

Wow ryzí emoce Prague

Výroční zpráva 2016
Prague City Tourism

2016 Annual Report
Prague City Tourism

Prague
City Tourism

Výroční zpráva 2016 **Prague City Tourism**

2016 Annual Report
Prague City Tourism



OBSAH

4 ÚVODNÍ SLOVO ŘEDITELKY ORGANIZACE

6 PROFIL ORGANIZACE

6 O nás

8 Organizační struktura

12 MARKETING A PUBLIC RELATIONS

13 Marketingová témata a projekty

15 On-line kampaň a sociální média

20 Zahraniční press & fam tripy

20 Domácí média

21 Spolupráce a partnerství

24 Výstavy, veletrhy, prezentace

28 TURISTICKÝ SERVIS

28 Turistická informační centra

34 Turistický portál www.prague.eu

38 Dispečink průvodců

40 E-shop, merchandising

44 EDIČNÍ ČINNOST

48 STAROMĚSTSKÁ RADNICE

52 PRAŽSKÁ VLASTIVĚDA A VZDĚLÁVACÍ CYKLY

52 Vlastivědné vycházky

53 Průvodcovské vzdělávání

54 Pražská univerzita pro každého

56 STATISTIKY A ANALÝZY

56 Průzkum mezi návštěvníky Prahy

60 ROK 2016 V ČÍSLECH PRAGUE CITY TOURISM

62 HOSPODAŘENÍ PRAGUE CITY TOURISM V ROCE 2016

68 CESTOVNÍ RUCH V PRAZE V ROCE 2016

76 VÝHLED DO ROKU 2017

TABLE OF CONTENT

4 INTRODUCTION BY THE CEO

6 PROFILE OF THE ORGANIZATION

6 About us

8 Organizational chart

12 MARKETING AND PUBLIC RELATIONS

13 Marketing themes and projects

15 Online and social media campaign

20 International press & fam trips

20 Domestic media

21 Collaborations and Partnerships

24 Trade shows, Fairs and Presentations

28 VISITOR SERVICES

28 Tourist information centres

34 Web site www.prague.eu

38 Guide services

40 E-shop, merchandise

44 PUBLISHING

48 OLD TOWN HALL

52 EDUCATION DEPARTMENT

52 Prague cultural history walks

53 Guide training and education

54 The Everyman's University of Prague

56 STATISTICS AND RESEARCH

56 Research: Prague visitor poll

60 2016 IN PRAGUE CITY TOURISM FIGURES

62 PRAGUE CITY TOURISM FINANCES AND ECONOMIC RESULTS IN 2016

68 2016 INCOMING TOURISM IN PRAGUE

76 2017 OUTLOOK



Pro rok 2016 byla charakteristická inovace našich činností a produktů.

Ohlas 700. výročí narození Karla IV. se projevil v kulturní i turistické nabídce – zaznamenali jsme desítky, možná stovky aktivit nejrůznějších organizací. Naším úkolem bylo o nich referovat, případně zajistit možnost nákupu vstupenek, což využívali naši i zahraniční návštěvníci Prahy. Karel IV. tak přiblížil nejen svou dobu, historické památky, ale i způsob života ve středověké Praze. Pouliční výstavy, expozice v památných palácích, koncerty staré hudby – to vše byly zajímavé příležitosti letošních oslav a turisté je hodně využili.

Politická reprezentace města vytypovala pro letošní rok sedm nejdůležitějších kulturních a sportovních akcí, jež dostanou privilegium výhradní prezentace a ukáží na aktivní nabídku města během celého roku. Jedná se o Febiofest (březen; mezinárodní festival filmového umění), Volkswagen Maraton Praha (květen; sportovní běh s účastí 10,5 tisíce běžců), Pražské jaro (květen/červen; prestižní hudební festival s řadou zahraničních hostů), United Islands (červen; open-air přehlídka moderních hudebních žánrů), Letní Letná (srpen/září; přehlídka cirkusového umění), festival Signal (říjen; vizuální umění a videomapping) a Designblok (říjen; přehlídka mladých kreativních tvůrců). Těmto festivalům jsme věnovali velkou pozornost a připravili jsme pro ně podporu na sociálních sítích a kampaně na billboardech, pro některé z nich nejen v zahraničí, ale i v českých městech.

Ve spolupráci s Letištěm Praha jsme otevřeli nové návštěvnické centrum v prostorách Terminálu 1. Zkvalitnili jsme tak servis pro všechny příchozí z Asie, Ameriky a z evropských zemí. Zájemci zde získají informace o Praze i České republice a zároveň naším prostřednictvím i služby Českých drah a Dopravního podniku hl. m. Prahy.

Podařilo se nám zviditelnit město Prahu na dvaceti luxusních autobusech

The year 2016 was characterized by innovations to our activities and products.

The 700th anniversary of Charles IV's birth – the main theme of 2016 – was celebrated through a variety of projects, both cultural and tourism-focused; we registered hundreds of different activities and events put on by different organizations. Our task was to gather and structure the data, spread the information, and provide ticket sales to visitors both from home and abroad. Overall, the celebrations made it easy for visitors to educate themselves about Charles IV's era, the numerous important structures built in Prague during his reign, and to learn about daily life in mediaeval Prague. Open-air exhibitions, special exhibits in palaces and other notable buildings, concerts of early music – these were all engaging components of the yearlong celebrations and were well attended by tourists.

The City's political representatives selected seven major cultural and sports events held in Prague throughout the year to be featured in a special campaign focussed on presenting Prague as a lively destination where interesting events are taking place year-round. The events selected are: Prague International Film Festival – Febiofest (held in March); the Volkswagen Prague Marathon (May; annual participation around 10.5k runners); Prague Spring (May/June; prestigious music festival attended by renowned international soloists and ensembles); United Islands of Prague (May/June; an open-air, multi-genre music festival); Letní Letná (August/September; modern circus arts); SIGNAL festival (October; visual/light art and video mapping); and Designblok (October; show dedicated to young designers.) These "Top Prague Events" were given priority in our international as well as domestic marketing communications, which included social media campaigns as well as outdoor advertising (billboards) in Czech cities.

In collaboration with the Prague Airport, we opened a new visitor centre in Terminal 1, bringing greater quality of service to arriving passengers from Asia, the Americas, and non-Schengen European countries. The new centre provides information not just about Prague, but also the rest of the Czech Republic; additional services include the sale of tickets for the Prague public transit network and train tickets for Czech Railways trains.

In 2016 we managed to secure an agreement with the tour operator Vega Tour; twenty of the company's fleet of luxury coaches are now branded with the Prague logo and vi-

firmy Vega Tour, které vozí na pravidelných i charterových linkách turisty po celé Evropě i mimo schengenský prostor. Dobrou a prakticky bezplatnou reklamou tak Prahu prezentujeme jako zajímavý cíl možných turistických cest.

V mezinárodním kontextu se PCT a Praha dostaly do popředí evropských marketingových organizací. Počátkem roku jsem byla zvolena do předsednictva European Cities Marketing (ECM) a na podzim 2016 se Praze dostalo další pocty – PCT byla v konkurenci 174 měst celého světa zvolena do předsednictva organizace World Tourism Cities Federation (WTCF) se sídlem v Pekingu. V obou případech se jedná o prestižní zařazení mezi zavedené turistické destinace a Praha tak dostala možnost postavit se po bok Paříže, Barcelony, Berlína, Madridu, Amsterdamu nebo třeba Vídně, z jejichž strategií čerpá podněty.

Ke konci roku jsme prodloužili smlouvu s ČSA na další dva roky na polep populárního "pražského" letadla. Jako bonus se podařilo dohodnout s německou firmou Herpa Miniaturmodelle GmbH, že se přesný model tohoto letadla prodává po celém světě jako modelový předmět pro sběratele.

Magistrát hl. m. Prahy v průběhu roku 2016 schválil cizojazyčné pojmenování naší organizace, a proto i na domácím trhu vystupujeme rovněž pod názvem Prague City Tourism. Uvedení názvu do praxe však stále přináší jisté komplikace.

Velkou pozornost jsme věnovali webové prezentaci - ke konci roku 2016 již oslovujeme turisty v 17 světových nebo národních jazycích a naše úsilí bude korunováno konečným počtem 21 jazykových verzí v průběhu r. 2017. Tento informační servis považujeme za jednu z prestižních platform našší práce a jsme hrdí na řadu kladných ohlasů, jež v této oblasti zaznamenáváme.

