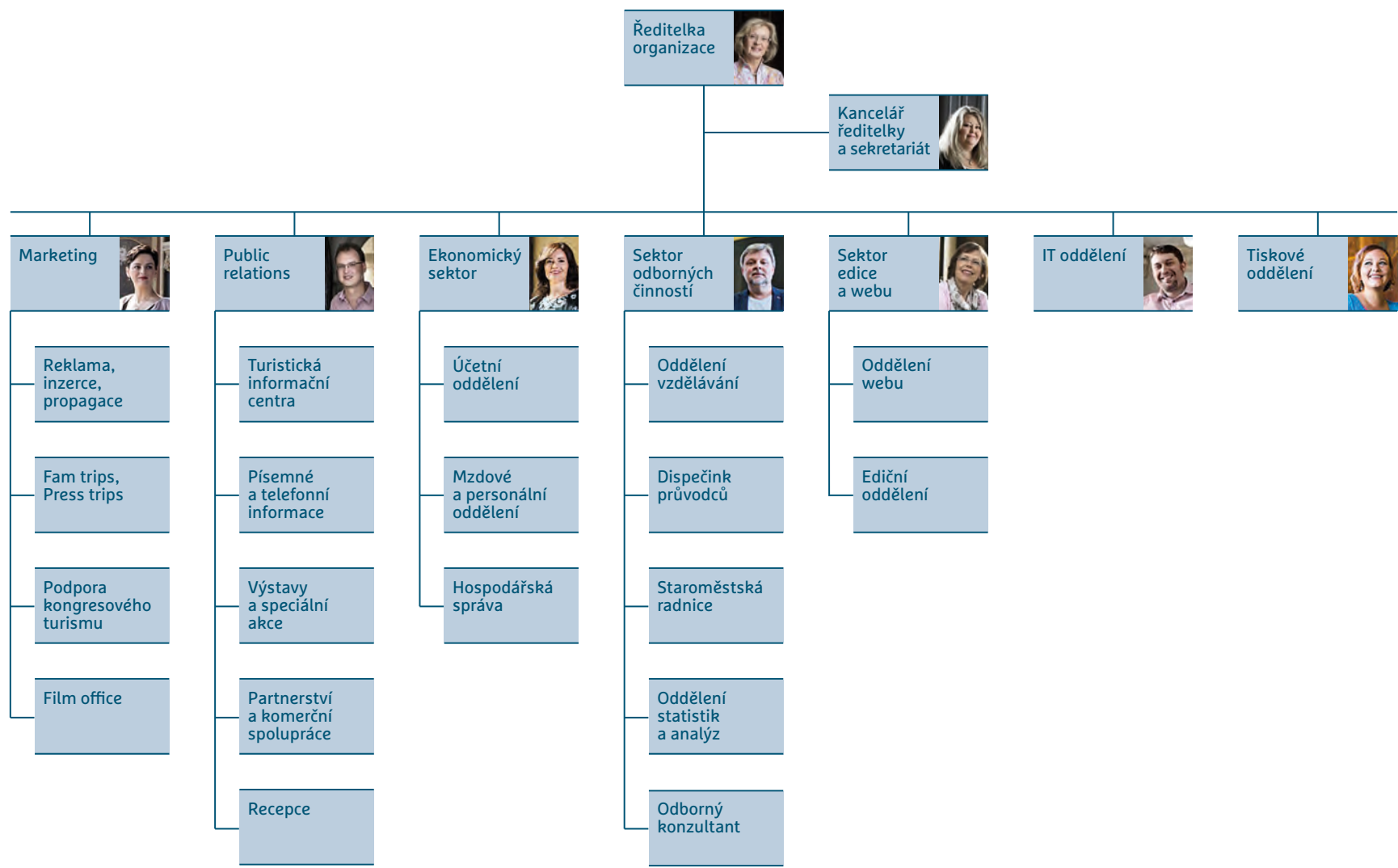
Ředitelství

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



Pražská informační služba – Prague City Tourism

ORGANIZAČNÍ STRUKTURA





**Praha byla podle cestovatelského portálu
TripAdvisor pátou TOP destinací roku 2015.
Obhájila tak své místo v TOP 10 nejpopulárnějších
turistických destinací světa.**



MARKETING A PUBLIC RELATIONS

V roce 2015 se marketingová činnost Pražské informační služby – Prague City Tourism soustředila především na celoroční témata aktivní dovolené a filmového turismu. Stali jsme se partnerem několika významných sportovních akcí probíhajících během roku v Praze, od MS IIHF v ledním hokeji přes Halové mistrovství Evropy v atletice až po Volkswagen Maraton Praha, jakož i zasedání Evropského olympijského výboru.

On-line kampaň realizovaná společnostmi MediaCom a Havas Worldwide Prague (dále jen Havas) na klíčových zdrojových trzích nadále Prahu úspěšně propagovala jako atraktivní destinaci, která má co nabídnout v každém ročním období, což se odrazilo i v dalším růstu návštěvnosti hlavního města.

Byla dokončena série tematických reklamních spotů z produkce společnosti Havas. Zakoupili jsme dvouletou licenci na originální propagační video s jedinečnými dronovými záběry Prahy. Významně jsme rozšířili fotobanku o téměř 200 kvalitních profesionálních fotografií Prahy. Dalším rokem pokračovala společná propagace destinace prostřednictvím partnerství s Prague Convention Bureau, tentokrát s novou ryze pražskou expozicí určenou pro MICE veletrhy. Kampaň s národním dopravcem ČSA i nadále propagovala Prahu obrandovaným Airbusem A319. A konečně užší vzájemná spolupráce a koordinace marketingových aktivit s národní turistickou centrálou CzechTourism byla zakotvena v nové smlouvě o spolupráci.



10

ON-LINE KAMPAŇ

V roce 2015 jsme uzavřeli první celý rok tříleté on-line kampaně, pro niž jsme v roce 2014 vysoutěžili kreativitu i nákup mediálního prostoru, a to prostřednictvím společností Havas (kreativa) a MediaCom (nákup médií). Kampaň zahrnuje PPC, RTB, display kampaně, zejména na serverech Skyscanner a Trivago, vyhledávání, promování příspěvků na Facebooku a video kampaň na YouTube. Pro tu společnost Havas vyrobila sérii tematických spotů s ambasadory – reálnými postavami cizinců žijících v Praze, kteří potenciálním návštěvníkům Prahy přibližují zážitky z návštěvy města podle tematického klíče. Tématy jsou historie a architektura, romantika a svatby, kultura (výtvarné umění a hudba), gastronomie a konečně i sport, přičemž každé z videí se větví do čtyř různých dějových linek. Z těchto tematických videí bylo vyrobeno i několik sestřihů, které využíváme jako všeobecné propagační spoty.

On-line kampaň se v různých časových obdobích zaměřovala na různé cílové trhy. Záměrem bylo mj. zvýšit návštěvnost příslušné jazykové mutace webu prague.eu, popřípadě proklik na rezervační systém booking.com.

Kampaň v číslech

Komunikace v 9 zemích světa DE / RU / NL / UK / IT / USA / KOR / ISR / JP

Hlavní metriky kampaně:

- celkový počet zobrazení bannerové reklamy: 76 798 141 impresí (bez sociálních médií)
- zaktivovali jsme internetové uživatele: 600 000 placených kliků
- zvýšili jsme návštěvnost webu: 692 000 návštěv dle Google Analytics
- efektivní frekvence kampaně: zobrazili jsme průměrně 4x na uživatele
- podpořili jsme zájem o obsah webu: každá nová návštěva generuje průměrně zobrazení 3 stránek webu
- na Facebooku jsme získali nové, aktivní fanoušky: 94 726 nových fanoušků na Facebooku a více než 279 584 interakcí s příspěvkem

Pražská informační služba – Prague City Tourism

Mezi přínosy kampaně patří:

- u neplaceného vyhledávání počet návštěv vzrostl z 1 300 přístupů na prague.eu před kampaní na 3 900 přístupů během kampaně
- u PPC kampaně jsme návštěvníky inspirovali a obohatili o nový dojem z destinace pomocí multimédií
- získali jsme relevantní know-how o zájmech uživatelů na jednotlivých trzích dle hledanosti, proklikovosti a chování na webu; zjistili jsme, jaký obsah na webu očekávají a pozitivně přijímají – např. koncerty, výstavy a festivaly na německém a ruském trhu, gastronomie a noční život na britském a italském trhu, židovská historie na americkém trhu atd.

Kampaně bude pokračovat i v roce 2016.



FACEBOOK A DALŠÍ SOCIÁLNÍ MÉDIA

Kromě Facebooku má PIS – PCT aktivní účty na **Twitteru**, **YouTube**, **Instagramu** a **Pinterestu**. Na Facebooku provozujeme dva různé profily, jeden anglojazyčný určený široké skupině zahraničních fanoušků (Prague.eu) a jeden českojazyčný pod názvem Prague City Tourism; tento profil cílí především na domácí publikum. Anglický profil spravuje společnost Havas v úzké spolupráci se sektorem marketingu, péče o českojazyčný Facebook připadla tiskovému oddělení.

Ze všech sociálních médií dosahuje nejlepších výsledků facebookový profil Prague.eu, mimo jiné i díky podpoře vybraných postů v rámci kampaně. Kromě nárůstu fanoušků stojí za zmínku především vysoká míra jejich zapojení, která je do značné míry nejdůležitějším měřítkem úspěšnosti stránky. Míra zapojení fanoušků facebookové stránky Prague.eu hravě překonává i tak zavedené konkurenty, jakými jsou např. městské profily Vídně či Berlína.

Facebook Prague.eu – celková statistika za rok 2015

Fanoušci

- celkový počet: 134 866
- absolutní poměr fanoušků: 104 726
- relativní změna počtu fanoušků: +347,47%

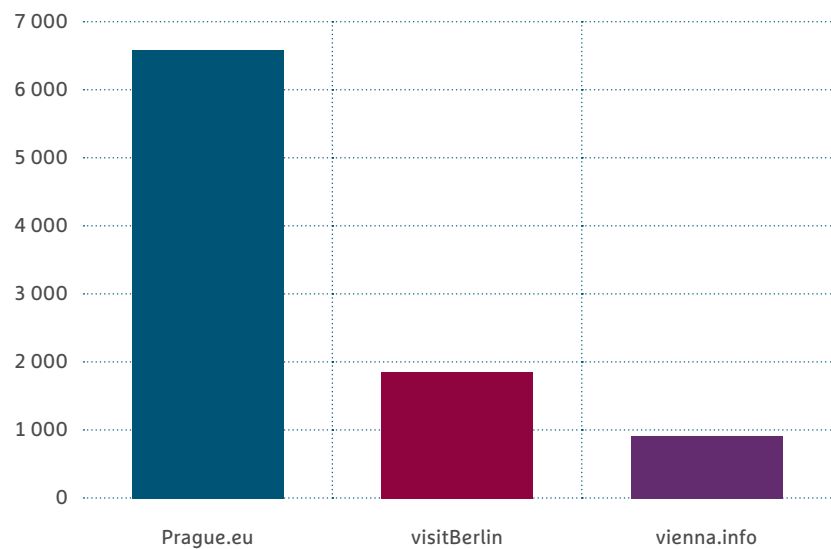
Obsah

- příspěvky stránky: 369
- míra zapojení: 18,06
- míra odezvy na dotazy uživatelů: 66,67%

Interakce

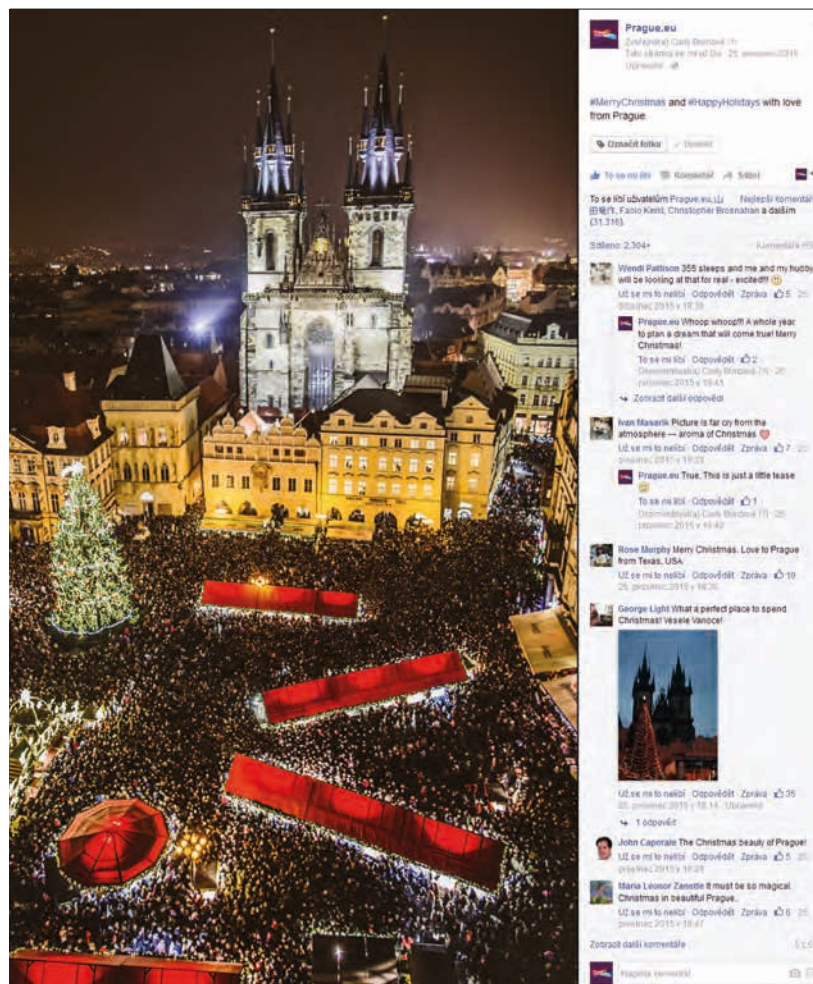
- celkový počet interakcí: 537 517
- líbí se: 483 651
- komentáře: 11 478
- sdílení: 42 388

MÍRA ZAPOJENÍ – SROVNÁNÍ PRAHA, BERLÍN, VÍDEŇ



Srovnání	Počet interakcí na 1 000 fanoušků
Prague.eu	6 599,94
visitBerlin	1 866,43
vienna.info	921,00

Mezi nejoblíbenější posty patří tradičně fotografie. Největší počet „lajků“ získala podobně jako v předchozím roce fotografie vánočních trhů na Staroměstském náměstí – celkem 34,4 tisíce interakcí, z toho přes 31 tisíc „lajků“ a 2,3 tisíce sdílení. Tento post byl na Facebooku promován.