Rok 2016 ukázal, jak pevně je již naše organizace ukotvena v systému propagace a marketingu cestovního ruchu. Kladné odezvy se jí dostalo na mnohých konferencích a setkáních odborníků i veřejnosti.

PhDr. Nora Dolanská, MBA

sual. While traveling along their regular and charter routes within Europe (both within and outside the Schengen zone), the coaches now advertise Prague as an attractive tourist destination; the negligible cost was an added bonus.

Internationally, Prague City Tourism and Prague itself have gained greater visibility among European marketing organizations. Early in the year, I was elected to the board of the European Cities Marketing (ECM) organization; in autumn, Prague was further recognized by being elected to the board of the World Tourism Cities Federation (WTCF) based in Beijing. Both organizations are prestigious and Prague is now standing alongside the likes of Paris, Barcelona, Madrid, Amsterdam, and Vienna – all of which contribute inspiring ideas to Prague's tourism strategy.

Towards the end of the year, we extended our contract with Czech Airlines by another two years; this means that one of the company's Airbus aircraft, which is decorated with a large, custom-made Prague-branded decal, will be seen by thousands more air passengers across Europe and the Middle East. As a bonus, we signed an agreement with Hepa Miniaturmodelle GmbH, well-known German manufacturer of car and airplane models, granting the company exclusive rights to the manufacture of a precise scale model of the Prague plane, which is now sold worldwide as a unique collector's item.

In the course of 2016, Prague City Hall has approved the use of "Prague City Tourism" as the official name for our organization even in the domestic context. However, implementing this name has not been without certain difficulties.

Much attention was dedicated to our web site – at the end of 2016, we offered no fewer than 17 language versions to tourists from different markets; our overall goal is 21 language versions, which we will achieve in 2017. We consider this information service an important platform for our work and pride ourselves on the positive feedback it continues receiving.

The year 2016 has demonstrated how firmly our organization has established itself in the field of tourism marketing and promotion, with our work receiving praise at numerous conferences and gatherings, both from the industry and the general public.

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

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

Stěžejní činností organizace je propagace a marketing Prahy pro rozvoj domácího a zahraničního cestovního ruchu v České republice i v zahraničí. PCT je aktivním manažerem cestovního ruchu, moderní servisní organizací.

Prague City Tourism je členem prestižní mezinárodní organizace ECM (European Cities Marketing), v níž má svého zástupce v předsednictvu. ECM sdružuje cca 110 evropských metropolí a velkých měst. Od podzimu 2016 je PCT v předsednictvu organizace WTCF (World Tourism Cities Federation).

V rámci ČR působí v organizaci A.T.I.C. ČR (Asociace turistických informačních center České republiky), jako přidružený člen v Asociaci průvodců ČR, v Asociaci cestovních kanceláří ČR a zároveň je krajským koordinátorem cestovního ruchu za hlavní město Praha při MMR ČR. PCT aktivně spolupracuje s profesními asociacemi cestovního ruchu doma i v zahraničí, s agenturou CzechTourism a Českými centry, Ministerstvem pro místní rozvoj ČR, zastupitelskými úřady Ministerstva zahraničí ČR a zahraničními i domácími médii.

Prague City Tourism je příspěvkovou organizací hlavního města Prahy, která byla založena 1. 1. 1958 pod názvem Pražská informační služba a je jednou z nejstarších organizací svého druhu v Evropě.

SÍDLO ORGANIZACE

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

ŘEDITELSTVÍ

PhDr. Nora Dolanská, MBA
tel. +420 221 714 301
e-mail: director@prague.eu
www.praguecitytourism.cz
www.prague.eu



PRAGUE CITY TOURISM (PCT) is a marketing organization whose mission it is to promote domestic as well as international tourism in the Czech capital.

Among the organization's traditional tasks are: providing visitors with information about the range of tourism products and services available; booking tourism services for existing as well as future visitors to the capital; organizing educational programmes on Prague's history and contemporary development, both for tourism professionals and the general public; and running operations at the historical Old Town Hall as one of the city's premier sights.

Chief among Prague City Tourism's agenda items is the promotion and marketing of Prague as a tourist destination on the domestic as well as international markets. Being a modern service organization, Prague City Tourism actively manages tourism in Prague.

Prague City Tourism is a member of ECM (European Cities Marketing), the prestigious international marketing organization; Prague even has a representative on the organization's board. Since autumn of 2016, it is also a board member of the WTCF (World Tourism Cities Federation) organization.

Within the Czech Republic, PCT is a member of A.T.I.C. ČR (Czech Republic Association of Tourist Information Centres), an affiliated member of the Czech Republic Tour Guides Association, and serves as a regional coordinator for the Ministry of Regional Development. Prague City Tourism actively works with tourism organizations at home and abroad, with the national organizations CzechTourism and the Czech Centres, with the Ministry for Regional Development, diplomatic missions of the Ministry of Foreign Affairs, and with both domestic and international media.

Prague City Tourism, established and funded by the City of Prague, was founded as Pražská informační služba (Prague Information Service) in 1958; it is one of the oldest organizations of its kind in Europe.

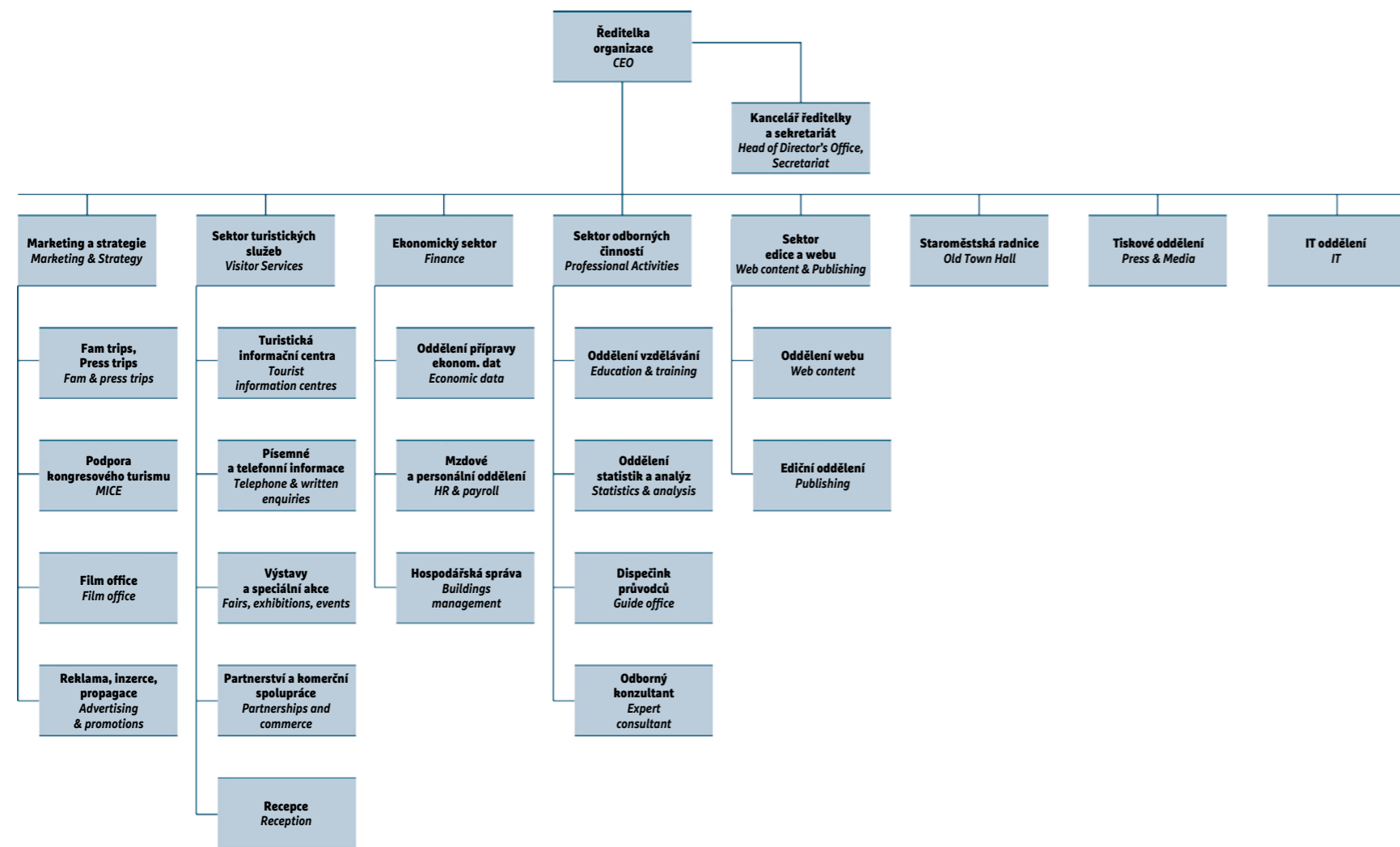
SEAT OF THE ORGANIZATION:

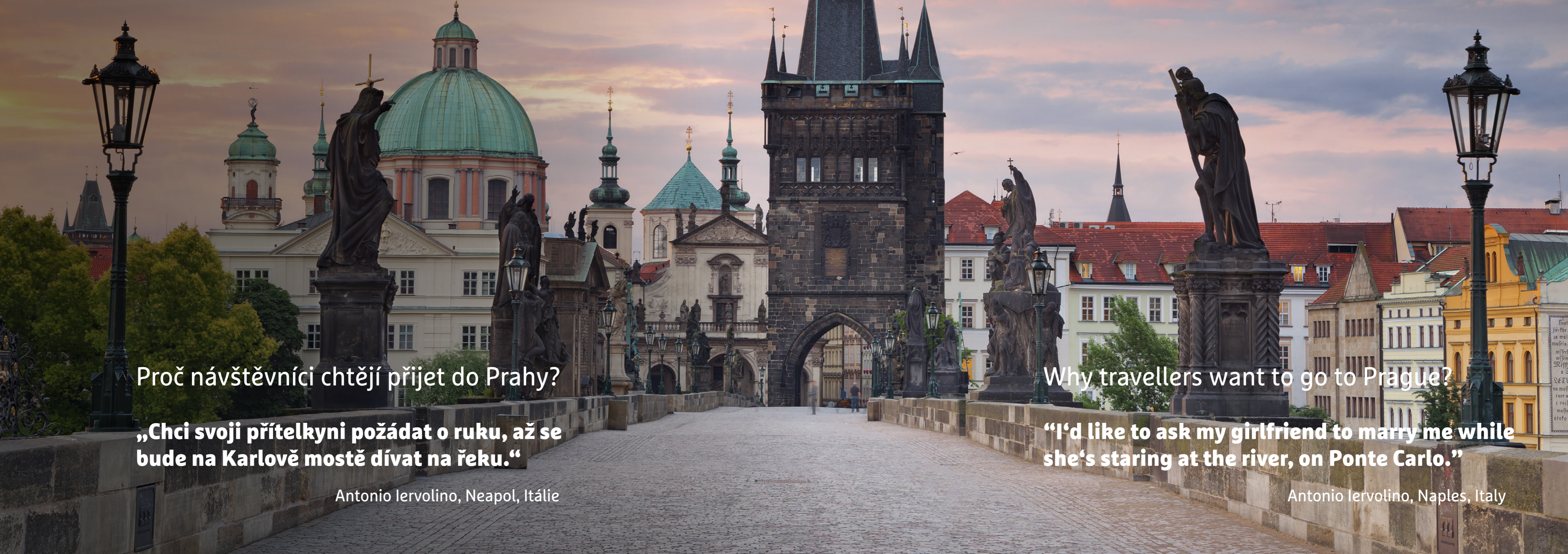
Arbesovo nám. 70/4
150 00 Praha 5
tel. +420 221 714 714
www.praguecitytourism.cz
www.prague.eu

MANAGEMENT:

Nora Dolanská, PhD., MBA
tel. +420 221 714 301
e-mail: director@prague.eu
www.praguecitytourism.cz
www.prague.eu







Proč návštěvníci chtějí přijet do Prahy?

„Chci svoji přítelkyni požádat o ruku, až se bude na Karlově mostě dívat na řeku.“

Antonio Iervolino, Neapol, Itálie

Why travellers want to go to Prague?

“I’d like to ask my girlfriend to marry me while she’s staring at the river, on Ponte Carlo.”

Antonio Iervolino, Naples, Italy

Marketing roku 2016 se nesl ve znamení ústupu od cíle kvantitativního nárůstu návštěvníků (k němuž však i tak došlo) a nového zaměření na motivaci turistů k opakovaným návštěvám města, k rozšíření cestovního ruchu mimo historické centrum a k orientaci na zážitkovou turistiku s důrazem na kulturu a gastronomii.

OCENĚNÍ PRO PRAHU

Potěšujícím faktem je, že se Praha i nadále umísťuje na předních místech světových žebříčků popularity a nejrůznějších hodnocení, přičemž její pozice se vylepšuje i v žebříčcích hodnotících kvalitu života, např.:

- TripAdvisor 2016 Travelers' Choice Awards – Praha je šestou nejlepší destinací na světě
- The Guardian (UK) – Praha byla zařazena mezi přední evropská města, pokud jde o secesní památky
- CNN, USA Today – pražské vánoční trhy byly vyhlášeny za nejlepší na světě
- Global Peace Index 2016 – Česká republika označena za šestou nejbezpečnější zemi světa
- HSBC Expat Explorer – Praha se umístila jako čtvrté nejlepší místo na světě pro expats
- Nomad List – Praha je druhé nejlepší místo na světě pro digitální nomády



In 2016, our marketing activities were characterized by a shift in objectives: Instead of simple growth in visitor numbers (which occurred regardless), we focused on motivating repeat visits to the city, spreading tourist traffic beyond the historical centre, and promoting experiential tourism with an emphasis on culture and gastronomy.

RECOGNITION FOR PRAGUE

Encouragingly, Prague continues to appear near the top of various popularity rankings and charts, with even its quality-of-life ratings improving year-on-year. A few examples:

- TripAdvisor 2016 Travelers' Choice Awards – Prague rated as sixth best destination worldwide
- The Guardian (UK) – Prague listed among best European destinations for Art Nouveau
- CNN, USA Today – Prague Christmas markets rated as best in the world
- Global Peace Index 2016 – the Czech Republic rated as sixth safest destination worldwide
- HSBC Expat Explorer – Prague rated as world's fourth best city for expats
- Nomad List – Prague rated as second best city worldwide for digital nomads



MARKETINGOVÁ TÉMATA A PROJEKTY

Karel IV. – 700 let

Hlavním marketingovým tématem roku 2016, a to v celostátním měřítku, bylo 700. výročí narození Karla IV. Prague City Tourism byla první organizací, která již počátkem roku 2016 vydala brožuru shrnující veškeré akce a aktivity vztahující se k celoročnímu výročí, jež byla doplněna komplexně pojatou webovou mikrostránkou s historickými články, populárním kvízem a zejména neustále aktualizovaným a doplňovaným seznamem akcí. Naším originálním příspěvkem k oslavám karlovského výročí bylo mimo jiné i nově zpracované téma **vinařské kultury** v Praze.



Marketingové aktivity související s karlovským výročím zahrnovaly rovněž vytvoření kampaňového vizuálu; kampaň byla realizována on-line i outdoorovou inzercí, řadou PR aktivit včetně press tripů a řadou výstupů v domácích tištěných médiích.

Pět pražských procházek

Cílem projektu, zpracovaného v on-line i tištěné formě, je nabídnout návštěvníkům Prahy konkrétní trasy mimo turisticky přetížené historické centrum, které jsou atraktivní a zároveň poskytují jedinečné zážitky – od panoramatických výhledů až po svěbytnou atmosféru a kulturu jednotlivých pražských čtvrtí. První série pěti procházek měla velmi pozitivní odezvu, v roce 2017 bude proto pokračovat.

MARKETING THEMES AND PROJECTS

Charles IV: 700 Years

The chief nationwide marketing theme for 2016 was the 700th anniversary of the birth of Holy Roman Emperor and King of Bohemia Charles IV. Prague City Tourism was the first organization to issue a comprehensive brochure as early as in January 2016, detailing all events and activities relating to the yearlong anniversary celebrations. The brochure was complemented by an extensive microsite featuring themed articles, a popular online quiz, and a continuously updated calendar of events. Our own original contribution to the Caroline anniversary was a new look at the theme of wine culture in Prague (Charles IV being the founding father of Bohemian viticulture).

To mark the Charles IV anniversary, we created an online/outdoor campaign featuring an original visual. The campaign also included a number of PR events and press trips, and resulted in extensive media coverage.

Five Prague Walks

The goal of this project, created in both online and printed formats, was to offer Prague visitors ready-made walking routes outside the busy historical centre, routes that would be attractive and provide pleasant experiences ranging from panoramic views to the unique atmosphere and culture of Prague's varied neighbourhoods. The first series of five walks was enthusiastically received, thus it was decided to continue the series in 2017.

Top pražské akce 2016

Novinkou byla celoroční kampaň Top pražské akce 2016/Top Prague Events 2016 na podporu sedmi nejdůležitějších akcí každoročně probíhajících v Praze, zaměřená především na komunikaci do zahraničí. Cílem bylo představit destinaci nikoli jako statický soubor historické architektury, ale především jako živé město, které je domovem vynikajících akcí z řady oborů – od hudby přes divadlo, design až po sport. Kampaň zahrnovala vydání tištěné brožury, on-line inzerci včetně sociálních sítí a outdoorovou inzerci. V roce 2017 bude kampaň pokračovat.

Top pražské akce:

- Mezinárodní filmový festival Praha – Febiofest
- Volkswagen Maraton Praha
- Pražské jaro
- United Islands of Prague
- Letní Letná
- Signal festival
- Designblok



Top Prague Events 2016

The eponymous yearlong campaign was a 2016 novelty aimed to promote seven of the most important events held annually in Prague. The campaign mostly focused its communication on international markets. The goal was to present Prague not as an immutable set of historical buildings, but as a living and breathing city that's home to outstanding events from a multitude of genres ranging from music to theatre, to design, to sport. The campaign included: the publication of a printed brochure, online advertising including social media, and outdoor advertising. The campaign will continue in 2017.

Top Prague events:

- International Film Festival Prague – Febiofest
- Volkswagen Marathon Prague
- Prague Spring International Music Festival
- United Islands of Prague (open-air music festival)
- Letní Letná International Festival of New Circus and Theatre
- SIGNAL Festival – Prague Festival of Lights
- Designblok | Prague Design and Fashion Week



Koncem roku proběhla kampaň na **Noc hotelů**, která se uskutečnila v lednu 2017. Tato akce má za cíl poděkovat především pražským rezidentům za toleranci, s níž se o své město dělí s miliony návštěvníků.

ON-LINE KAMPAŇ A SOCIÁLNÍ MÉDIA

Na konci roku 2016 jsme uzavřeli on-line kampaň, pro niž jsme v roce 2014 vysoutěžili kreativitu i nákup mediálního prostoru prostřednictvím společností Havas a MediaCom. Kampaň zahrnovala vytváření obsahu a správu sociálních médií (zejména Facebook, Twitter, Pinterest a nově Instagram); placená část využívala PPC, RTB a bannerovou inzerci, zejména na serverech Skyscanner a Trivago, dále vyhledávání a promování příspěvků na Facebooku. On-line kampaň se v různých časových obdobích zaměřovala na různé cílové trhy a demografické skupiny. Záměrem bylo mj. zvýšit návštěvnost příslušné jazykové mutace webu prague.eu, popřípadě proklik na rezervační systém booking.com. Kampaň probíhala ve **13 zemích** světa: Německo, Rusko, Nizozemí, Velká Británie, USA, Itálie, Jižní Korea, Japonsko, Švédsko, Norsko, Dánsko, Slovensko a Izrael.

Klíčovým aspektem kampaně byla realizace komplexní on-line aplikace **MyTrip**, která umožňuje návštěvníkům webu jednoduchým a uživatelsky komfortním způsobem komponovat, upravovat a sdílet itineráře pro turistický pobyt v Praze. V samém závěru roku proběhla on-line soutěž s vědomostním kvízem o cestu do Prahy. Za týden konání soutěže kvíz vyplnilo přes 3000 účastníků ze 46 zemí světa.

Towards the end of the year, we ran a local campaign promoting **the Night of Hotels** event, to be held in January 2017. The event's goal is for the hotel industry to express its appreciation of the tolerance and good will with which Prague residents share their city with millions of visitors, domestic and international, each year.

ONLINE CAMPAIGN AND SOCIAL MEDIA

At the end of 2016 we have concluded a multi-year online campaign carried out via the Havas and MediaCom agencies. The multifaceted campaign included social media content (especially Facebook, Twitter, Pinterest, and Instagram), PPC, RTB, and display campaigns on Skyscanner and Trivago, as well as promoted search results and Facebook posts. The campaign's geographical and demographic focus changed seasonally. Among the objectives was growing traffic to the individual language versions of the prague.eu web site and click-throughs to booking.com.

The campaign took place in **13 countries**: Germany, Russia, the Netherlands, the United Kingdom, the United States, Italy, South Korea, Japan, Sweden, Norway, Denmark, Slovakia, and Israel.

A key aspect of the campaign was the implementation of a trip-planning application titled MyTrip, which enables prague.eu visitors to plan, edit, and share their Prague itineraries through a simple and intuitive process. At the very end of the year, the campaign was concluded with an online contest and quiz with the main winner receiving a trip to Prague. Over one week, more than 3000 people from 46 countries filled out the (comparatively difficult) quiz.

Sociální média

Kromě **Facebooku** má Prague City Tourism aktivní účty na sítích **Twitter, YouTube, Instagram a Pinterest**. Na Facebooku provozuje dva různé profily, anglojazyčný určený široké skupině zahraničních fanoušků (Prague.eu) a českojazyčný pro domácí publikum (Prague City Tourism). Anglojazyčný profil spravovala společnost Havas spolu se sektorem marketingu. Facebookový profil Prague.eu dosahuje nejlepších výsledků, mimo jiné i díky podpoře vybraných postů v rámci kampaně. Stránka byla velmi úspěšná zejména proto, že se fanoušci aktivně zapojovali se svými příspěvky. V tomto ohledu předčí facebookový profil Prague.eu podobně srovnatelné městské profily (např. Vídně, Berlína apod.)

Mezi nejoblíbenější posty patří tradičně fotografie. Největší úspěch v roce 2016 měla fotografie pohledu na panorama Starého Města, kde organický počet interakcí vystoupal až na 14,4 tis. (pro srovnání: nejúspěšnější post Vienna.info měl 5,6 tis. interakcí a nejúspěšnější post visitBerlin dokonce jen 2,5 tis. interakcí).

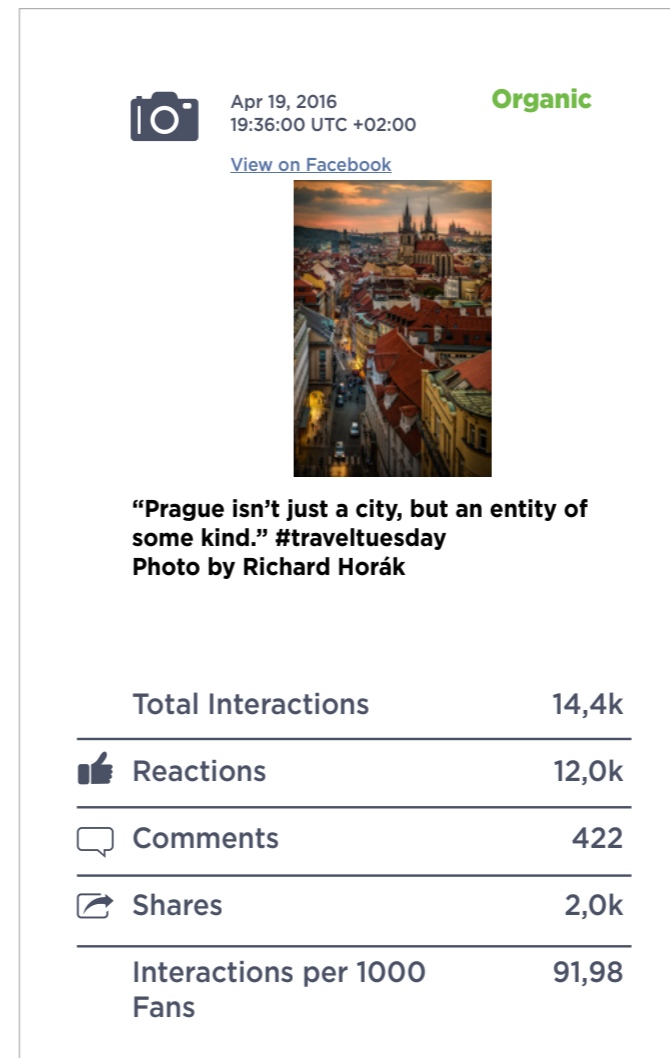
Český profil Prague City Tourism sledovalo téměř 20 500 fanoušků, dosah příspěvků v roce 2016 přesáhl 7 555 000. Mezi publikem převažovali Pražané, zastoupení byli také obyvatelé Brna, Ostravy a Plzně.