Pražská informační služba – Prague City Tourism

Nejúspěšnějším postem, jehož obliba nebyla kampaní nijak podpořena, byl repost článku s fotografií interiéru Klementina jako „nejkrásnější knihovny na světě“, který vyšel v internetovém magazínu Bored Panda. Náš post s tímto článkem označilo lajkem 3,4 tisíce lidí a 916 jej nasdílelo, což je opět lepší výsledek než u nejúspěšnějších postů roku 2015, které se objevily na profilech Vídně či Berlína.

Počty followerů („sledujících“) našeho twitterového, instagramového i pinterestového účtu (ani jeden z nich není nijak promován) rovněž trvale rostou. Nejvýraznější je nárůst na Twitteru, kde celkový počet sledujících za rok vzrostl o více než 340 % na celkem 2 725 sledujících v závěru roku 2015, a to pouze díky kvalitě dodávaného obsahu.

Vizuály, fotografie, videa

Od roku 2014 používáme pro marketing Prahy konzistentní vizuální styl včetně loga a fotografií, jenž zachycuje jedinečnou estetickou kvalitu města a verbalizuje ji claimem „Pure emotion“. Tento styl pochází z dílny Dynamo design, stejně jako korporátní styl Pražské informační služby – Prague City Tourism.

Pro konzistentní marketingové sdělení je nutné, aby veškerá vizuální komunikace držela jednotnou linii, která se bude svým stylem odlišovat od konkurenčních a starších sdělení a bude vyjadřovat emocionální náboj pražského genia loci. V roce 2015 jsme naši – do té doby značně omezenou a nekonzistentní – fotobanku doplnili téměř 200 fotografiemi různých profesionálních autorů, jejichž společným znakem je důraz na náladu zobrazeného okamžiku a nevšední nebo netypický úhel pohledu. Nejvýraznějším přírůstkem do fotobanky je **140 snímků fotografa Marka Musila**, zastoupeného společností FilmService, vzešlé z výběrového řízení. Tématy snímků jsou ikonická krása Prahy, ale i její zelené plochy, zahrady, řeka a městský život, od farmářských trhů přes festivaly až po gastronomii.

Některé z nově získaných fotografií byly využity pro vytvoření tematického vizuálu ke kampani Praha v pohybu. Fotografie dvou běžců, kteří za ranního oparu ubíhají směrem od kamery po ikonické dlažbě Karlova mostu, sklidila všeobecný úspěch a **Magistrát hlavního města Prahy si ji přebírá i jako oficiální vizuál pro rok 2016, pro nějž Praha získala titul Evropské hlavní město sportu.**

Z „emocionální“ estetiky vycházejí i videa vyrobená společností Havas a drony natočené video s názvem A Magical Morning in Prague, jež jsme pro potřeby propagace zakoupili od společnosti Newman Investments.



MARKETINGOVÁ TÉMATA A KAMPANĚ

Praha v pohybu

Praha v pohybu – Prague in Motion byla zásadním marketingovým tématem pro rok 2015, a to především v souvislosti s konáním řady prestižních sportovních událostí. Pod názvem Praha v pohybu vyšla **mapa pro sport a relaxaci** a dále obsáhlý **průvodce** s doporučenými místy pro aktivní trávení volného času v Praze.

Významně jsme rozšířili sekci **sport a relaxace na webu www.prague.eu**, a to rovnou v šesti jazykových mutacích, kde jsou pod jednotlivými kategoriemi uvedeny veškeré známé, ale i nové a méně obvyklé sporty, včetně půjčoven sportovních potřeb a dalších turistických služeb. Důležitou součástí jsou také sportovní akce, které jsou průběžně aktualizovány. Dále byla vytvořena obsáhlá **mikrostránka pod názvem Praha v pohybu – Prague in Motion** (www.prahavpohybu.eu, www.pragueinmotion.eu) s výběrem sportovních a relaxačních možností v Praze, včetně vyhledávání akcí a tras, které jsme přímo zakreslili do on-line map.

Významnou událostí byl **jednodenní festival Praha v pohybu – Prague in Motion**, který proběhl dne **12. 4. 2015 na Staroměstském náměstí**. Cílem této akce bylo ukázat návštěvníkům, ale i samotným Pražanům, jaké sporty jsou v současné chvíli populární, kde najdou nová sportoviště, trasy, ale i fyzické aktivity, které mohou spojit s poznáváním města. Představily se zde sportovní areály, centra, různá sdružení, asociace nebo kluby i sportovní disciplíny jako slackline, bouldering, nechyběly nordic-walkingové vycházky s výkladem, orientační běh, bojová umění, jóga a zumba. Lidé si mohli vyzkoušet kanoistický nebo golfový trenažér, motoběžky a kola. Jedinečnou podívanou pro všechny účastníky festivalu a přihlížející davy turistů byla **highline** s účastí našich nejlepších slacklinistů. Takto se velmi oblíbená disciplína objevila v centru Prahy úplně poprvé.

PIS – PCT se podílela na zajištění **doprovodného programu MS IIHF v ledním hokeji**. Jednalo se především o služby kvalifikovaných průvodců pro doprovodné VIP osoby, umístění propagačních materiálů na hospitality desk v jednotlivých ubytovacích zařízeních, prezentaci naší činnosti na setkání s novináři atd. Ve fanzóně nechybělo mobilní turistické informační centrum. Na **Halovém mistrovství Evropy v atletice** byla umístěna pop-up stěna, ve stánku organizátora **ME ve fotbale do 21 let** byly k dispozici propagační materiály.





Filmová Praha – Praha jako ve filmu

Filmová turistika se dlouhodobě jeví jako slibný segment cestovního ruchu, jehož potenciál v Praze zůstává téměř nevyužit. Praha coby filmová destinace má skvělé předpoklady zaujmout především domácí, ale i zahraniční návštěvníky. Kromě návštěvy atraktivních lokací, kde se natáčely slavné filmy, Praha nabízí i fungující filmové ateliéry s rozsáhlým fundusem kostýmů a rekvizit, živý filmový průmysl, významnou filmovou školu, bohatý program filmových festivalů i řadu klubových a historických kin s jedinečnou atmosférou. Významným hráčem je i agilní Muzeum Karla Zemana s interaktivní expozicí přibližující trikovou tvorbu a osobitou poetiku Zemanových filmů, které ovlivnily i světové tvůrce od Tima Burtona po Terryho Gilliana.

V roce 2015 jsme spustili mikrostránku www.filmvpraze.cz (zatím pouze v češtině), kde je téma komplexně zpracováno včetně článků a kalendáře akcí. Kromě již vydané **mapy filmových míst** jsme nově zpracovali i obsáhlou **brožuru Film v Praze** s podtitulem Průvodce pražskými filmovými zážitky. Ta je pestrým, čtivě psaným průvodcem po široké nabídce filmových zážitků v Praze – od vycházek po stopách světové i české kinematografie přes filmové festivaly, klubová a letní kina a místa s filmem spojená. Brožura byla velmi kladně přijata a kromě našich vlastních informačních center je distribuována v zúčastněných podnicích, v klubových kinech, na filmových festivalech a přehlídkách.

V podzimních měsících proběhla i menší kampaň zaměřená na domácí návštěvníky Prahy. Těm nabídla zvýhodněné vstupné právě do Muzea Karla Zemana, Barrandov Studia, do muzea voskových figurín Musée Grévin, filmové prohlídky Prahy na vozítkách segway či na lodi. Poprvé byla součástí kampaně i zlevněná jízdenka Českých drah v rámci programu VLAK+.

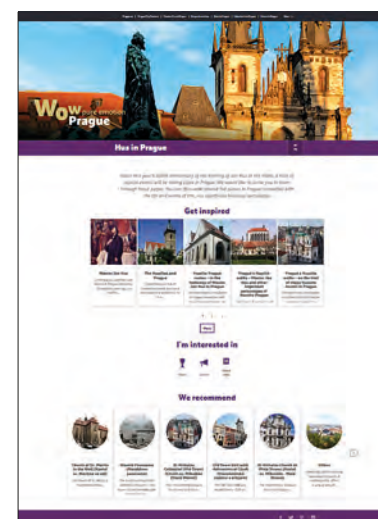
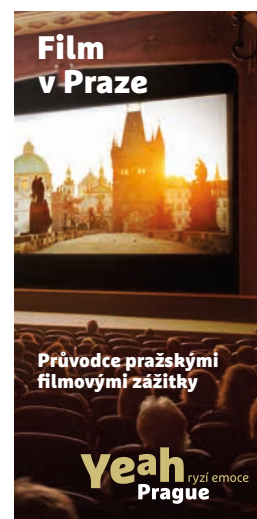
Projekt Film v Praze získal 1. místo v kategorii Nejlepší turistický produkt r. 2015 ve Velké ceně cestovního ruchu na veletrhu Go & Regiontour v Brně.

Výročí upálení mistra Jana Husa

V roce 2015 jsme si připomněli i šestisté výročí upálení mistra Jana Husa. Tato historická postava a její osud rezonují především s českým prostředím. U příležitosti výročí se konala řada vzpomínkových a vzdělávacích akcí a výstav, jež jsme prezentovali speciálním tištěným materiálem, webovou mikrostránkou a outdoorovou kampaní, kterou financoval MHMP.

Mobilní aplikace Prague Portal

Oficiální portál mobilních aplikací města Prahy umožňuje rezidentům i návštěvníkům snadno a rychle najít aktuální seznam spolehlivých mobilních aplikací s informacemi o městě. Po stažení základní meta-aplikace, která slouží jako rozcestník, si pak uživatel může vybírat ze stále doplňovaného a aktualizovaného obsahu. Ten tvoří jak aplikace typu průvodců, tak i map, prezentační aplikace jednotlivých památek, kulturních institucí a podobně.



ZAHRANIČNÍ PUBLIC RELATIONS – PRESS TRIPY

V roce 2015 jsme od zahraničních médií, blogerů a cestovních agentur obdrželi celkem 121 žádostí o podporu a spolupráci při přípravě poznávacích cest do Prahy, včetně 23 poptávek od zahraničních zastoupení CzechTourism. Nejvíce poptávek přišlo z USA, Německa, Velké Británie a zemí Latinské Ameriky.

V průběhu roku se ve spolupráci s PIS – PCT uskutečnilo 95 poznávacích cest pro média a blogery a 26 návštěv zástupců cestovních agentur. Výsledkem této spolupráce je zatím **112 PR výstupů** (článků v zahraničních tištěných médiích, na blozích, video a rozhlasových reportážích).

Nejvýznamnější média, s nimiž jsme minulý rok spolupracovali, jsou deníky The New York Times, The Guardian, Al Arabyia TV Dubai, japonský časopis Katei Gaho, palubní časopis britské letecké společnosti Jet2, polský on-line magazín Pasazer.com a korejský časopis AB-Road. Za zmínku stojí také úspěšné zahraniční blogy, např. kanadský BonVoyageurs (<http://www.bonvoyageurs.com/>), který zveřejnil sérii článků o Praze a recenze nejvýznamnějších pražských restaurací, či blog amerického fotografa Noela Moraty (<http://travelphotodiscovery.com/>).

Nejčastějšími tématy, jimž se zástupci zahraničních médií a blogeri věnovali, byla neobvyklá či turisty neobjevená místa v Praze, pražská gastronomie, street art a filmová Praha.

- **žádostí o podporu press či fam tripy: 122**
- **press tripy: 96**
- **fam tripy: 26**
- **celkem osob: 330**

PR výstupů celkem (bez sociálních médií): 113

SPOLUPRÁCE S DOMÁCÍMI MÉDIÍ

Pražská informační služba – Prague City Tourism se v roce 2015 u novinářů již plně etablovala jako spolehlivý zdroj informací o cestovním ruchu a turistické nabídce v Praze. Na tiskové oddělení se pravidelně obracují jak redaktoři agentury ČTK, tak i lifestylová a zpravodajsko-publicistická média. Díky efektivnímu media relations se v uplynulém roce PIS – PCT objevila v přibližně **350 novinářských materiálech**, a to v tradičních i digitálních médiích. Hlavním zdrojem publicity byly tiskové zprávy se statistickými daty a predikcí vývoje cestovního ruchu v metropoli. V průměru se tak zmínka o aktivitách organizace a její odborná stanoviska v médiích objevila devětatdacetkrát za měsíc.

Nejefektivněji se na propagaci témat PIS – PCT podílejí regionální redakce deníků **MF Dnes, Právo, Metro, Pražský deník** i jejich celorepublikové suplementy (např. magazín Víkend MF Dnes, Magazín Práva, Pátek LN). Publikum na celostátní úrovni jsme oslovili zejména díky spolupráci s Českou televizí (živé vstupy z akce Praha v pohybu, účast v publicistických pořadech i ve zpravodajství), s komerčními stanicemi Prima a Nova a rovněž díky vysílání veřejnoprávního rozhlasu ČRo Radiožurnál a stanicím Impuls a Blaník.

V průběhu roku tiskové oddělení zajistilo také placenou propagaci stěžejních projektů organizace (Praha v pohybu, Husova Praha, Užijte si Prahu jako ve filmu, Vánoce v Praze) v tištěných titulech i na Facebooku a aktualizaci korporátního webu organizace na doméně **www.praguecitytourism.cz**. Informace o činnosti PIS – PCT zde loni získalo 115 498 lidí ze 155 zemí světa.

Novou kompetencí tiskového oddělení je od r. 2015 plánování a vedení komunikace zaměřené **na domácí publikum na Facebooku**. Od března do prosince 2015 se podařilo oslovit 11 657 uživatelů Facebooku, kteří nyní tvoří stabilní komunitu fanoušků nově zřízeného profilu Prague City Tourism.

PIS – PCT v září 2015 ve spolupráci s MHMP uspořádala tiskovou konferenci, na níž byly představeny rekordní výsledky turismu v Praze v první polovině roku 2015 a kterou spojila se slavnostním otevřením nového Vistor Centre na Můstku. Setkání s novináři proběhlo také v sídle agentury Havas Worldwide Prague, kde se odborníci na sociální média a on-line reklamu podělili s odbornou veřejností o její první výsledky. Ředitelka organizace Nora Dolanská byla rovněž hostem tiskové konference, kterou uspořádalo sdružení USE-IT, jež každoročně vydává stejnojmennou mapu Prahy pro mladé nezávislé cestovatele.



18

SPOLUPRÁCE A PARTNERSTVÍ

Spolupráce PIS – PCT a CzechTourism

Synergie činnosti národních a regionálních turistických centrál a destinačních managementů je pro úspěch českého cestovního ruchu klíčová. Kromě řady dílčích projektů spolupráce se během roku 2015 obě organizace opakovaně setkaly, aby vzájemně koordinovaly svou propagační činnost týkající se destinace Praha. Nejdůležitějším výsledkem je v lednu 2015 signovaná dohoda o co-brandingu a vzájemném využívání schváleného setu vizuálů, jenž dává PIS – PCT k dispozici. Další spolupráce se týká jednotlivých činností, jakými je např. tisk map a brožur, kde se ediční činnost vzájemně doplňuje, aniž by se dublovala. Pokračuje i spolupráce na press a fam tripech a společná propagace tématu filmové turistiky.

Spolupracujeme i při vzdělávání průvodců formou každoročních regionálních seminářů.

Podpora kongresového turismu / Spolupráce s Prague Convention Bureau

PIS – PCT zahájila v roce 2014 užší spolupráci s Prague Convention Bureau (PCB) v oblasti profesionální podpory pražské kongresové turistiky, kdy PCB po dobu tří let zajišťuje aktivity související s MICE turistikou v celkové hodnotě bezmála 3 mil. Kč ročně.

V souvislosti s nadcházejícím kongresem ICCA (International Congress and Convention Association), který se v Praze bude konat v roce 2017, bylo rozhodnuto, že se Praha na MICE akcích v letech 2015-2017 bude prezentovat výrazněji než doposud, a to formou vlastní expozice (nikoli spoluúčasti na stánku CzechTourismu, jak tomu bylo doposud). Z výběrového řízení vyšla vítězně firma BVV. V roce 2015 tedy premiérově zajišťovala výstavní stánek Prahy na dvou významných MICE veletrzích, a to **IMEX** ve Frankfurtu a **ibtm world** v Barceloně. Expozice byla velmi pozitivně přijata a na obě akce se podařilo sehnat velký počet spoluvystavovatelů.

Pražská informační služba – Prague City Tourism

Díky úzké spolupráci se PIS – PCT stala opět partnerem akcí pořádaných PCB. Konkrétně se jednalo o 6. ročník „Oceňování kongresových velvyslanců – Ambassador Award Evening“ a 4. ročník mezinárodního vzdělávacího semináře na téma „Keeping Pace in MICE: from Knowledge to Skills“.



Spolupráce s ČSA

V roce 2015 pokračovala spolupráce započatá roku 2014, při níž byl v zájmu zviditelnění brandingu Prahy a propagace města jako turistické destinace zrealizován polep letounu Airbus A319 pražským vizuálem.

Další aktivity

V lednu 2015 se v Praze konal 16. mezinárodní kongres **Světové federace asociací turistických průvodců (WFTGA)**, který přivedl do Prahy více než 500 účastníků z celého světa. Pražská informační služba – Prague City Tourism se stala hlavním partnerem tohoto kongresu. Podílela se na většině aktivit a programů, včetně poskytnutí informačních materiálů, propagačních předmětů, vystavovatelského stánku, zapojila se i do přípravy odborné části programu. Vysoce hodnocený byl program na Staroměstské radnici věnovaný průvodcovskému doprovodu dětského posluchače a neslyšících.

Na přelomu 2014/2015 se v Praze konalo významné světové setkání mladých křesťanů **TAIZÉ**. Účastnilo se ho více než 30 tisíc lidí ze 65 zemí světa. Bohatý duchovní program byl provázen také poznáváním Prahy, její historie a současnosti. Na přípravě některých aktivit se podílela PIS – PCT. Turistická informační centra byla stěžejními informačními místy pro přijíždějící účastníky.

Zajistili jsme propagaci Prahy na **Festivalu českého filmu**, jenž se konal v průběhu září 2015 ve francouzské Nice.

S knihovnou Václava Havla a organizací Víze 97 jsme zahájili spolupráci směřující ke vzniku nového produktu propagace Prahy ve spojení s osobností Václava Havla.

Formou nekomerčního partnerství jsme podpořili řadu významných kulturních i společenských akcí, např.

- **Noc kostelů**
- **Dny víry**
- **Halové ME v atletice**
- **MS IIHF v ledním hokeji**
- **Žofínské fórum**
- **ME ve fotbale hráčů do 21 let**
- **Den dětí v Braníku**
- **Den s mistrem Janem Husem**
- **Golf Czech Masters**
- **Festival Sculpture Line**
- **Barevná devítka**
- **Pražské Quadriennale**
- **Landronkafest**
- **Architecture Week**
- **Festival světla Signal**
- **Zasedání EOC - InterContinental Praha**



VÝSTAVY, VELETRHY A PREZENTACE

Pravidelně se účastníme významných zahraničních i tuzemských veletrhů, výstav, konferencí a dalších akcí podobného typu zaměřených na cestovní ruch. Naše účast probíhá většinou ve spolupráci s dalšími subjekty, jakými jsou např. agentura CzechTourism, Magistrát hl. m. Prahy, Prague Convention Bureau, ČSA a další. Cílem těchto akcí je zejména prezentace turistického potenciálu destinace Praha, výměna zkušeností, setkávání se s profesionály v cestovním ruchu, médií i potenciálními turisty, prezentace marketingových aktivit organizace a v neposlední řadě sledování nejnovějších trendů v oblasti turismu.



VELETRHY, KONFERENCE, PREZENTACE S ÚČASTÍ PIS – PCT V ROCE 2015


Zahraníční veletrhy	Termín
ITB Berlin	4. – 8. 3.
MITT Moskva	18. – 21. 3.
CSITF Shanghai	21. – 24. 4.
IMEX Frankfurt	19. – 21. 5.
Travel Expo Luzern	23. – 25. 10.
WTM London	2. – 5. 11.
SITV Colmar *	13. – 15. 11.
ibtm world Barcelona	17. – 19. 11.

Tuzemské veletrhy	Termín
Holiday World	19. – 22. 2.
Dovolená a Region v Ostravě	5. – 8. 3.
Travel Meeting Point	20. – 21. 10.

Speciální akce	Termín
Roadshow ČSA Řím	5. 2.
Czech Trade Event Belfast	4. – 5. 6.

Prezentace s MHMP	Termín
Dny Prahy v Berlíně	9. – 12. 6.
Dny Prahy v Chicagu	9. – 15. 6.
Dny Prahy v Kodani	14. – 20. 9.
Dny Prahy v Dublinu	22. – 25. 9.

*pouze prospektový servis



Staroměstské náměstí se svými adventními a vánočními trhy je nejkrásnějším vánočním místem na světě. Rozhodli o tom čtenáři prestižního amerického listu USA Today, kteří hlasovali v internetové anketě.



TURISTICKÝ SERVIS

TURISTICKÁ INFORMAČNÍ CENTRA (TIC)

Pražská informační služba – Prague City Tourism provozovala v roce 2015 **šest turistických informačních center (TIC)** na nejexponovanějších místech v historické části města a na Letišti Václava Havla Praha. Pět z nich bylo otevřeno denně.

V TIC jsou poskytovány ucelené, objektivní a denně aktualizované **informace** o Praze (kultura, cestovní ruch, orientace po městě, doprava, ubytování a stravování, obchod a služby, příroda, sport, důležité adresy aj.). Pracovníci také pomáhají turistům ve složitých situacích, radí např., jak postupovat při ztrátě, okradení, pomáhají řešit stížnosti na směnářenské a jiné služby v metropoli.

Zdarma jsou návštěvníkům k dispozici obecné i tematické mapy města, informační letáky a brožury v různých jazykových mutacích z naší produkce a rovněž letáky městských organizací a další turisty poptávané materiály.

Nabízíme možnost zakoupení vstupenek na kulturní, sportovní a společenské akce, okružní jízdy Prahou, časové jízdenky na městskou hromadnou dopravu na 24 nebo 72 hodin, kartu Prague Card nebo zajištění ubytování prostřednictvím partnera booking.com.

Od 1. května 2015 zastupujeme na našich TIC v obou letištních terminálech **agenturu CzechTourism**. Měsíčně vyřídíme na každém z nich 300–800 dotazů týkajících se České republiky. Dále zde již druhým rokem zastupujeme vnitrostátní **pokladny Českých drah**. Tato spolupráce je velmi oceňována jak turisty, tak i Letištěm Praha.

V TIC je v průběhu celého roku zaměstnáno 28–40 pracovníků. Z důvodu flexibilního vykrytí celé otvírací doby, kolísající návštěvnosti v jednotlivých dnech a v závislosti na turistické sezoně zaměstnáváme také externí pracovníky – brigádníky, převážně **studenty vysokých škol** s velmi dobrou znalostí Prahy a světových jazyků. V hlavní turistické sezoně pokryjí okolo 60 % provozní doby.

24

TIC dlouhodobě spolupracují s **vyššími odbornými školami** se zaměřením na cestovní ruch při zajištění odborné praxe studentů.

Nové návštěvnické centrum Můstek

Abychom mohli být turistům ještě blíže, využili jsme vstřícné nabídky města a z Rytířské ulice 31 jsme se přesunuli na strategicky lépe situované místo. Zbrusu nové turistické informační centrum, tzv. **Visitor Centre**, jsme otevřeli **1. 9. 2015** na rohu ulic Na Můstku a Rytířská v Praze 1. Přestěhování se ukázalo ihned po otevření jako správné, návštěvnost rychle stoupala a reprezentativní moderní vzhled byl návštěvníky velmi oceňován. Kromě standardních služeb zde svým klientům nabízíme odpočinkovou zónu, připojení k Wi-Fi či možnost zakoupení oficiálních suvenýrů města.

Turistická informační centra jsou řádnými členy Asociace Turistických Informačních Center ČR (A.T.I.C. ČR), v jejíž radě a v republikové certifikační komisi má PIS – PCT svého zástupce.

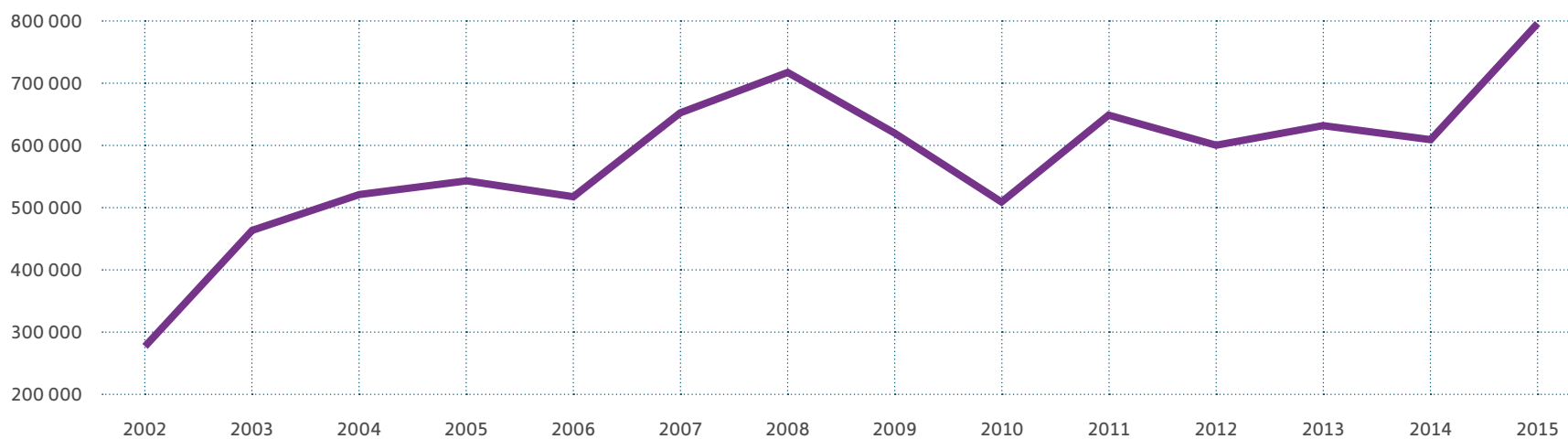


Pražská informační služba – Prague City Tourism

NÁVŠTĚVNOST A POČET DOTAZŮ ZA ROK 2015

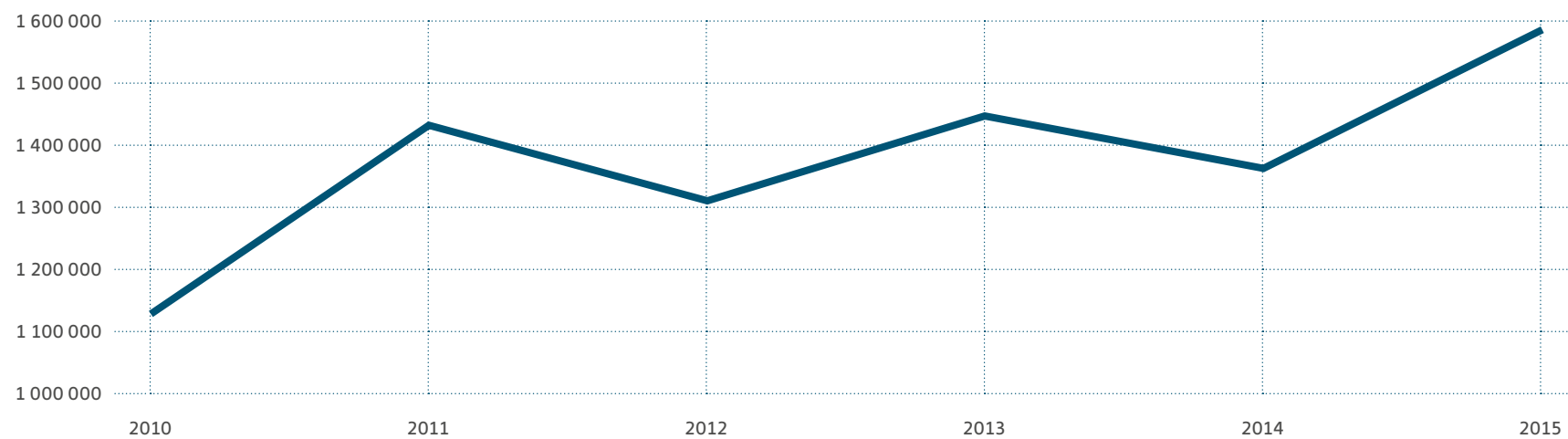
TIC	návštěvníci	zodpovězené dotazy
Staroměstská radnice	859 337	358 057
Rytířská 31 (provoz ukončen 31. 7. 2015)	108 719	54 366
Můstek (provoz zahájen 1. 9. 2015)	196 000	97 994
Václavské náměstí	83 857	119 795
Malostranská mostecká věž	65 360	32 680
Letiště – Terminál 1	46 868	58 585
Letiště – Terminál 2	226 254	75 418
Celkem	1 586 395	796 895

POČET ZODPOVĚZENÝCH DOTAZŮ V TIC V LETECH 2002–2015



Roky	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Počet dotazů	287 264	469 887	519 888	548 010	514 669	656 814	712 679	613 127	505 852	648 433	599 771	633 169	607 789	796 895

POČET NÁVŠTĚVNÍKŮ V TIC V LETECH 2010–2015



ROADSHOW PO ČESKÉ REPUBLICE A V ZAHRANIČÍ

Již druhým rokem provozujeme pojízdné informační centrum (mTIC), které vzniklo přestavbou jedné z našich dodávek. Jeho posláním je jednak nahradit klasické informační centrum na významných kulturních akcích a veletrzích v Praze, a také propagovat Prahu jako turistickou destinaci na výjezdech po České republice a v zahraničí.