Social Media

In addition to its **Facebook** profile, Prague City Tourism has active profiles on **Twitter, YouTube, Instagram, and Pinterest**. There are two Facebook profiles, one in English dedicated to a broad group of international fans, and one in Czech for the domestic audience. The English social media profiles were run by Havas and overseen by the marketing department. The Prague.eu Facebook profile has been especially successful, partially thanks to promoted posts during the campaign, achieving excellent engagement rates exceeding those of competing pages such as Vienna or Berlin.

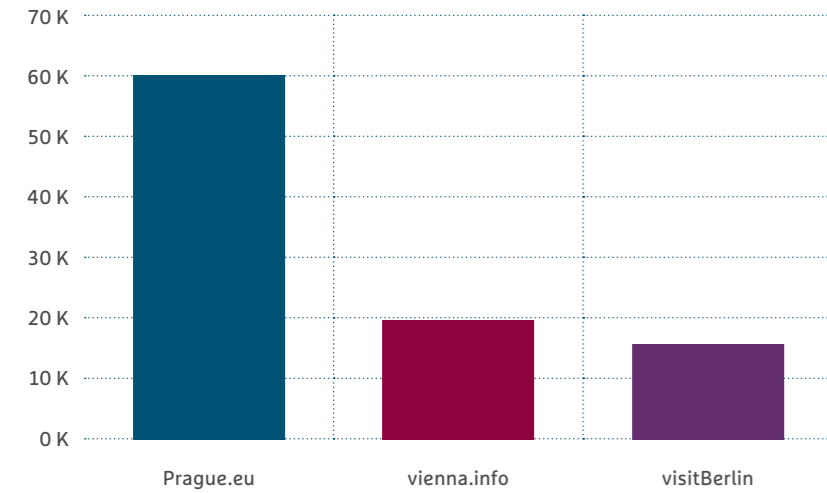
The most popular posts were, as usual, photos. The most popular photo of 2016 was an Old Town panoramic shot, with organic interactions reaching 14.4k (by comparison, Vienna.info's most popular post had 5.6k interactions and visitBerlin's 2.5k.).

The Czech profile Prague City Tourism was followed by nearly 20 500 fans, with total reach over 7 555 000. The followers are mostly based in Prague, followed by Brno, Ostrava, and Pilsen.



STATISTIKA NÁRŮSTU FANOUŠKŮ 2016
GROWTH OF TOTAL FANS 2016

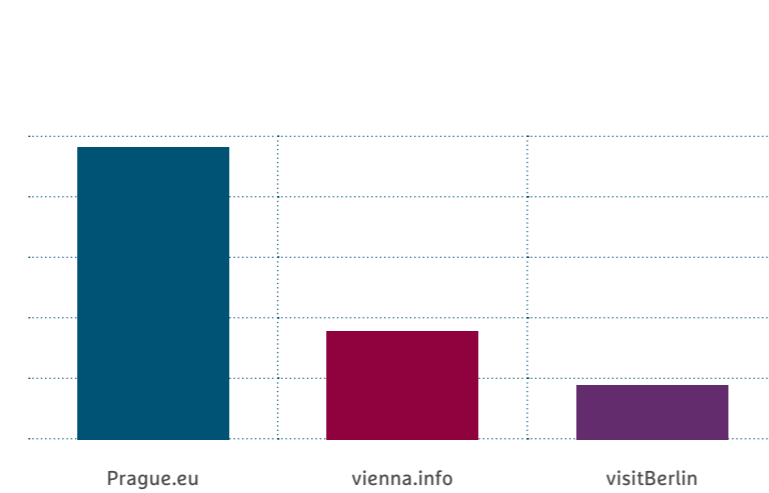
Absolute Growth of Total Fans Jan 01, 2016 - Dec 31, 2016



Srovnání Page name	absolute growth	relative growth
Prague.eu	60 295	44,70 %
vienna.info	18 551	9,05 %
visitBerlin	13 894	22,24 %

MÍRA ZAPOJENÍ NA 1000 FANOUŠKŮ - SROVNÁNÍ PRAHA, BERLÍN, VÍDEŇ
NUMBER OF INTERACTIONS PER 1000 FANS: COMPARISON PRAGUE, BERLIN, VIENNA

Number of Interactions per 1000 Fans Jan 01, 2016 - Dec 31, 2016



Srovnání Page name	Počet interakcí na 1 000 fanoušků Number of interactions per 1000 fans
Prague.eu	4607,15
visitBerlin	1822,51
vienna.info	823,86



ZAHRAŇIČNÍ PRESS & FAM TRIPY

V roce 2016 jsme od zahraničních médií, blogerů a cestovních agentur obdrželi celkem 160 žádostí o podporu a spolupráci při přípravě poznávacích cest do Prahy, včetně 32 poptávek od zahraničních zastoupení CzechTourism. Nejvíce poptávek přišlo z USA, Velké Británie, Německa, Itálie, Rakouska a zemí Latinské Ameriky.

V průběhu roku se PCT podílela na realizaci **119 poznávacích cest** pro zahraniční média, novináře, fotografy a blogery a **21 fam tripů** pro zástupce zahraničních cestovních agentur. Výsledkem této spolupráce je zatím **129 výstupů** (článků v zahraničních tištěných médiích, na blozích, video a rozhlasových reportážích). Nejvýznamnější média, se kterými jsme v r. 2016 spolupracovali, jsou National Geographic Traveller a The Sunday Times (UK). Nejčastějšími tématy, kterým se zástupci zahraničních médií a blogeri věnovali, byla gastronomie, neznámá místa v Praze a umění, zejména street art.

DOMÁCÍ MÉDIA

V roce 2016 jsme se soustředili na zkvalitňování vztahů s médii. Tiskové zprávy a výsledky media relations generovaly více než 350 výstupů v tištěných, on-line i audiovizuálních médiích. Podařilo se navázat dlouhodobou spolupráci s divácky úspěšnými pořady České televize **Toulavá kamera** (Nerudova ulice, Staroměstská radnice, Mozartova Praha, Praha Karla IV.) a magazínem **Z metropole** (Velešlavín, Prague City Tourism, Radnice dokořán).

Současně se rozběhl společný projekt s internetovým zpravodajským portálem **Novinky.cz**, jehož výsledkem byla propagace méně známých pražských památek a míst, které lze poznat díky vlastivědným vycházkám. Úspěšnou byla rovněž spolupráce s tištěnou a digitální redakcí deníku Blesk.

INTERNATIONAL PRESS & FAM TRIPS

In 2016 we received 160 visit support requests from international media, bloggers, and travel agents, including 32 from the foreign offices of CzechTourism. Most enquiries originated in the United States, the United Kingdom, Germany, Italy, Austria, and the Latin American countries.

Over the course of the year, PCT has helped realize 119 press trips for foreign media, journalists, photographers, and bloggers, and 21 fam trips for foreign travel agents. This activity resulted in 129 media hits so far (articles in printed media and blogs, as well as video and audio reports.) Among the most important collaborations were pieces by National Geographic Traveller and The Sunday Times (both U.K.). Gastronomy was the most popular theme, followed by lesser-known spots in Prague and art (especially street art).

DOMESTIC MEDIA

In 2016 we focused on improving our relationship with domestic media. Our press releases and media relations efforts generated over 350 media hits in printed, online, and audio-visual media. We established long-term collaboration with the popular programmes “Toulavá kamera” (“The Travelling Camera”) and “Z metropole” (“From the Capital”) broadcast by Czech TV. The programmes featured a variety of Prague locations with PCT commentary, as well as Prague City Tourism events.

Simultaneously, we started working with the online news portal Novinky.cz, resulting in greater publicity for less-well-known parts of Prague that can be explored with our guided walks. Another successful collaboration was launched with the print and online editions of the popular daily, Blesk.

Velký mediální ohlas ukázaly tradičně výsledky čtvrtletních analýz návštěvnosti města, statistiky o návštěvnosti pražských památek, v deníku MF Dnes a na zpravodajském portálu iDnes.cz byly publikovány dílčí výsledky kvalitativního průzkumu mezi návštěvníky Prahy. Tradičně se zprávy o aktivitách PCT objevovaly také v odborných periodických COT business a TTG.

SPOLUPRÁCE A PARTNERSTVÍ

Podpora kongresového turismu - spolupráce s Prague Convention Bureau
I v r. 2016 pokračovala spolupráce 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 více než 3 miliony Kč ročně.

V souvislosti s nadcházejícím kongresem ICCA (International Congress and Convention Association), který se v Praze uskuteční v roce 2017, bylo rozhodnuto, že se Praha na MICE akcích v letech 2015-2017 bude prezentovat formou vlastní expozice.

V roce 2016 jsme již podruhé zajistili výstavní stánek Prahy na dvou významných MICE veletrzích, a to IMEX ve Frankfurtu a ibtm world v Barceloně. Expozice Prahy byla hned po první zkušenosti v roce 2015 ze strany spoluvystavovatelů velmi pozitivně přijata. V roce 2016 se tak podařilo na oba veletrhy maximálně naplnit kapacitu stánku Prahy.

V březnu 2016 se v Praze uskutečnila regionální konference OSN Evropský Habitat, jejímž hlavním tématem se stalo bydlení v životaschopných městech. PCT zajistila pro účastníky konference tematické study tours se zaměřením na moderní pražskou architekturu.

Much media interest was dedicated to the results of our quarterly statistical reports on visitor numbers for the city as well as for individual Prague monuments. The daily MF Dnes and its online version iDnes.cz published partial results of our ongoing visitor poll. PCT activities were also widely reported by industry publications such as COT business and TTG.

COLLABORATIONS AND PARTNERSHIPS

MICE support – collaboration with Prague Convention Bureau
2016 saw continued collaboration with the Prague Convention Bureau (PCB) in the area of professional MICE support, with the PCB providing MICE-related services for a period of 3 years for the total amount of 3 mil. CZK per year.

With a view to the upcoming 2017 ICCA (International Congress and Convention Association) congress in Prague, it had been decided that between 2015 and 2017 Prague would have its own stand at MICE fairs and trade shows.

Thus, 2016 was the second year in which we represented Prague at two important MICE shows, namely IMEX (Frankfurt, Germany) and ibtm world (Barcelona, Spain.) The stand was a success with co-exhibitors, resulting in sold-out booth space for both events.

In March 2016, the United Nations regional conference European Habitat was held in Prague, addressing the issues of contemporary urban life and “liveable cities.” PCT provided the participants with themed study tours focused on modern Prague architecture.

Spolupráce s agenturou CzechTourism

Spolupráce národních a regionálních turistických centrál a destinačních managementů zajišťuje úspěch českého cestovního ruchu. Jednou ze zásadních forem spolupráce je vzájemná výměna služeb: PCT poskytuje informační servis o celé ČR ve svých informačních centrech na letišti, CzechTourism pak poskytuje PCT bezplatně prostor na svém stánku na veletrzích ITB a World Travel Market. Další spolupráce se týká tisku map a brožur, kde se ediční činnost vzájemně doplňuje. Pokračuje i spolupráce na press a fam tripech.

Spolupráce s ČSA a Letištěm Praha

V roce 2016 se smluvně prodloužila 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. Spolupráce s Letištěm Praha probíhá kromě provozu dvou informačních center i formou společných prezentací, účasti na akcích Letiště Praha i propůjčením několika fotografií z fotobanky PCT pro použití jako grafického prvku v interiérech letiště.

Spolupráce s dalšími subjekty

V roce 2016 se podařilo navázat propagační spolupráci s dalšími subjekty z oblasti cestovního ruchu – s leteckou společností **Austrian Airlines**, s rakouskou společností **Sabtour** a českou **Vega Tour**. Ve všech případech se jednalo o grafické označení jednotlivých dopravních prostředků pražským logem (letadlo Austrian Airlines), eventuálně rozsáhlejším vizuálem (autobusy obou cestovních kanceláří).

Collaboration with CzechTourism

Collaboration between the national and regional tourist boards is a prerequisite for the success of Czech tourism as a whole. The exchange of services is an essential part of any cooperation. PCT provides information service about the entire Czech Republic in its information centres at the Prague airport; in exchange, CzechTourism provides PCT with free space at its exhibition booth at the ITB and World Travel Market trade shows. Other areas of collaboration include the printing of maps and brochures where the two organizations supplement each other's output, and the organization of press and fam trips.

Collaboration with Czech Airlines and Prague Airport

In 2016 we extended a contract from 2014 that ensured the promotion of destination Prague via a large-scale branded decal covering the surface of a Czech Airlines Airbus 319 aircraft.

Aside from the two Prague City Tourism information centres, our collaboration with the Prague Airport included joint presentations, participation in the Airport's events, and the use of several photos from our image bank as graphic motifs decorating the Airport's interiors.

Other partnerships

*In 2016 we successfully launched promotional collaborations with other travel industry partners – namely, **Austrian Airlines**, the Austrian travel giant **Sabtour**, and the Czech tour operator **Vega Tour**. In all three cases, the partner provided surfaces for the visual promotion of destination Prague. A logo was placed on an Austrian Airlines aircraft while large-scale decals decorate the luxury coaches of the two tour companies.*



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 i města a v neposlední řadě sledování nejnovějších trendů v oblasti turismu.



TRADE SHOWS, FAIRS, AND PRESENTATIONS

We regularly participate in important trade shows, fairs, conferences, and other tourism-related events. Typically, we partner with other organizations, be they CzechTourism, the Prague City Hall, the Prague Convention Bureau, Czech Airlines, or others. The objectives of these events include presenting Prague's tourism potential, knowledge exchange, meeting with industry partners, the media, and potential visitors to Prague, presenting our marketing efforts and those of the City of Prague and, last but not least, staying abreast of tourism's latest trends.



VELETRHY S ÚČASTÍ PCT V R. 2016:

ITB Berlin - veletrh cestovního ruchu	9. - 13. 3.
IMEX Frankfurt - veletrh cestovního ruchu	19. - 21. 4.
Czech Travel Market - oborový veletrh	24. - 25. 10.
WTM London - veletrh cestovního ruchu	7. - 9. 11.
ibtm world Barcelona - oborový veletrh	29. 11. - 1. 12.

PARTICIPACE PCT NA AKCÍCH OSTATNÍCH PARTNERŮ V R. 2016:

Ferien Messe Wien - veletrh cestovního ruchu (mTIC)	14. - 17. 1.
Holiday World - veletrh cestovního ruchu (mTIC)	18. - 21. 2.
Dovolená a Region Ostrava - veletrh cestovního ruchu (mTIC)	4. - 6. 3.
Evropský Habitat - regionální konference	16. - 18. 3.
Living Planet Symposium KCP Praha - kongres	9. - 11. 5.
European Glaucoma Society KCP Praha - kongres	19. - 22. 6.
WASBE - muzikologická konference	9. 7.
ECPR - konference	8. 9.
Brněnské Vánoce	21. - 22. 12.

2016 PCT TRADE SHOW PARTICIPATION:

ITB Berlin – travel trade show	9 - 13 March
IMEX Frankfurt – travel trade show	19 - 21 April
Czech Travel Market – industry show	24 - 25 October
WTM London – travel trade show	7 - 9 November
ibtm world Barcelona – industry show	29 November - 1 December

2016 PCT PARTICIPATION IN PARTNERS' EVENTS:

Ferien Messe Vienna – travel show (mTIC)	14 – 17 January
Holiday World – travel show (mTIC)	18 – 21 February
Dovolená and Region Ostrava – travel show (mTIC)	4 – 6 March
European Habitat – regional conference	16 – 18 March
Living Planet Symposium, Prague Congress Centre – congress	9 – 11 May
European Glaucoma Society, Prague Congress Centre – congress	19 – 22 June
WASBE – musicology conference	9 July
ECPR – conference	8 September
Brno Christmas	21 – 22 December

Proč návštěvníci chtějí přijet do Prahy?

**„Prostě musím vidět tohle úžasné místo.
Volá mě to sem.“**

Jean Novotny, Phoenix, Arizona, USA

Why travellers want to go to Prague?