K významným pražským akcím, jichž jsme se s mTIC v r. 2015 účastnili, patří především veletrh cestovního ruchu Holiday World a Mistrovství světa IIHF v ledním hokeji.

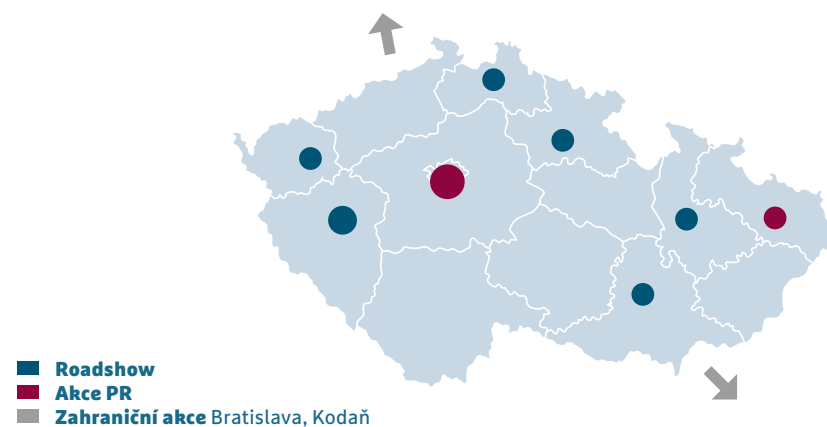
V roce 2015 jsme s mTIC najezdili 5 320 km, byli jsme celkem na 14 akcích v Praze, v ČR i v zahraničí.



PŘEHLED AKCÍ s mTIC V ROCE 2015

Název akce	Město	Datum
Holiday World	Praha	19. – 22. 2.
Dovolená a Region	Ostrava	5. – 8. 3.
Bavorské kulturní dny	Plzeň	24. 4.
Mistrovství světa v ledním hokeji IIHF 2015	Praha	1. – 18. 5.
Cirkul-art / Ubránili sme sa / Slovak Food Festival	Bratislava	22. – 24. 5.
Ignis Brunensis	Brno	29. – 31. 5.
Svátky města Olomouce	Olomouc	5. – 6. 6.
Krajské slavnosti / Liberecký jarmark	Liberec	13. 6.
Piknik v Botanické	Praha	21. 6.
Czech International Air Fest	Hradec Králové	5. 9.
Obří loutky v Plzni	Plzeň	28. – 30. 8.
Ladronkafest	Praha	12. 9.
Dny Prahy v Kodani	Kodaň	14. – 20. 9.
48. mezinárodní festival Tourfilm	Karlovy Vary	2. – 3. 10.

MOBILNÍ TURISTICKÉ INFORMAČNÍ CENTRUM 2015



WEBOVÝ PORTÁL WWW.PRAGUE.EU

Již 20 let informujeme on-line. První webová prezentace pod naší hlavičkou vznikla v roce 1995. Od té doby prošly stránky mnoha úpravami, měnil se obsah, koncepce, struktura, jazykové verze, avšak kvalita, vysoká návštěvnost a uživatelská přívětivost zůstávají neměnnými konstantami.

Poslední radikální přestavbou prošel portál na podzim r. 2014, kdy dostal nejen novou grafiku, ale celé nové pojetí. Oficiální turistický portál je dostupný již v **8 jazykových mutacích**. V roce 2015 přibyla **italská, španělská, čínská a korejská** jazyková verze. Praha se stala teprve druhou evropskou metropolí, která zareagovala tvorbou jazykové verze na stoupající zájem korejských návštěvníků.

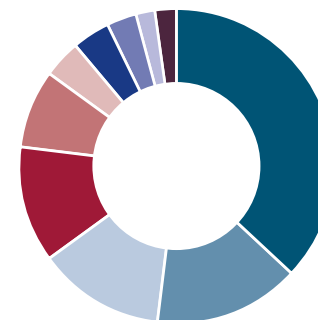
Na doméně **www.prague.eu** najdou čeští i zahraniční návštěvníci veškeré informace, které pro pobyt v Praze nebo jeho plánování potřebují. Kromě toho portál nabízí i tipy na zajímavé akce, místa, zážitky, inspiraci rodinám s dětmi, gurmetům i těm, kteří chtějí objevovat současnou tvář metropole. Spolupracujeme s autory, kteří Prahu dobře znají a jsou odborníky na určitá témata. Ta předkládáme našim uživatelům formou zajímavých článků.

Předností webu je denní aktualizace informací a jeho jednoduché grafické pojetí. Je uživatelsky přívětivý, takže pohyb na něm je snadný a logický. Důraz klademe i na atraktivní obrazovou složku a čtivě podané informace. Cílem webové prezentace je návštěvníka zaujmout, inspirovat, a tím ho přimět k návštěvě metropole.

Za rok 2015 portál navštívilo rekordních 2,3 milionu uživatelů ze 183 zemí světa.

NEJVÝZNAMNĚJŠÍ ZDROJOVÉ ZEMĚ V ROCE 2015

Země	Podíl v %
Česká republika	37
Německo	15
USA	13
Velká Británie	12
Itálie	8
Rusko	4
Nizozemí	4
Španělsko	3
Francie	2
Indie	2
celkem	100,0



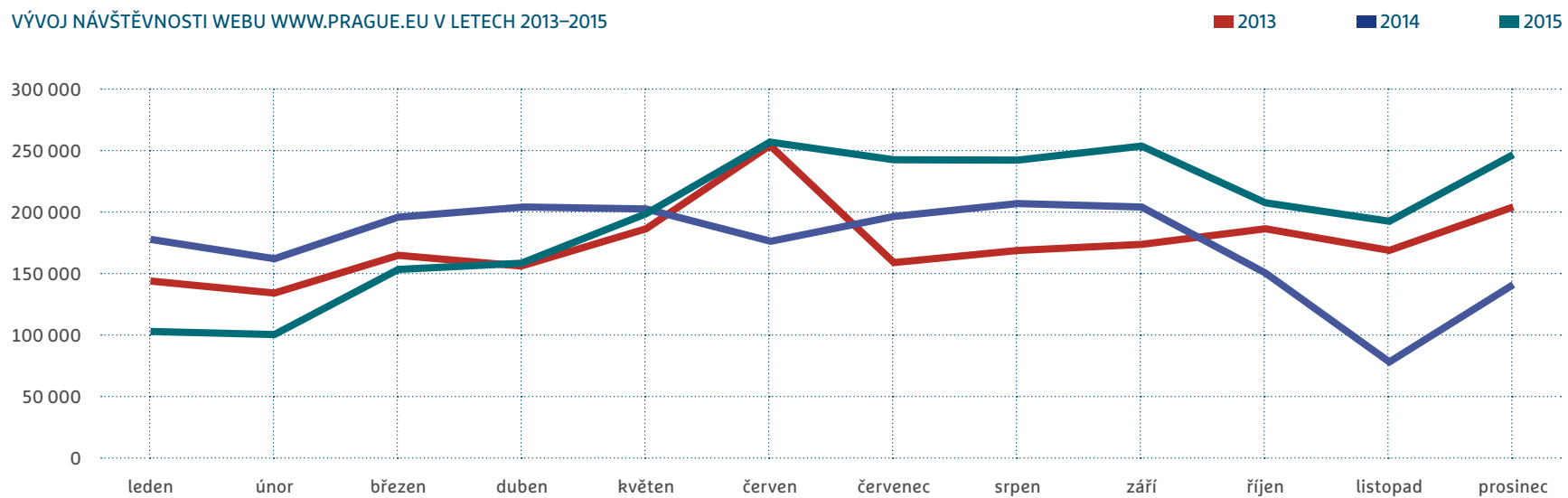
Turistický webový portál je také důležitým nástrojem pro propagaci marketingových aktivit a sezonních nabídek města. K tomu využíváme speciální **tematické mikrostránky** v české a anglické mutaci:

- www.vanocevpraze.cz; www.christmasinprague.com
- www.valentynvpraze.cz; www.valentinesinprague.com
- www.velikonocevpraze.cz; www.easterinprague.com
- www.pivovpraze.cz; www.beerinprague.com
- www.staromestskaradnicepraha.cz/en

V průběhu roku jsme **nově** připravili mikrostránky:

- www.prahavpohybu.eu; www.pragueinmotion.eu
- www.filmvpraze.cz
- www.husovapraha.cz/en
- www.karlovapraha.cz; www.charlesivinprague.com

VÝVOJ NÁVŠTĚVNOSTI WEBU WWW.PRAGUE.EU V LETECH 2013–2015



Počet návštěv	2013	2014	2015
leden	149 053	177 096	102 629
únor	133 890	160 460	100 518
březen	166 824	192 329	151 644
duben	159 886	205 893	163 231
květen	178 154	201 042	195 315
červen	255 666	176 306	256 397
červenec	159 031	191 701	237 521
srpen	170 143	207 794	237 686
září	173 686	204 761	252 061
říjen	186 686	151 365	214 193
listopad	168 737	77 920	188 020
prosinec	201 896	144 624	245 543
Průměr za den	5 664	5 730	6 424
Celkem za rok	1 925 498	2 091 291	2 344 758

9. 10. 2015 – Google jako Pražský orloj

Společnost Google připomněla 605. výročí ikonické památky. Oslavila je speciálním doodlem, který byl po celý 9. říjen k vidění na národních doménách. Naši mikrostránku <http://www.staromestskaradnicepraha.cz/en/> díky tomu zhlédlo **72 513 návštěvníků** z neuvěřitelných **130 zemí** světa. Nejvíce návštěvníků bylo z Velké Británie, Španělska, Japonska, Mexika a Německa. To, jak správně čísta na orloji čas, se dozvěděli ale i na Fiji, v Mongolsku a Zambii.



E-SHOP

Od druhé poloviny roku 2015 je kompletně zmodernizován e-shop na adrese www.eshop.prague.eu. K naší stálé a velmi populární nabídce patří prodej vstupenek na námi pořádané vlastivědné vycházky. Možnost zakoupení vstupenky on-line využívají nejen lidé z Prahy, ale i z Brna, Ostravy, Olomouce, Plzně či dokonce z Dubaje, Moskvy, Bruselu, Mnichova nebo Bratislavy.

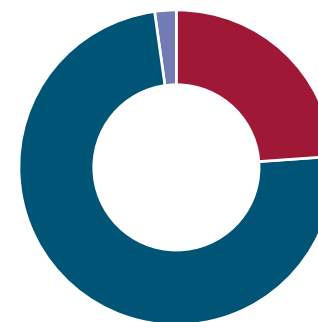
E-shop nově nabízí **merchandisingové předměty**, turistickou kartu Prague Card, prodej průvodcovských kurzů i skupinových vstupenek na Staroměstskou radnici.

30

Unikátní novinkou je **možnost objednání map a brožur** z naší produkce zdarma, resp. pouze za poštovné. Tato služba se rychle etablovala a tvoří 74 % všech prodejů. Celkově jsme přes e-shop vydali téměř 14 000 map a brožur do 43 zemí světa.

V e-shopu se za rok 2015 uskutečnilo 2 051 transakcí s tržbou 946 285 Kč. Obchod má velmi dobrý celkový konverzní poměr 4,78 %.

Vycházky	24 %
Brožury	74 %
Ostatní	2 %



DISPEČINK PRŮVODCŮ

Dispečink průvodců zajistil v roce 2015 průvodce pro 1 155 akcí, jichž se celkem zúčastnilo 9 600 osob. Kromě toho rovněž zajistil 61 VIP akcí.

Stabilně spolupracujeme s 210 průvodci a průvodkyněmi. Tradičně nejžádanějšími jsou průvodci v angličtině – 557 akcí, němčině – 294 akcí a francouzštině – 249 akcí. Mezi méně obvyklé jazyky, které jsou výjimečně poptávány, patří vietnamština, korejština, indonézština, thajština nebo např. albánština.

Pravidelně **spolupracujeme se státní správou**, konkrétně s Ministerstvem zahraničních věcí ČR, s Ministerstvem školství, mládeže a tělovýchovy ČR,

Pražská informační služba – Prague City Tourism

s Ministerstvem obchodu ČR a s Ministerstvem pro místní rozvoj ČR. Zajišťujeme průvodce pro akce protokolu primátorky i pro MHMP obecně.

Nově jsou využívány i **katalogy vycházek**, v nichž si klienti vycházky vyberou přímo v dispečinku dle svého zájmu. S úspěchem se setkaly i speciální akce, například vánoční vycházky, které se konaly o adventních sobotách.

Merchandising

V dispečinku průvodců je vedle průvodcovských služeb možné zakoupit **merchandisingové zboží**, o něž je mezi turisty značný zájem. Nejvíce jsou poptávány magnetky, utěrky na brýle, velmi úspěšný je prodej hedvábných šátků, ale i pohledů a vykrajovátek. V průběhu roku 2015 byl sortiment doplněn o další předměty, jakými jsou např. trojrozměrná papírová přání, dekorativní magnety a nové vzory hedvábných šátků. Turisté si tak vedle zážitku z návštěvy města odvezou i milou vzpomínku na Prahu v podobě originálního a kvalitního suvenýru. Merchandising nabízíme dále v pokladně Staroměstské radnice a v našich TIC v centru města.

Klub VIP průvodců

Činnost klubu VIP průvodců pokračovala několika vzdělávacími akcemi a setkáními se zajímavými osobnostmi, mj. s Ing. Arch. Adamem Gebrianem, Michaelem Žantovským, ředitelem knihovny Václava Havla nebo Janem Škroudem z Musée Grévin. Zároveň byla realizována podpora průvodců – členů klubu na webu PIS – PCT. V roce 2015 bylo přijato 10 nových členů, **celkový počet je tak 95.**

Výměna průkazů pro průvodce Prahou

PIS – PCT je již tradičně jediným garantem kvality průvodcovské práce v Praze. Proto jsme na podzim roku 2015 z pověření MHMP zahájili velmi důležitou **výměnu průkazů Průvodce Prahou. Poprvé po 20 letech tak dochází k zásadní změně v označování pražských průvodců.** Nový průkaz je praktičtější a zahrnuje v sobě i odznak průvodce, který byl až dosud samostatnou součástí průvodcovské licence. Výměna průkazů přispěje k revizi průvodcovského sboru, zmapuje skutečně aktivní průvodce, doplní jejich jazykovou i odbornou specializaci a napomůže k lepším vzájemným kontaktům mezi průvodci a PIS – PCT. Základní proces výměny bude ukončen v březnu 2016.



V roce 2015 zaznamenala Staroměstská radnice historický rekord v návštěvnosti. Do jednoho z nejoblíbenějších turistických cílů v České republice zavítalo 796 913 lidí, což představuje nárůst cca 8 % oproti roku 2014.





EDIČNÍ ČINNOST

V roce 2015 zajistilo ediční oddělení realizaci 1 392 100 ks titulů turistických informačních brožur, map a letáků celkem ve 13 jazykových verzích.

Ediční činnost je jedním ze stěžejních úkolů naší organizace. Poskytování informačních materiálů cestovatelské veřejnosti pokládáme za standardní komfort, který turisticky atraktivní města pro své návštěvníky zajišťují.

Kromě toho, že poskytují turistům informace, které pro svůj pobyt v Praze nebo jeho plánování potřebují, slouží tyto materiály také k propagaci Prahy doma i v zahraničí. Zdarma jsou k dispozici v turistických informačních centrech, na domácích i zahraničních veletrzích cestovního ruchu, asociacím hotelů, restauracím a cestovních kancelářích a při dalších příležitostech mezinárodního charakteru (kongresy, konference, workshopy apod.). Distribuují se i na zahraniční zastoupení České republiky.

Ediční řadu tvoří **informační letáky, obecné i tematické mapy města a brožury**. Velmi žádané jsou pravidelné kulturní čtvrtletníky s přehledem nejvýznamnějších akcí na nadcházející období. Speciální podobu mělo letní vydání, v němž jsme velký prostor věnovali 600. výročí upálení mistra Jana Husa. Řadu čtvrtletníků tradičně doplňuje speciální vánoční číslo.

Nepostradatelným pomocníkem zejména pro informační centra je **tzv. trhací mapa**. Tematicky zaměřená mapa **Praha v pohybu**, spolu se stejnojmennou a velmi obsáhlou brožurou, s nabídkou sportovních příležitostí v Praze rozvíjela hlavní marketingové téma roku 2015 zaměřené na aktivní turistiku.

Podzimní marketingovou kampaň, zacílenou na domácí turisty – filmové fanoušky, doprovázelo vydání obsáhlého průvodce filmovými zážitky s názvem **Film v Praze**.

Pro návštěvníky Staroměstské radnice, jedné z nejnavštěvovanějších pražských památek, byl vytvořen základní informační leták a reprezentativní brožura; oba tituly vyšly ve 13 jazykových variantách.

Na některých titulech spolupracujeme s Magistrátem hl. m. Prahy. Díky tomuto partnerství vyšly v roce 2015 dvě brožury – **Guide to Technical and Industrial Structures in Prague** v anglické verzi (česká verze byla k dispozici již dříve) a obsáhlá brožura **Za poklady církevní architektury v Praze – levý břeh Vltavy**. Druhý díl mapující pravý břeh je naplánován na začátek roku 2016.

Všechny informační materiály jsou k dispozici ke stažení na turistickém portálu hl. m. Prahy a na korporátních stránkách PIS – PCT. Od r. 2015 si je tuzemští i zahraniční zájemci mohou objednat také prostřednictvím našeho e-shopu s tím, že hradí pouze poštovné.

Kolekce piktogramů pražských památek

Ve spolupráci s kreativním grafickým studiem Dynamo design, které je tvůrcem vizuálu Prahy jako turistické destinace, jsme zrealizovali kolekci piktogramů nejvýznamnějších pražských památek a budov v několika barevných variantách pro použití v mapách a dalších materiálech. Piktogramy budeme prezentovat společně s Institutem plánování a rozvoje hl. m. Prahy, s nímž od r. 2015 úzce spolupracujeme. Vzájemná spolupráce se týká mj. mapových podkladů, které IPR Praha poskytuje pro naše informační materiály a využívání našich informačních databází pro potřeby IPR Praha.



Pražská informační služba – Prague City Tourism

PŘEHLED VYDANÝCH TITULŮ V ROCE 2015

Titul	Náklad/ks	Jazykové mutace
Jaro v Praze 2015 – kulturní čtvrtletník	20 000	CZ, EN
Praha v Pohybu – mapa pro sport a relaxaci	40 000	CZ, EN, DE
Praha v Pohybu – doporučená místa pro volný čas/brožura	40 000	CZ, EN, DE
Husova Praha/Léto v Praze 2015 – kulturní čtvrtletník	20 000	CZ, EN, DE
Guide to Industrial and Technical Structures in Prague	10 000	EN
Podzim v Praze 2015 – kulturní čtvrtletník	20 000	CZ, EN
Praha do kapsy – praktický průvodce/dotisk	40 000	FR, IT, ESP, CHIN, KOR, JAP
Film v Praze – Průvodce filmovými zážitky	10 000	CZ
Staroměstská radnice v Praze – informační leták	260 000	CZ, EN, DE, IT, FR, ESP, RUS, POL, POR, NED, CHIN, JAP, KOR
Staroměstská radnice v Praze – průvodce interiéry	300 000	CZ, EN, DE, IT, FR, ESP, RUS, POL, POR, NED, CHIN, JAP, KOR
Mapa v bloku – trhací mapa centra města	500 000	CZ/EN/DE/RUS
Vánoce v Praze – přehled akcí	20 000	CZ, EN, DE, RUS
Zima v Praze 2015 – kulturní čtvrtletník	20 000	CZ, EN
Informace pro průvodce Prahou	400	CZ
Pražská vlastivěda – měsíční program	81 200	CZ
Za poklady církevní architektury v Praze	10 500	CZ
Celkem	1 392 100	

Newsletters

Pravidelně vydáváme dva druhy elektronických newsletterů. Newsletter v české jazykové verzi pod názvem **Zpravodaj pro incoming a průvodce** vychází každý měsíc. Obsáhle shrnuje veškeré novinky, zajímavosti a informace z oblasti turismu a informuje o aktuálním kulturním dění. Newsletter je velmi užitečný pomocník pro pracovníky cestovního ruchu, média i pro průvodce Prahou.

Newsletter pro zahraniční odbornou veřejnost pod výstižným názvem **The Prague Preview** je k dispozici v reprezentativním vydání 6x ročně, vždy v anglické, německé a ruské verzi. Přináší informace o nejzásadnějších novinkách a zároveň o dění v Praze v dlouhodobějším horizontu tak, aby zahraničním touroperátorům pomohl při plánování turistických cest do Prahy. Je důležitým zdrojem informací také pro zahraniční média.

Oba newsletters zasíláme na více než 7 000 adres – touroperátorům, cestovním kancelářím, profesním organizacím i asociacím, médiím, průvodcům i široké veřejnosti. Zaslání newsletterů lze objednat i prostřednictvím našich webových stránek.



STAROMĚSTSKÁ RADNICE

Staroměstská radnice v Praze patří k nejoblíbenějším turistickým cílům České republiky. Zájemcům zde nabízíme komentovanou prohlídku historických interiérů nebo možnost výstupu na ochoz gotické věže. **V roce 2015 vykázaly oba prohlídkové okruhy návštěvníký rekord – do historické radnice zavítalo 796 913 návštěvníků, což představuje nárůst cca 8 % oproti roku 2014.**

S příchodem roku 2015 jsme provedli generální rekonstrukci hlavní pokladny v přízemí radnice. Již na začátku turistické sezony jsme tak mohli návštěvníky kulturní památky uvítat v novém reprezentativním prostředí.

V průběhu roku 2015 jsme uspořádali řadu akcí pro širokou veřejnost. V dubnu hostilo Staroměstské náměstí jednodenní festival **Praha v pohybu**, který naše organizace pořádala a kterého se aktivně účastnila i Staroměstská radnice. Pro návštěvníky jsme připravili netradiční desetiminutové prohlídky budovy, na jejichž konci měli účastníci možnost získat zajímavé ceny. Paralelně probíhal i běh po historických pražských radnicích, jehož vyvrcholením byla mimořádná večerní prohlídka Staroměstské radnice s bohatým doprovodným programem.

Další akce upozornily na významná dějinná výročí. Při příležitosti **70. výročí Pražského povstání** jsme připravili speciální prohlídkovou trasu, která účastníky zavedla do podzemí domů radničního bloku na Malém náměstí, odkud bylo pražské povstání částečně řízeno. Tento prostor jsme veřejnosti zpřístupnili vůbec poprvé v historii. Slavnostně jsme představili i obnovenou radniční kapli, kam se po 70 letech vrátila velká část původního historického mobiliáře. K této události jsme přímo v lodi kaple instalovali speciální výstavu, jež příchozí seznámila s dějinami a stavebním vývojem svatyně, připomněla události května 1945 a představila zrestaurovaný mobiliář, který se po dlouhých desetiletích do kaple vrátil.

V červenci 2015 jsme v tubusu radniční věže zpřístupnili vůbec první stálou výstavu věnovanou Staroměstské radnici. Expozice s názvem **Staletími Staroměstské radnice** zahrnuje bezmála 100 dosud nepublikovaných historických

fotografií a vyobrazení. Návštěvníkům přibližuje osudy radnice, připomíná nejvýznamnější památky radničního komplexu i zásadní osobnosti a události jeho dějin.

Staroměstská radnice svým programem pamatovala i na významné výročí **600 let od upálení mistra Jana Husa**. Na první červencový víkend jsme pro nejmenší návštěvníky uspořádali tematickou prohlídku, která děti zábavně-vzdělávací formou seznámila se zásadními momenty životní poutě tohoto církevního reformátora. Účastníky speciální večerní prohlídky pak čekalo dramatické setkání s radikálním husitským knězem Janem Želivským. Šestého července proběhl den otevřených dveří Brožíkova sálu s rozšířeným výkladem o mistrovském obraze Václava Brožíka „Hus před koncilem kostnickým“ a hudebním doprovodem s husitským chorálem.



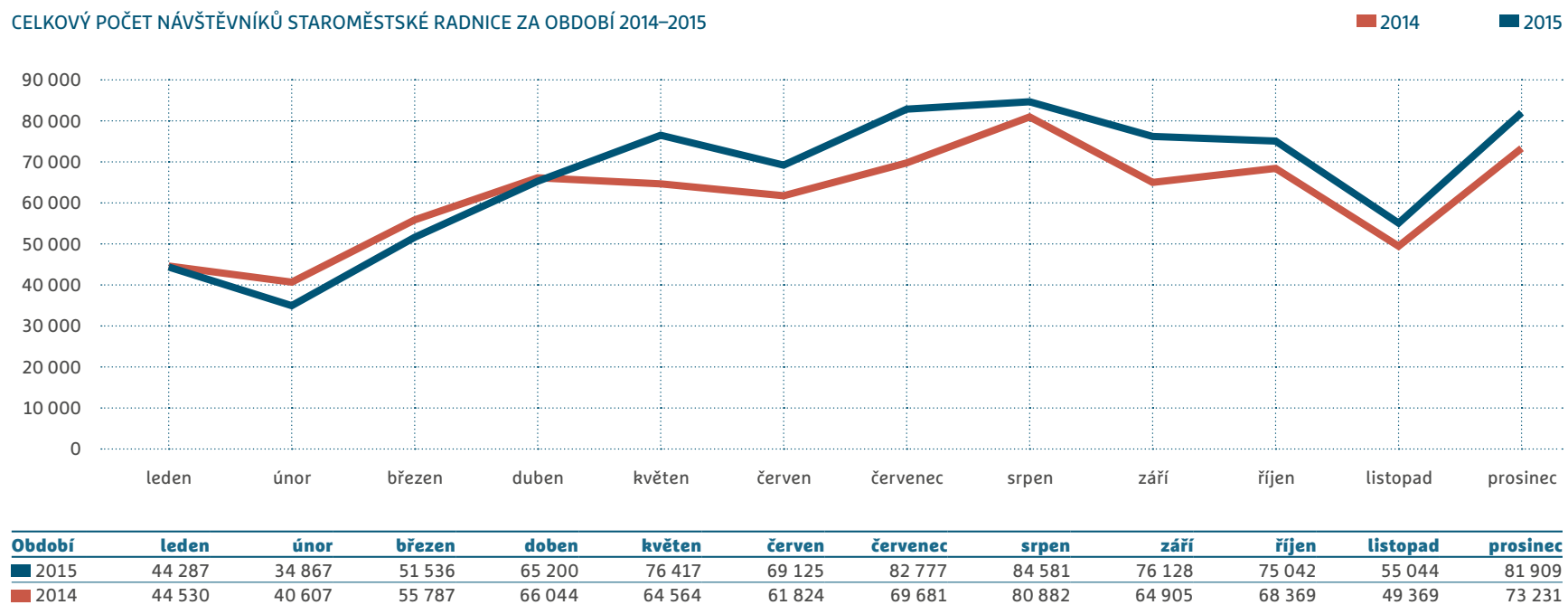
Pražská informační služba – Prague City Tourism

V září jsme zorganizovali **první ročník oslav výročí založení Staroměstské radnice**. Zájemci si mohli poprvé v historii prohlédnout celý radniční komplex včetně interiérů, které jsou běžně zcela nepřístupné. Zpřístupněna byla historická kanalizace pod radničním areálem, součástí prohlídkového okruhu se stal zcela výjimečně i dům U Minuty a svatební síň. Prohlídky interiérů doplnil bohatý doprovodný program – hudba, divadlo, vystoupení trubačů, prezentace svatebního salónu, ukázka varhanní hudby a svatebního obřadu. Akce s názvem „**Radnice dokořán**“ měla nebývalý ohlas – zúčastnily se jí více než dva tisíce lidí.

Návštěvnickou sezonu 2015 symbolicky zakončil **adventní koncert** smyčcového kvarteta, který se konal v době vánočních svátků v Jiříkově síni.

Po celý rok 2015 probíhaly velmi oblíbené **večerní prohlídky** Staroměstské radnice i tematické prohlídky pro dětské návštěvníky. Velká pozornost byla věnována i tiskovým materiálům. Od září jsou návštěvníkům radnice k dispozici nové **informační letáky** s atraktivními fotografiemi. Úplnou novinkou je pak **brožura** pro účastníky komentovaných prohlídek. Informační materiály vyšly ve 13 jazykových mutacích.