**“I just know I must see this place of wonder.
It calls out to me.”**

Jean Novotny, Phoenix, Arizona, USA



TURISTICKÁ INFORMAČNÍ CENTRA (TIC)

Prague City Tourism provozovala v roce 2016 pět turistických informačních center, z nichž dvě mají certifikaci A.T.I.C. ČR nejvyšší kategorie. V roce 2015 jsme zahájili modernizaci TIC, která pokračovala i v r. 2016. Její součástí je také úprava jejich označení, srozumitelného i mezinárodní veřejnosti. Informační centrum na Terminálu 1 pražského letiště a informační centrum Na Můstku tak již mají nové označení návštěvnické centrum (Visitor Centre):

- Turistické informační centrum Staroměstská radnice – Staroměstské náměstí 1
- Návštěvnické centrum (Visitor Centre) Na Můstku – Rytířská 12
- Turistické informační centrum Václavské náměstí (horní část) – na rohu se Štěpánskou ulicí
- Návštěvnické centrum (Visitor Centre) Letiště Václava Havla, Terminál 1 – příletová hala
- Turistické informační centrum Letiště Václava Havla, Terminál 2

Návštěvnost za celé období překročila předpokládaná očekávání a dosáhla rekordních 2 200 000. Celkový počet zodpovězených dotazů byl cca 1 200 000.

TOURIST INFORMATION CENTRES (TICs)

Throughout 2016, Prague City Tourism operated five tourist information centres, of which two have the highest certification level of the Czech Republic Tourist Information Centres Association (A.T.I.C.). In 2015 we started updating and upgrading our TICs, a process that continued through 2016 and that included installing new, internationally comprehensible signage. Our information centres at the Prague Airport and at Na Můstku Street in central Prague thus carry the new designation of Visitor Centres.

- Tourist Information Centre Old Town Hall – Staroměstské náměstí 1
- Visitor Centre Na Můstku – Rytířská 12
- Tourist Information Centre Wenceslas Square (upper part) – corner of Štěpánská Street
- Visitor Centre Václav Havel Airport Prague, Terminal 1 – arrivals hall
- Tourist Information Centre Václav Havel Airport Prague, Terminal 2

Visitor numbers at our TICs exceeded expectations in 2016 and reached an annual record of 2 200 000. Overall, we answered 1 200 000 enquiries.

NÁVŠTĚVNOST A POČET DOTAZŮ ZA ROK 2016:

TIC	návštěvníci	zodpovězené dotazy
Staroměstská radnice	937 054	390 439
Můstek	677 778	338 889
Václavské náměstí	98 526	140 752
Letiště - Terminál 1	171 466	214 333
Letiště - Terminál 2	329 472	109 824
Celkem	2 214 296	1 194 237

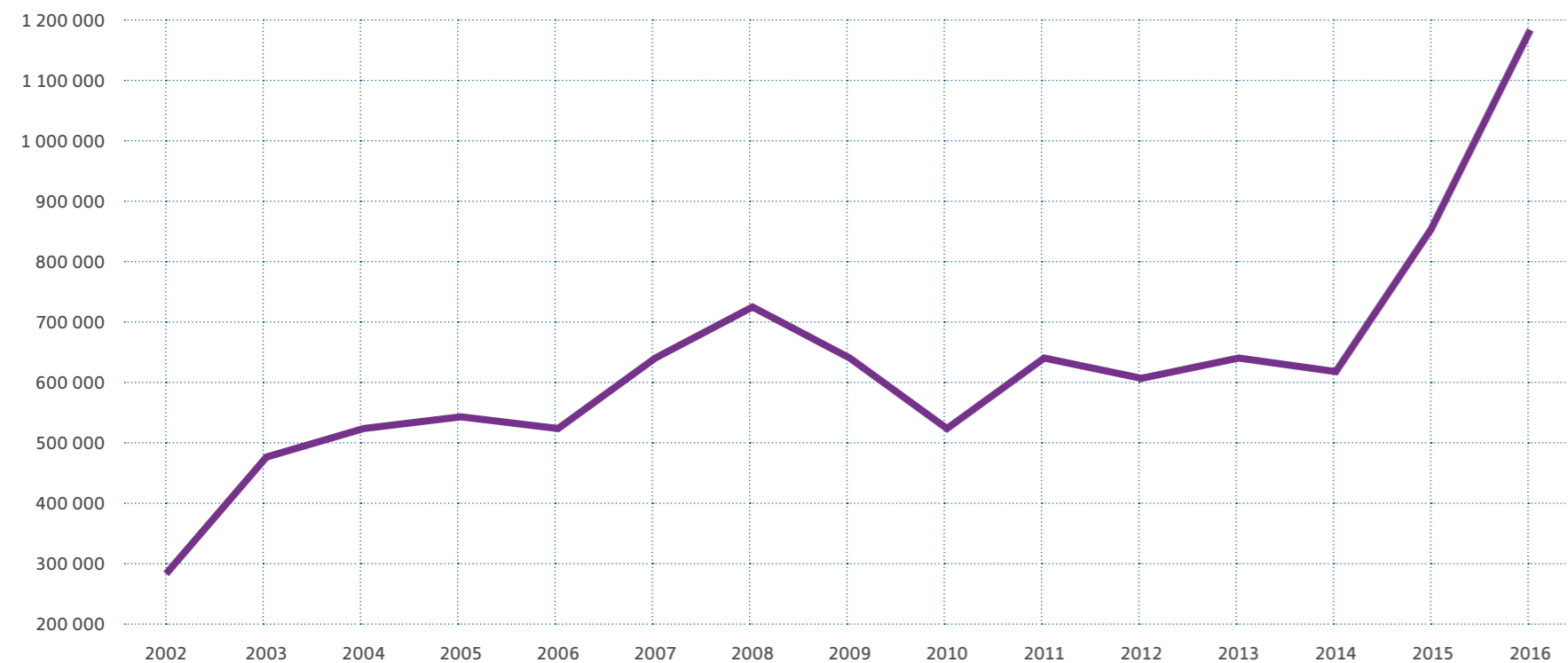


TOURIST INFORMATION CENTRES VISITOR AND ENQUIRY FIGURES, 2016:

TIC	Visitors	Enquiries answered
Old Town Hall	937 054	390 439
Na Můstku	677 778	338 889
Wenceslas Square	98 526	140 752
Airport – Terminal 1	171 466	214 333
Airport – Terminal 2	329 472	109 824
Total	2 214 296	1 194 237



POČET ZODPOVĚZENÝCH DOTAŽŮ V TIC V LETECH 2002–2016
TOURIST ENQUIRIES ANSWERED 2002 – 2016



Roky / Years	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Počet dotazů / Enquiries	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	858 259	1 194 237

V informačních centrech mimo jiné poskytujeme:

- veškeré informace o Praze
- rezervaci ubytování
- základní informační brožury o Praze zdarma
- vstupenky na kulturní akce
- okružní jízdy Prahou a okolím, výlety, plavby lodí
- prodej map a časových jízdenek MHD (na 1 a 3 dny)
- prodej Prague Card a suvenýrů

V obou provozovnách na letišti zastupujeme agenturu CzechTourism (přes 1000 dotazů a přes 10 000 rozdaných tištěných materiálů) a společnost České dráhy. Celkem jsme vystavili 24 604 ks jízdenek Českých drah, v drtivé většině na spoj Airport Express.

Nové návštěvnické centrum (Visitor Centre) v příletové hale Terminálu 1

Po dlouholetém vyjednávání s Letištěm Praha a Českým Aeroholdingem vznikl v příletové hale mezinárodního letiště jednotný prostor, kde cestující a návštěvníci obdrží ucelené informace a služby na jednom místě. Jedná se o turistické informace o Praze a České republice, informační materiály PCT a agentury CzechTourism, vnitrostátní jízdenky Českých drah, jízdenky pro pražskou hromadnou dopravu, přepravní a taxi služby, směnárenské služby. Začátkem května 2016 jsme ukončili provoz původního informačního centra a převzali jsme tento nový prostor, rozšířený z jednoho na až čtyři pracovní místa. První dva měsíce provozu jsme zaznamenali dvojnásobnou tržbu a téměř čtyřnásobný počet zodpovězených dotazů oproti stejnému období před rokem.

Jednotné oblečení pracovníků turistických informačních center

V souvislosti se zcela novým pojetím servisu turistických služeb na letišti jsme zrealizovali další novinku, a to jednotné oblečení pracovníků TIC. Od května 2016 všichni pracovníci TIC (s výjimkou stážistů) nosí předepsané uniformy. Jednotné oblečení tvoří černé kalhoty/sukně, bílá košile s fialovou kostičkovanou légou, černý propínací svetr a kožený pásek.