CELKOVÝ POČET NÁVŠTĚVNÍKŮ STAROMĚSTSKÉ RADNICE ZA OBDOBÍ 2014–2015



PRAŽSKÁ VLASTIVĚDA A VZDĚLÁVÁNÍ

VLASTIVĚDNÉ VYCHÁZKY

Program Pražská vlastivěda si klade za cíl vzdělávat a informovat veřejnost o dějinách Prahy a jejím stavebním vývoji. V rámci programu se konají vycházky v historickém centru Prahy i v okolních čtvrtích, včetně speciálních vycházek s použitím holí pro nordic-walking. **V roce 2015 jsme uspořádali 467 vlastivědných vycházek, kterých se zúčastnilo více než 14 000 osob.**

Průvodci z Pražské vlastivědy zajistili **dny otevřených dveří** v Poslanecké sněmovně nebo v budově Ministerstva dopravy ČR. Tradiční je spolupráce s Národním divadlem, Stavovským divadlem, Rudolfinem nebo Galerií hl. m. Prahy. Pravidelně zprostředkováváme vycházky pro Prahu 10 nebo Prahu 3, nově jsme navázali spolupráci s festivalem Pražské jaro. Roste také obliba objednávat si soukromě vycházky z nabídky Pražské vlastivědy.

V roce 2015 jsme pořádali vycházky k 600. výročí upálení mistra Jana Husa a propagovali jsme aktivnější vycházky nejen do přírody v souvislosti s marketingovým tématem Praha v pohybu. Na podzim jsme zahájili cyklus speciálních vycházek **Děti, poznejte Prahu!!!**, jenž se těší velké oblibě dětí a zájmu rodičů.

Mezi nejnavštěvovanější v roce 2015 patřily akce pro děti nebo velmi úspěšný cyklus **Dvory, dvorky, dvorečky Prahy**, který návštěvníkům zprostředkovává zážitek z poznávání méně známých pražských zákoutí.

PRAŽSKÁ VLASTIVĚDA V ČÍSLECH

počet vycházek	467
počet účastníků	14 204
počet vstupenek prodaných v předprodeji	8 305

PRŮVODCOVSKÉ VZDĚLÁVÁNÍ

Zájemci o průvodcovskou činnost si i v roce 2015 mohli vybírat z nabídky akreditovaných kurzů a průvodci z dalšího vzdělávání.

V průběhu roku jsme uspořádali 4 kurzy pro průvodce (2 kurzy Průvodce Prahou a 2 kurzy Průvodce cestovního ruchu). Ve spolupráci s Židovským muzeem v Praze jsme rovněž zorganizovali 2 kurzy Průvodce Židovského muzea.

Kromě akreditovaných kurzů jsme pořádali mezi průvodci velice oblíbené doškolovací akce. Celkem jsme připravili **94 doškolovacích akcí, jichž se zúčastnilo 1 847 průvodců**. Pro průvodce jsme opětovně na počátku roku vydali praktickou **brožuru Informace pro průvodce Prahou na sezonu 2015**.



Pražská informační služba – Prague City Tourism

V oblasti vzdělávání jsme připravili jazykové zkoušky pro pracovníky Staroměstské radnice, kteří přicházejí do styku se zahraniční klientelou.

PRŮVODCOVSKÉ VZDĚLÁVÁNÍ V ČÍSLECH

počet kurzů	6
počet kurzistů	100
počet doškolovacích akcí	94
počet účastníků doškolování	1 847
počet vydaných odznaků Průvodce Prahou	73
počet přijatých žádostí o výměnu Průkazu průvodce Prahou	445

PRAŽSKÁ UNIVERZITA PRO KAŽDÉHO

V roce 2015 jsme úspěšně pokračovali v pořádání populárně-vzdělávacích cyklů přednášek a vycházek, které si zájemci z řad široké veřejnosti oblíbili natolik, že některé cykly byly během několika dní zcela vyprodány. Pražskou univerzitu pro každého navštěvovalo ve **13 nabízených cyklech, což představovalo 138 akcí, celkem 758 posluchačů**. Posluchači mají nově možnost získávat veškeré informace o probíhajících cyklech na webových stránkách, což výrazně zefektivňuje jejich komunikaci se studijním oddělením.

PRAŽSKÁ UNIVERZITA PRO KAŽDÉHO V ČÍSLECH

počet nabízených cyklů	13
počet pořádaných akcí	138
počet posluchačů	758

Knihovna

Knihovna PIS – PCT spravuje fond o 12 000 svazcích, dostupný pro průvodce či kurzisty, ale i pro širší odbornou veřejnost. V roce 2015 došlo k její celkové aktualizaci a inventarizaci, čímž se značně zvýšila kvalita fondu. Během roku

bylo zaregistrováno 50 nových čtenářů. Katalog knih je možné nalézt on-line na korporátních stránkách organizace.

Statistiky a analýzy

Jedním ze stěžejních výchozích bodů pro činnost organizace, zejména pro sektor marketingu, jsou výstupy oddělení statistiky a analýz. Kromě každodenní dílčí aktualizací činnosti vydal statistický úsek po skončení každého čtvrtletí na základě dat zveřejněných ČSÚ podrobnou analýzu příjezdového cestovního ruchu v Praze. V jarních měsících byly zpřístupněny údaje o návštěvnosti pražských památek, atrakcí a důležitých kulturních akcí za rok 2014.

Od konce roku 2014 statistické oddělení spolupracuje s firmou GfK Czech na tříletém výzkumném projektu Srovnávací analýza v příjezdovém cestovním ruchu v Praze 2014–2017. Další informace k tomuto projektu najdete v samostatné kapitole na straně 40.

Zásadní materiály vhodné pro odbornou veřejnost, novináře i studenty cestovního ruchu jsou pravidelně publikovány v české a anglické verzi na internetových stránkách www.praguecitytourism.cz.

Statistické oddělení také pravidelně přispívá do rakouského informačního systému TourMIS, z jehož databáze čerpají i mezinárodní organizace jako European Cities Marketing nebo European Travel Commission.

PRŮZKUM MEZI NÁVŠTĚVNÍKY PRAHY

PIS – PCT chce poskytovat návštěvníkům Prahy co nejvyšší kvalitu servisu, což není možné bez detailních informací o těch, kdo k nám přijíždějí. Proto jsme v prosinci 2014 zahájili ve spolupráci s firmou specializující se na výzkum trhu a veřejného mínění GfK Czech tříletý průzkumný projekt **Srovnávací analýza v příjezdovém cestovním ruchu v Praze 2014–2017**.

Během roku 2015 proběhly první dvě vlny terénního šetření mezi návštěvníky Prahy. Výsledky průzkumu jsou zatím pouze dílčí, postupně budou ověřeny ještě dalšími čtyřmi vlnami dotazování. Po skončení posledního kola průzkumu bude vypracována kompletní srovnávací studie, která shrne výsledky analýz z uskutečněných šetření za léta 2014 až 2017.

Cílem výzkumu je rozšířit oficiální informace z oblasti cestovního ruchu od ČSÚ a zjistit zejména:

- co motivuje zahraniční i domácí návštěvníky k cestě do Prahy
- důvody jejich pobytu v Praze
- strukturu výdajů a použitých služeb
- zda jsou hosté s návštěvou spokojeni
- co se jim tu nejvíce líbí
- co by chtěli zlepšit
- zda se do Prahy vrací
- odkud čerpají informace
- jak dalece jsou ochotni využívat moderní technologie

Metoda a cílová skupina

Záměrem je zaznamenat a vyhodnotit názory co nejpestřejšího vzorku návštěvníků hlavního města České republiky. Do dotazování jsou kromě turistů zahrnuti rovněž jednodenní návštěvníci Prahy i osoby tranzitující; rezidenti i nerezidenti. Minimální věková hranice je 15 let.

Cílové osoby pro průzkum jsou osločovány v předem určených 26 lokalitách na základě náhodného výběru při použití metody TAPI (Tablet Aided Personal Interviewing) – osobní dotazování za pomoci tabletů.

40

Účastníci průzkumu odpovídají až na 21 otázek, z nichž část slouží zejména k dalšímu třídění respondentů a část je zaměřena na konkrétní chování dotazovaných. Aby se do průzkumu mohlo zapojit maximum zdrojových trhů, je k dispozici celkem 12 jazykových verzí dotazníku.

Respondenti

Prvních dvou vln dotazování se zúčastnilo celkem 3 078 respondentů ze 100 zemí světa.

	Období	Počet respondentů	Počet zemí
1. vlna	prosinec 2014 – leden 2015	1 543	85
2. vlna	červen – červenec 2015	1 535	88

Nejpočetněji byli zastoupeni návštěvníci států, ze kterých do Prahy tradičně proudí nejvíce hostů (Německo, Itálie, Francie, Spojené království, USA). V každém kole však může mít stejnou státní příslušnost nejvýše 120 osob. Celkově převažovali Evropané, zaznamenány však byly i názory z tak exotických míst, jakými jsou např. Nová Kaledonie, Guatemala, Malajsie, Súdán či Uganda.

V obou kolech byla nejpočetněji zastoupena věková kategorie respondentů 20–29 let, v letním období však byla celkově věková struktura respondentů rovnoměrnější. Z tohoto důvodu přinesla druhá vlna dotazování i větší množství názorů starší generace. Struktura zúčastněných dle pohlaví byla v obou kolech vyrovnaná.

Z prvních dvou etap dotazování vyplývá, že určité rozdíly v odpovědích podle ročního období sice existují, ale nejsou nijak propastné.

Hlavní cíl cesty

Vysoké procento návštěvníků si Prahu volí pro svoji dovolenou jako jedinou destinaci, i když v porovnání obou období byla návštěva české metropole v létě častěji spojena s návštěvou dalších míst v Evropě. Nejčastěji je Praha kombinována s Vídní, Budapeští a Berlínem. Do jiných míst České republiky mířilo

Pražská informační služba – Prague City Tourism

podstatně méně hostů. Mezi favority v tomto směru patří Český Krumlov, Karlovy Vary, Kutná Hora a Brno.

Pořadí, důvod a pohnutka cesty

Převážná většina osob ze zkoumaného vzorku – bezmála tři čtvrtiny – byla v Praze poprvé. Cesty do Prahy, podmíněné pracovními záměry, výrazně zaostávaly za cestami soukromými. Nejvíce návštěvníků k nám přijelo za památkami, historií a architekturou, všechny ostatní důvody dosáhly nápadně nižších hodnot.

V obou vlnách se většina hostů rozhodla pro cestu do Prahy na základě doporučení příbuzných a známých, kteří zde byli již dříve. V zimním období byly druhou hlavní pohnutkou vlastní zkušenosti z minulé návštěvy, v létě naopak lokace – tzv. šikovná poloha města.

Praha je destinací, do které výrazná převaha návštěvníků přijíždí neorganizovaně, pokud se sem vydají s cestovní kanceláří, je to téměř vždy zahraniční subjekt.

Informační zdroje a využívání moderních technologií

Hlavním informačním zdrojem před započítáním cesty byl internet, z kterého čerpalo inspiraci v zimním kole dotazování 65% osob, v letním dokonce 76%. Recenze z cestovatelských portálů typu TripAdvisor a sociální sítě přitom předčily návštěvnost oficiálních webových stránek města či České republiky. V průběhu pobytu byly nejčastěji využívány elektronické informace a papírová mapa, takřka třetina hostů také nahlížela do knižního průvodce.

Využívání mobilních telefonů a internetu během pobytu bylo ze strany zahraničních hostů v letní sezoně nižší. Ve všech věkových kategoriích jsou zastoupeni lidé, kteří moderní technologie používají hodně i ti, kteří je nepoužívají vůbec. Nejaktivnější v této oblasti jsou osoby ve věku 30–39 let. Mnohem více mobilní telefony a internetové připojení trvale používají lidé na obchodní cestě než lidé na dovolené. V obou vlnách se od ostatních národů vysoce nadprůměrným využitím techniky výrazně odlišovali Češi.

Spokojenost se službami

Respondenti hodnotili celkem devět druhů služeb, přičemž ve většině oblastí převládala spokojenost. Nejvíce kladných bodů získaly městská hromadná doprava, bezpečnost a péče o pořádek. Pozitivně vnímány jsou i služby turistických informačních center a průvodců. Přestože v žádné ze sledovaných oblastí nepřevládala nespokojenost, nelze opominout kritické hlasy hodnotící taxislužby, směnárny, orientační a navigační systém v Praze a jazykovou vybavenost a vstřícnost lidí ve službách.

Výdaje

Sledovány byly rovněž výdaje návštěvníků během pobytu. Nezapočítáme-li do výsledné částky výdaje za cestu do Prahy, je nejvýraznější výdajovou složkou ubytování. Celkově finančně nejnáročněji pojímali dobu strávenou v české metropoli hosté z Ruska. Útrata v zimním období byla obecně vyšší než v letním. Dva nejčastější způsoby výměny peněz jsou přitom výběr z bankomatu a výměna ve směnárně v České republice.


Oblíbená místa

Mezi nejoblíbenější místa v Praze patří především nejznámější památky – Pražský hrad a Karlův most. Vysoce hodnoceno je i Staroměstské náměstí a Staré Město jako celek. V letním období návštěvníci méně často jmenovali místa mimo centrum a klasické turistické trasy.

Návrat do Prahy

Přes 80% návštěvníků má v úmyslu se do Prahy vrátit, 51% dokonce rozhodně ano. Množství osob, které vědí, že již znovu přijet nechtějí, je velice nízké. Nejčastějším důvodem odmítání návratu je fakt, že jim Praha nepřipadá jako město dostatečně zajímavé pro (další) samostatnou návštěvu.

Základní výsledky z průzkumu byly zveřejněny na internetových stránkách www.praguecitytourism.cz, kde se v průběhu roku 2016 objeví i dílčí výsledky z dalších dvou kol dotazování.



V roce 2015 dosáhla Praha v příjezdovém cestovním ruchu historického rekordu. Celkem ji navštívilo 6 573 349 turistů, což je o 7,8 % více než v roce předchozím. Nejvíce turistů přijelo z Německa, USA a Velké Británie.



ROK 2015 V ČÍSLECH PRAŽSKÉ INFORMAČNÍ SLUŽBY – PRAGUE CITY TOURISM

- 2 344 758** návštěv webového portálu www.prague.eu ze 183 zemí světa
- 1 586 395** návštěvníků turistických informačních center
- 1 392 100** ks vydaných turistických brožur, map a letáků
- 796 913** návštěvníků Staroměstské radnice
- 796 895** zodpovězených dotazů v turistických informačních centrech
- 134 866** fanoušků na Facebooku Prague.eu
- 84 581** osob je rekordní měsíční návštěvnost Staroměstské radnice
- 40 000** ks Prague Card prodaných prostřednictvím PIS – PCT
- 14 204** účastníků vlastivědných vycházek
- 14 000** ks turistických brožur, map a letáků objednaných přes náš e-shop
- 6 424** návštěv denně na portálu www.prague.eu (průměr)
- 5 320** km najetých s mobilním informačním centrem
- 2 630** vyřízených písemných a telefonních dotazů
- 1 155** akcí zajištěných dispečinkem průvodců
- 758** účastníků Pražské univerzity pro každého
- 467** uspořádaných vlastivědných vycházek
- 350** výstupů v domácích médiích týkajících se PIS – PCT
- 330** zahraničních novinářů, jimž jsme poskytli služby
- 113** zorganizovaných fam tripů a press tripů
- 95** členů klubu VIP průvodců
- 94** doškolovacích akcí pro průvodce
- 11** veletrhů v ČR i v zahraničí s účastí PIS – PCT
- 8** jazykových mutací má turistický portál www.prague.eu
- 6** turistických informačních center ve správě PIS – PCT



Pražská informační služba – Prague City Tourism

HOSPODAŘENÍ PRAŽSKÉ INFORMAČNÍ SLUŽBY – PRAGUE CITY TOURISM V ROCE 2015

Hlavní činnost

Hlavní činnost Pražské informační služby – Prague City Tourism (PIS – PCT) byla v roce 2015 charakterizována úzkou provázaností s marketingovým plánem roku 2015, jehož hlavními pilíři byly vysoutěžené významné veřejné zakázky z předchozích let, zejména propagace Prahy v oblasti cestovního ruchu na internetu a na sociálních sítích. Tento projekt se skládá ze dvou velkých veřejných zakázek v celkové hodnotě 50 mil. Kč pro roky 2014–2017, přičemž obě zakázky vytvořily marketingovou strategii, zejména v oblasti sociálních sítí. Výsledky obou těchto velkých zakázek jsou průběžně monitorovány, vyhodnocovány a prezentovány.

Dále naše organizace realizovala řadu menších, avšak rovněž významných marketingových projektů, jakými byly aktivní turistika, Praha v pohybu, Film v Praze nebo stále aktuální pronájem reklamní plochy na letadle ČSA. Nutno zmínit také účast na významných domácích a mezinárodních konferencích a veletrzích (MITT Moskva, WTM Londýn, ITB Berlín) a MICE veletrzích (IMEX Frankfurt, ibtm world Barcelona) a pořádání fam tripů a press tripů.

Z finančního pohledu byl rok 2015 velmi úspěšný, protože se organizaci podařilo držet náklady na rozpočtované úrovni a současně se povedlo oproti rozpočtu navýšit výnosy organizace, a to jak v hlavní, tak i ve vedlejší činnosti. Hospodářský výsledek v hlavní činnosti skončil velkou úsporou ve výši 10,2 mil. Kč a v doplňkové činnosti ziskem ve výši 2,5 mil. Kč. Z této získané finanční úspory se bude postupně financovat velký projekt Efektivní propagace a kontinuální marketingová podpora sedmi významných kulturních akcí (Mezinárodní hudební festival Pražské jaro, SIGNAL Festival, DesignBlok, Pražský mezinárodní maraton, Letní Letná, FebioFest a United Islands of Prague).

V průběhu roku 2015 PIS – PCT několikrát bojovala s platební neschopností, a to hned v 1. čtvrtletí, kdy organizace potřebovala daleko vyšší zdroj příjmu, protože bylo potřeba investovat do přípravy mnoha činností, které s sebou nese hlavní turistická sezona. A dále pak ve 4. čtvrtletí, kdy bylo nutné dofinancovat a vyúčtovat celoroční marketingové projekty.

V hlavní činnosti dosáhla PIS – PCT v roce 2015 výnosů ve výši 78 mil. Kč, čímž byl plánovaný roční rozpočet překročen o 24%. Zásadní část výnosů tvořil příjem ze vstupného na Staroměstskou radnici, kterou vlastní hlavní město Praha a PIS – PCT zajišťuje turistický provoz. V roce 2015 byl vytvořen rekord v počtu návštěvníků této historické památky, do níž zavítalo celkem 796 913 lidí.

Celkové náklady skončily ve výši 105 mil. Kč, což je překročení upraveného ročního rozpočtu o 5%. Největšími z nákladových položek byly marketingové projekty a propagace a dále osobní náklady.

Doplňková činnost

Hlavním zdrojem příjmů v doplňkové činnosti byl projekt Prague Card, který vytvořil kladný hospodářský výsledek ve výši 2,7 mil. Kč. Dalšími zdroji příjmů byly komisioní prodeje služeb a zboží v turistických informačních centrech a na Staroměstské radnici a prodeje z našeho e-shopu. Součástí Prague Card byla v roce 2015 poprvé také 2, 3 nebo 4denní jízdenka na městskou hromadnou dopravu.

Z finančního pohledu dosáhla organizace zisku ve výši 2,5 mil. Kč, což je oproti plánovanému rozpočtu o 235% více. Celkové výnosy byly 45 mil. Kč, což je oproti plánovanému rozpočtu o 438% více.

Celkové náklady PIS – PCT v doplňkové činnosti byly 42 mil. Kč, což je nárůst nákladů oproti ročnímu rozpočtu o 461%. Zde musíme podotknout, že v ročním rozpočtu se ještě nepočítalo s projektem Prague Card, který se začal realizovat až od dubna 2015.

ROZBOR HOSPODAŘENÍ PIS – PCT ZA ROK 2015

HLAVNÍ ČINNOST

v tis. Kč

	Rozpočet 2015	Skutečnost 2015	% plnění k rozpočtu	Skutečnost 2014
VÝNOSY celkem	63 000,0	78 293,0	124 %	68 278,0
z toho:				
ze vstupného	59 500,0	72 665,0	122 %	59 414,0
z prodeje služeb	3 000,0	5 337,0	178 %	8 283,0
ostatní výnosy	500,0	291,0	58 %	581,0
NÁKLADY celkem	100 341,4	105 403,0	105 %	134 579,0
z toho vybrané položky				
Spotřebované nákupy	4 835,0	3 947,0	82 %	9 498,0
z toho:				
spotřeba materiálu	3 635,0	3 254,0	90 %	8 384,0
spotřeba energie	1 200,0	693,0	58 %	684,0
Služby	49 131,5	44 049,0	90 %	63 384,0
z toho:				
opravy a udržování	1 500,0	329,0	22 %	1 430,0
cestovné	1 000,0	840,0	84 %	1 007,0
náklady na reprezentaci	250,0	92,0	37 %	2 195,0
nájemné a služby nebytových prostor	2 000,0	1 881,0	94 %	1 760,0
úklid	700,0	481,0	69 %	416,0
výkony spojů	800,0	962,0	120 %	824,0
ostraha objektů	700,0	782,0	112 %	127,0
propagace	35 333,5	29 898,0	85 %	46 149,0
Osobní náklady	33 178,9	36 454,0	110 %	32 384,0
z toho:				
mzdové náklady	21 060,0	20 917,0	99 %	18 454,0
ostatní osobní náklady	4 023,5	6 441,0	160 %	5 815,0
zákonné sociální pojištění	7 160,4	8 144,0	114 %	7 242,0
zákonné sociální náklady - FKSP	210,0	209,0	100 %	185,0
Daně a poplatky	150,0	339,0	226 %	211,0

ROZBOR HOSPODAŘENÍ PIS – PCT ZA ROK 2015
HLAVNÍ ČINNOST (pokračování)

v tis. Kč

	Rozpočet 2015	Skutečnost 2015	% plnění k rozpočtu	Skutečnost 2014
Ostatní náklady	0,0	4 231,0		13 178,0
z toho:				
smluvní pokuty a úroky z prodlení	0,0			0,0
jiné pokuty a penále	0,0			95,0
manka a škody	0,0			0,0
Odpisy dlouhodobého majetku	4 835,0	3 933,0	81 %	4 531,0
z dotace HMP	4 835,0	3 933,0	81 %	4 531,0
ze státní dotace a zahraničí	0,0			0,0
Drobný dlouhodobý majetek	1 900,0	704,0	37 %	1 163,0
Daň z příjmů	6 311,0	11 746,0	186 %	10 230,0
Hospodářský výsledek	-37 341,4	-27 110,0	73 %	-66 301,0
Neinvestiční příspěvek	37 341,4	37 341,4	100 %	66 771,0
Státní dotace	0,0			
Ostatní	0,0			
Celkový výsledek hospodaření	0,0	10 231,4		470,0

(+ zisk, – ztráta)

ROZBOR HOSPODAŘENÍ PIS – PCT ZA ROK 2015
DOPLŇKOVÁ ČINNOST

v tis. Kč

	Rozpočet 2015	Skutečnost 2015	% plnění k rozpočtu	Skutečnost 2014
VÝNOSY celkem	10 200	44 650	438 %	9 235
tržby za prodané zboží		38 977		
NÁKLADY celkem	9 146	42 171	461 %	8 775
z toho vybrané položky				
Spotřebované nákupy	3 000	36 144	1 205 %	3 647
z toho:				
spotřeba materiálu	250	101	40 %	260
spotřeba energie	60	35	58 %	43
prodané zboží	0	36 008		
Služby	2 780	2 815	101 %	2 570
z toho:				
opravy a udržování	50	14	28 %	77
cestovné	30	15	50 %	25
nájemné a služby nebytových prostor	140	142	101 %	143
úklid	50	40	80 %	28
výkony spojů	100	48	48 %	45
Osobní náklady	2 386	2 068	87 %	1 739
z toho:				
mzdové náklady	1 480	1 294	87 %	1 115
ostatní osobní náklady	365	247	68 %	228
zákonně sociální pojištění	503	473	94 %	356
zákonně sociální náklady - FKSP	15	13	87 %	11
Daně a poplatky	5	18	360 %	6

ROZBOR HOSPODAŘENÍ PIS – PCT ZA ROK 2015
DOPLŇKOVÁ ČINNOST (pokračování)

v tis. Kč

	Rozpočet 2015	Skutečnost 2015	% plnění k rozpočtu	Skutečnost 2014
Ostatní náklady	0	13		19
z toho:				
smluvní pokuty a úroky z prodlení	0	0		0
jiné pokuty a penále	0	0		0
manka a škody	0	0		0
Odpisy dlouhodobého majetku	650	496	76 %	513
z toho:				
z budov a staveb	0	0		0
zařízení	650	496	76 %	513
Drobný dlouhodobý majetek	75	10	13 %	53
Daň z příjmů	250	607	243 %	228
HOSPODÁŘSKÝ VÝSLEDEK	1 054	2 479	235 %	460

(+ zisk, – ztráta)

CESTOVNÍ RUCH V PRAZE V ROCE 2015

Praha dosáhla v roce 2015 v oblasti incomingu dalšího významného nárůstu, přičemž **byl překonán** jak dosavadní **rekord v počtu hostů** ubytovaných v hromadných ubytovacích zařízeních (HUZ), tak i **počet jejich přenocování**. Obě sledované hodnoty přitom každoročně stoupají již od roku 2012, od kterého existují srovnatelné časové řady.

V průběhu roku 2015 zaznamenala pražská HUZ příjezd celkem **6 573 349 návštěvníků**, kteří zde strávili **15 907 932 nocí**. Podíl zahraničních hostů na celkové návštěvnosti činil s 5 679 602 příjezdy 86,4 %, Čechů se v Praze ubytovalo 893 747 – tj. 13,6 %.

Rok 2015 přinesl výrazný úspěch z hlediska příjezdového cestovního ruchu celé České republiky. Praha byla stejně jako v předcházejících letech nejnavštěvovanějším krajem. Zavítalo sem 65,4 % z celkového počtu zahraničních návštěvníků ČR.

Celkový meziroční přírůstek počtu hostů české metropole v roce 2015 činil 477 334 osob (7,8 %), na čemž se významně podíleli zahraniční i domácí návštěvníci Prahy. Rezidentů přijelo více o 112 786 (14,4 %), nerezidentů přibýlo 364 548 (6,9 %). K nárůstu počtu hostů v celkovém vyjádření i v kategorii nerezidenti dochází v měsíčních porovnáních nepřetržitě již od června 2014, ve skupině rezidenti pak od listopadu 2014.

Z hlediska sezonnosti vévodilo v počtu příjezdů i v počtu přenocování celému roku tradičně 3. čtvrtletí. Měsícem, který dokázal celkově přilákat hostů nejvíce, se stal opět srpen. Ve 3. čtvrtletí bylo dosaženo i nejvyššího přírůstku v počtu hostů, v tomto ohledu celému roku dominoval jednoznačně červenec. Nejslabší bylo 1. čtvrtletí a měsíc leden.

Méně oblíbené jsou letní měsíce u kategorie rezidentů, která si obvykle Prahu za svůj cíl vybírá zejména v období adventu a Vánoc. Svého celoročního maxima dosáhly příjezdy domácích návštěvníků Prahy v listopadu.

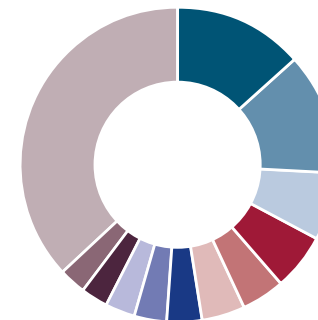
Nejvíce zahraničních návštěvníků přijelo v souladu s dlouhodobým vývojem z **Německa**. Jednalo se o 821 561 osob, což představuje meziroční přírůstek 88 320 hostů (12,0 %). Němcům tak patří první příčka jak z hlediska počtu příjezdů, tak i z hlediska celkového přírůstku v návštěvnosti. Druhé pořadí získaly **USA**, které ovšem za prvním místem zaostávají o 375 177 návštěvníků. Třetí nejvýznamnější zdrojovou zemí bylo **Spojené království Velké Británie a Severního Irsku** s 379 745 hosty.

Složení zemí TOP 10 se v porovnání s předcházejícím rokem sice nezměnilo, došlo zde ale k několika změnám v pořadí. Nejmarkantnější je **posun Ruska z druhého na páté místo**, pozíci si naopak upevnil USA, Velká Británie nebo Čína.

V návaznosti na vývoj v roce 2014 i během celého roku 2015 docházelo k výraznému úbytku příjezdů z Ruska, který nezastavil ani měsíc prosinec.

NÁVŠTĚVNÍCI Z HLAVNÍCH ZDROJOVÝCH ZEMÍ V ROCE 2015

Země	Počet hostů	Podíl hostů v %
Rezidenti	893 747	13,6
Německo	821 561	12,5
USA	446 384	6,8
Velká Británie	379 745	5,8
Itálie	304 817	4,6
Rusko	292 156	4,4
Slovensko	238 294	3,6
Francie	213 698	3,3
Čína	196 563	3,0
Polsko	193 408	2,9
Španělsko	180 852	2,8
Ostatní země	2 412 124	36,7
celkem	6 573 349	100,0



Jednou ze stěžejních výhod Prahy je stále se prohlubující diverzifikace zdrojových trhů. Ztráty v příjezdech z jedné oblasti jsou plynule nahrazovány zvyšováním počtu návštěvníků z ostatních regionů, přičemž opravdu výrazná dynamika **meziročního růstu** je patrná zejména u **Jižní Koreje** (+44,1 %) nebo **Číny** (+31,6 %). Velmi perspektivně se jeví **zvýšený zájem Izraelců** (+23,7 %), u nichž je nespornou předností jedna z nejdelších průměrných dob pobytu.

Při pohledu na jednotlivé oblasti světa tvořily rozhodující podíl zahraniční návštěvnosti příjezdy z Evropy – 65,1 %. Podíl hostů z Asie činil 15,3 %, účast samotného Ruska byla 5,1 %, Severní Amerika zajistila 9,1 % a Jižní Amerika 2,9 % hostů. Australanů přijelo 1,7 % a Afričanů 0,7 %.

Pokud budeme pro porovnání přírůstků návštěvnosti z jednotlivých regionů Rusko sledovat jako samostatnou oblast, byl ve svém souhrnu nejvyšší přírůstek Evropanů s hodnotou 266 743 osob, i když vzestup počtu Asijců o 205 176 hostů o mnoho nezaostává. Rusů se však do Prahy meziročně podívalo o 181 415 méně.

Celkový **počet přenocování** uskutečněných během roku 2015 v pražských hromadných ubytovacích zařízeních se v porovnání s rokem 2014 **zvýšil o 1 157 645 noclehů (7,8 %)**. Nárůst přenocování ze strany cizinců byl zaevidován ve výši 937 905 noclehů (7,0 %), domácí návštěvníci strávili v Praze meziročně o 219 740 nocí (16,1 %) více. Podíl nerezidentů na celkové sumě přenocování činil 90 %, podíl rezidentů 10 %.

Nejvyšší počet nocí v české metropoli strávili návštěvníci z Německa. Rusku i přes obrovský celkový úbytek přenocování patří druhá pozice, což je dáno výrazně dlouhou délkou pobytu, která u příslušníků tohoto národa činila průměrně 4,9 dní. Třetí USA však zaostávají za Ruskem jen o necelých 30 tisíc noclehů.

Zatímco podíl počtu hostů z Evropy na celkovém počtu nerezidentů a podíl počtu jejich přenocování na celku jsou procentuálně takřka totožné, u Asijců vzhledem k obecně krátké době jejich pobytu existuje při porovnání těchto kategorií zřetelný rozdíl. Návštěvníci z Asie sice tvořili 15,3 % všech zahraničních hostů, ale realizovali v Praze jen 13,4 % veškerého zahraničního přenocování. U Ruska jako samostatné oblasti je tomu právě naopak. Rusové představovali sice jen 5,1 % zahraničních hostů, ale zajistili 7,9 % všech zahraničních ubytování.

Z celkového počtu 52 sledovaných zemí a území u 43 z nich zaznamenal ČSÚ přírůstky množství hostů a pouze u devíti byl zaznamenán úbytek příjezdů do Prahy.

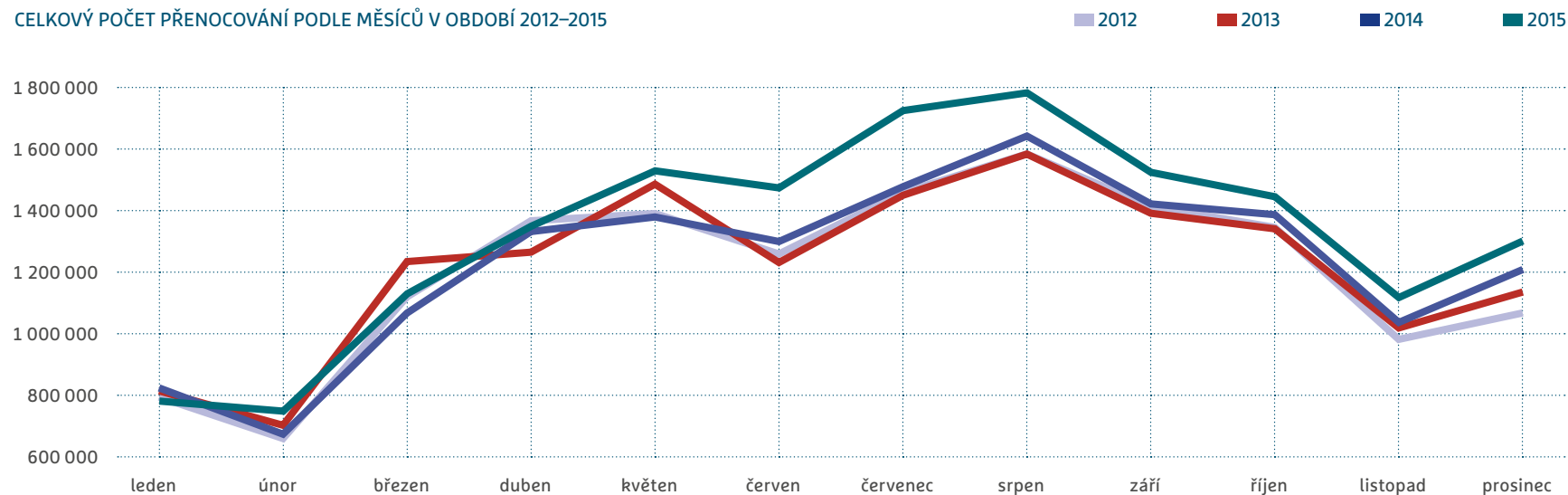
Celková **průměrná doba přenocování** dosáhla hodnoty **2,4 noci**; v kategorii nerezidentů 2,5 noci, ve skupině rezidentů 1,8 noci. Meziročně tak zůstala nezměněna.

Praha eviduje v současné době 757 hromadných ubytovacích zařízení, 40 520 pokojů, 87 961 lůžek a 967 míst pro stany a karavany.

V porovnání s předcházejícím rokem vzrostlo i čisté využití lůžek, které dosáhlo hodnoty 55,2 %. Pokoje byly využity na 62,1 %. Nejvyšší míru využití lůžek a pokojů vykazují pětihvězdičkové hotely.

Graf znázorňující vývoj celkového počtu přenocování v Praze v období 2012–2015 najdete na následující straně.


CELKOVÝ POČET PŘENOCOVÁNÍ PODLE MĚSÍCŮ V OBDOBÍ 2012–2015



Počet přenocování	2012	2013	2014	2015
leden	794 536	814 469	824 452	781 292
únor	659 999	702 912	674 103	748 645
březen	1 120 009	1 234 490	1 067 408	1 129 836
duben	1 366 955	1 265 000	1 331 917	1 349 328
květen	1 390 664	1 485 781	1 379 294	1 529 220
červen	1 259 224	1 231 606	1 299 527	1 473 757
červenec	1 459 026	1 449 643	1 477 456	1 724 853
srpen	1 583 932	1 583 563	1 641 918	1 782 512
září	1 413 496	1 391 402	1 421 702	1 524 330
říjen	1 345 597	1 340 864	1 386 672	1 445 161
listopad	981 944	1 018 911	1 037 010	1 117 660
prosinec	1 067 761	1 135 641	1 208 828	1 301 338
Celkem za rok	14 443 143	14 654 282	14 750 287	15 907 932







**Návštěvnost Prahy ze strany rezidentů
zaznamenává stoupající trend. Během roku 2015
zavítalo do Prahy 893 747 domácích návštěvníků,
což je o 14,4 % více než v roce 2014.**

VÝHLED PIS – PCT DO ROKU 2016

V roce 2016 se PIS – PCT zaměří především na marketing akcí a míst spojených se 700. výročím narození Karla IV., jehož vláda byla obdobím největšího stavebního i kulturního rozkvětu Prahy. V souvislosti s výročím se v Praze bude konat několik jedinečných akcí, především výstav, které mají dobrou šanci zaujmout kulturně a historicky orientované návštěvníky. Karlovské téma budeme propagovat v souladu s kampaní agentury CzechTourism, která jej pro tento rok rovněž zvolila za stěžejní.

S karlovskou tematikou souvisí i sekundární marketingové téma roku 2016, a to propagace současné vinné scény v Praze, která se velmi dynamicky rozvíjí. Úspěch našich materiálů zaměřených na současnou pivní gastronomii v Praze nám ukázal, že gastronomická témata jsou pro návštěvníky atraktivní a téma vína je vysoce relevantní zejména pro francouzský, ale i další evropské trhy.

Vzhledem k udělení titulu Praha – evropské hlavní město sportu 2016 bude pokračovat i propagace sportovních aktivit ve městě. Průběžně budeme aktualizovat a doplňovat rozsáhlý web www.prahavpohybu.eu s jeho databází sportovišť, služeb a sportovních akcí. Vydáme i brožuru věnovanou pěším turistickým trasám v Praze, které návštěvníky zavedou na kouzelná místa mimo historické centrum města.

Marketing bude v roce 2016 dílčím způsobem reflektovat i 100. výročí úmrtí císaře Františka Josefa I.

Naše marketingová činnost neopomene ani propagaci dalších témat. O anglickojazyčnou verzi rozšíříme úspěšný web www.filmvpraze.cz a vytvoříme i speciální mikrostránku věnovanou romantickým a svatebním dovoleným, což je střednědobé marketingové téma. Již koncem roku 2015 jsme spustili mikrostránku k výročí Karla IV., která bude dále doplňována, aktualizována a obohacena o další jazykové verze.

Ve spolupráci s Letištěm Praha a Českým Aeroholdingem otevřeme v roce 2016 na Terminálu 1 zbrusu nové návštěvnícké centrum (Visitor Centre) s rozší-

řenou nabídkou turistických služeb soustředěných do jednoho místa příletové haly. Návštěvníci tak budou mít k dispozici všechny běžné turistické služby na jednom místě v moderním prostředí. V turistických informačních centrech plánujeme další zkvalitnění jejich vizualizace a poskytovaných služeb odpovídající evropským trendům. V rámci působení v expertní skupině při ECM navážeme bližší spolupráci s evropskými turistickými informačními centry.

Spolu s našimi tradičními partnery (MHMP, CzechTourism, PCB) i samostatně se zúčastníme několika významných veletrhů, prezentací a dalších akcí zaměřených na cestovní ruch, např. Ferien-Messe Wien, Holiday World, ITB Berlín, IMEX Frankfurt, WTM Londýn, ibtm world Barcelona, Dny Prahy v Bratislavě, Czech Travel Market aj.

Prezentaci turistické destinace Praha na webu www.prague.eu rozšíříme o další jazykové verze, a to francouzskou a japonskou. Web tak bude dostupný již v 10 jazycích. Turisté ze všech pro Prahu zajímavých zdrojových destinací tak zde najdou potřebné informace ve svém rodném jazyce. Novinkou budou zkrácené jazykové verze pouze se základními informacemi, které budou mít uvítací charakter; kromě slovenštiny, ukrajinštiny, maďarštiny, portugalské, hebrejštiny a arabštiny počítáme i s nordickými jazyky.

I v ediční činnosti se zaměříme na hlavní téma roku, tj. výročí Karla IV. V únoru vydáme brožuru Praha Karla IV. – 700 let v řadě jazykových verzí. Brožura přiblíží tuto historickou osobnost, její význam pro evropské dějiny i pro město samotné a přinese i kalendář s nejdůležitějšími akcemi, které se v Praze budou k výročí konat.

V reedici vyjde oblíbený a již rozebraný Pivní průvodce Prahou, tentokrát se 2 novými jazykovými verzemi – německou a ruskou. V 11 jazykových verzích vydáme novou skládací mapu města. Velké změny doznají pravidelné kulturní čtvrtletníky – budou mít dvojnásobný rozsah a kromě obvyklého přehledu akcí upozorní formou článků na zajímavá aktuální či sezonní pražská témata.

Pražská informační služba – Prague City Tourism

Staroměstská radnice také v roce 2016 podpoří svým programem hlavní marketingové téma (Karel IV.), věrna zůstane i tradičně oblíbeným akcím (den otevřených dveří) a rozšíří nabídku tematických prohlídek historické budovy. Bude optimalizován systém prodeje vstupenek do radnice, nákupem nové IT techniky zajistíme návštěvníkům větší komfort a rychlejší odbavení při vstupu do objektu. Velké stavebně-provozní změny lze očekávat v souvislosti s plánovanou ideovou rekonstrukcí celé Staroměstské radnice.

V oblasti Pražské vlastivědy se zaměříme na nová zajímavá místa v metropoli, s nimiž budeme návštěvníky i obyvatele Prahy seznamovat na vlastivědných vycházkách. I v této naší činnosti budeme reflektovat hlavní téma roku 2016, tj. karlovské výročí. Naším cílem bude také rozvoj spolupráce s dalšími památkovými objekty. Plánujeme zahájit nový semestrální cyklus vycházek pro děti.

Na jaro a na podzim opět chystáme již tradiční a velmi přínosnou roadshow po České republice, kde budeme s naším mobilním informačním centrem propagovat turistickou destinaci Praha. Mimo jiné zavítáme do Brna, Ostravy, Karlových Varů, ale i dalších míst; plánujeme rovněž výjezdy za hranice České republiky. Již v únoru 2016 se s mTIC zúčastníme veletrhu cestovního ruchu Holiday World na pražském Výstavišti.

Dalšími dvěma vlnami bude pokračovat průzkum mezi návštěvníky Prahy, na němž v rámci tříletého projektu Srovnávací analýza v příjezdovém cestovním ruchu v Praze 2014–2017 spolupracujeme s firmou GfK Czech. Dílčí výsledky a analýzy budou zveřejněny na webových stránkách organizace.



Výroční zpráva 2015

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

Arbesovo nám. 70/4 / Praha 5 / 150 00

www.prague.eu

Sazba a grafický návrh: © Dynamo design s.r.o.

Tisk: 24print s.r.o. divize iDigitisk



ooh ryzí emoce
Prague