Our information and visitor centres provide, among others:

- comprehensive information about Prague
- accommodation booking
- basic free brochures about Prague
- sale of tickets to cultural events
- city tours in and around Prague, excursions, cruises
- sale of maps and public transportation passes (for 1 and 3 days)
- sale of Prague Cards and souvenirs

At both places airport locations, we also represent the CzechTourism agency (over 1000 enquiries and 10 000 pieces of brochures distributed), as well as Czech Railways. Throughout the year, we sold a total of 24 604 Czech Railways tickets, the vast majority of which was for the Airport Express bus.

New Visitor Centre in Terminal 1 arrivals hall

After prolonged negotiations with the Prague Airport and Czech Aeroholding, new premises were created for our presence in the arrivals hall. As a result, passengers and visitors can now obtain comprehensive information about the destination in one place. The services provided include tourist information on Prague and the Czech Republic, printed literature by PCT and CzechTourism, domestic Czech Railways tickets, Prague public transportation tickets, taxi and transfer services, and currency exchange. In early May 2016, we terminated the operation of the original information centre and took over this new space, which required increasing the number of staff from one to four. During the first two months of operation, we registered doubled revenue and nearly quadrupled number of inquiries answered in comparison with the same period of 2015.

Tourist information centre staff uniforms

Reflecting the new quality of tourism services provided at the airport, we introduced another novelty - uniforms for all TIC staff. Since May 2016, all TIC staff (with the exception of interns) are required to wear new uniforms. These comprise black trousers or skirt, white shirt with a purple gingham placket, black cardigan, and leather belt.

Mobilní informační centrum (mTIC)

Již třetím 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 zejména propagovat Prahu jako turistickou destinaci na výjezdech po České republice a v zahraničí. **V roce 2016 jsme s mTIC byli na 12 významných akcích.**

PŘEHLED AKCÍ USKUTEČNĚNÝCH V R. 2016 S mTIC:

Ferien Messe Wien - veletrh cestovního ruchu	14. - 17. 1.
Holiday World - veletrh cestovního ruchu	18. - 21. 2.
Dovolená a Region Ostrava - veletrh cestovního ruchu	4. - 6. 3.
Karlovy Vary - zahájení lázeňské sezony	7. 5.
Nymburk - Lodě na Labi - festival	8. 5.
Mariánské Lázně - zahájení turistické sezony	14. 5.
Praha pije víno - festival	27. - 29. 5.
Olomouc roadshow - svátky města	3. - 4. 6.
Liberec roadshow - krajské slavnosti	11. 6.
Dny Prahy v Norimberku - prezentace s MHMP	14. - 15. 8.
Ladronkafest - volnočasový festival	10. 9.
Tourfilm Karlovy Vary - filmový festival	6. - 8. 10.

Mobile tourist information centre (mTIC)

For the third year running, we used our mobile tourist information centre (mTIC) which was created by adapting one of our utility vans. It serves in place of a "classic" information booth at important cultural events and trade shows in Prague, and when promoting Prague as a tourist destination in the rest of the Czech Republic and abroad. **In 2016, our mTIC was part of 12 major events.**

LIST OF 2016 EVENTS WITH MTIC PARTICIPATION:

Ferien Messe Vienna – travel show (mTIC)	14 – 17 January
Holiday World – travel show (mTIC)	18 – 21 February
Dovolená and Region Ostrava – travel show (mTIC)	4 – 6 March
Karlovy Vary – spa season opening	7 May
Nymburk – Boats on the Elbe – festival	8 May
Mariánské Lázně – spa season opening	14 May
Prague Drinks Wine – festival	27 – 29 May
Olomouc roadshow – municipal festivities	3 – 4 June
Liberec roadshow – regional festivities	11 June
Prague Days in Nuremberg – presentation with Prague City Hall	14 – 15 August
Ladronkafest – leisure festival, Prague	10 September
Tourfilm Karlovy Vary – film festival	6 – 8 October



TURISTICKÝ PORTÁL WWW.PRAGUE.EU

Webový portál tvoří důležitou platformu pro prezentaci turistické destinace Praha. Jeho hlavním úkolem je **motivovat** návštěvníky k cestě do Prahy, **informovat** o všem důležitém, co se ve městě děje, a zároveň poskytovat **tipy** na zajímavé akce, místa, zážitky.

Tematické mikrostránky

Důraz klademe na prezentaci sezonních nabídek města i propagaci jeho marketingových priorit, které mají potenciál zvýšit návštěvnost. Vytváříme speciální tematické mikrostránky zaměřené na tyto nabídky. V roce 2016 jsme k 700. výročí narození Karla IV. připravili mikrostránku www.karlovapraha.cz a k udělení titulu Evropské hlavní město sportu pak www.prahavpohybu.eu (zahájeno již v r. 2015). Dalšími sezonními mikrostránkami byly www.valentyn-vpraze.cz, www.velikonocevpaze.cz a www.vanocevpaze.cz.

Nové jazykové verze

V roce 2016 výrazně přibýly nové jazykové verze – v prvním čtvrtletí francouzština a japonština a koncem roku výběr informací v ukrajinštině, polštině, portugalštině, švédštině, norštině, finštině a dánštině. Portál pracuje nyní se **17 jazykovými mutacemi**, další 4 přibudou v r. 2017. Počtem jazykových verzí je portál v porovnání s portály ostatních evropských i světových turistických destinací naprosto unikátní.

V roce 2016 jsme dosáhli nového rekordu - portál www.prague.eu navštívily bezmála 3 miliony uživatelů z 224 zemí a území světa.

WEB SITE WWW.PRAGUE.EU

The web site www.prague.eu is an important platform for our presentation of what destination Prague has to offer. Its main purpose is **to motivate** its visitors to plan a trip to Prague, **to inform** them about important events in the city, and **inspire them** with interesting events, places, and experiences.

Themed microsites

We emphasize the presentation of seasonal offerings and the city's marketing priorities with the potential to attract new visitors. To this end, we create themed microsites focused on these offerings. For the Charles IV 2016 anniversary we created the microsite www.CharlesIVinPrague.com; the same year, Prague received the title "European Capital of Sport", and our themed web site www.PragueinMotion.eu (launched in 2015) serves as a comprehensive resource for anyone interested in pursuing sports or active leisure in the city. Seasonal microsites include www.valentinesinprague.com, www.easterinprague.com, and www.christmasinprague.com.

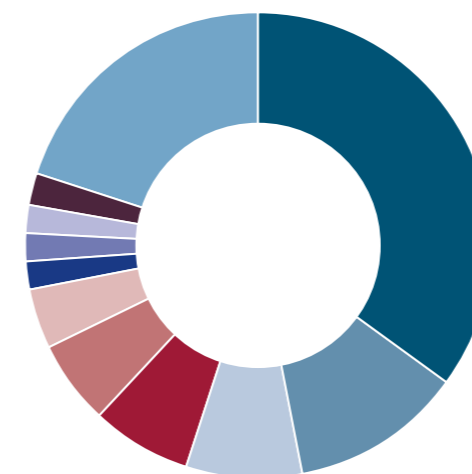
New language versions

We added a significant number of language versions in 2016: In the first quarter, French and Japanese, and towards the end of the year we launched limited versions in Ukrainian, Polish, Portuguese, Swedish, Norwegian, Finnish, and Danish. There are currently **17 language versions** of www.prague.eu, four more will be added in 2017. In terms of the number of language versions, the web site is unique among other European and worldwide destinations.

We achieved a new record in 2016 – the www.prague.eu site was visited by nearly 3 million visitors from 224 countries and territories.

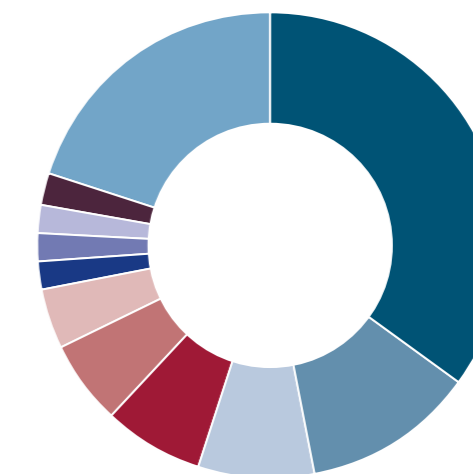
NEJVÝZNAMNĚJŠÍ ZDROJOVÉ ZEMĚ V ROCE 2016

Země	Podíl v %
Česká republika	35
Německo	12
Itálie	8
USA	7
Velká Británie	6
Španělsko	4
Slovensko	2
Rakousko	2
Francie	2
Rusko	2
ostatní země	20
celkem	100,0

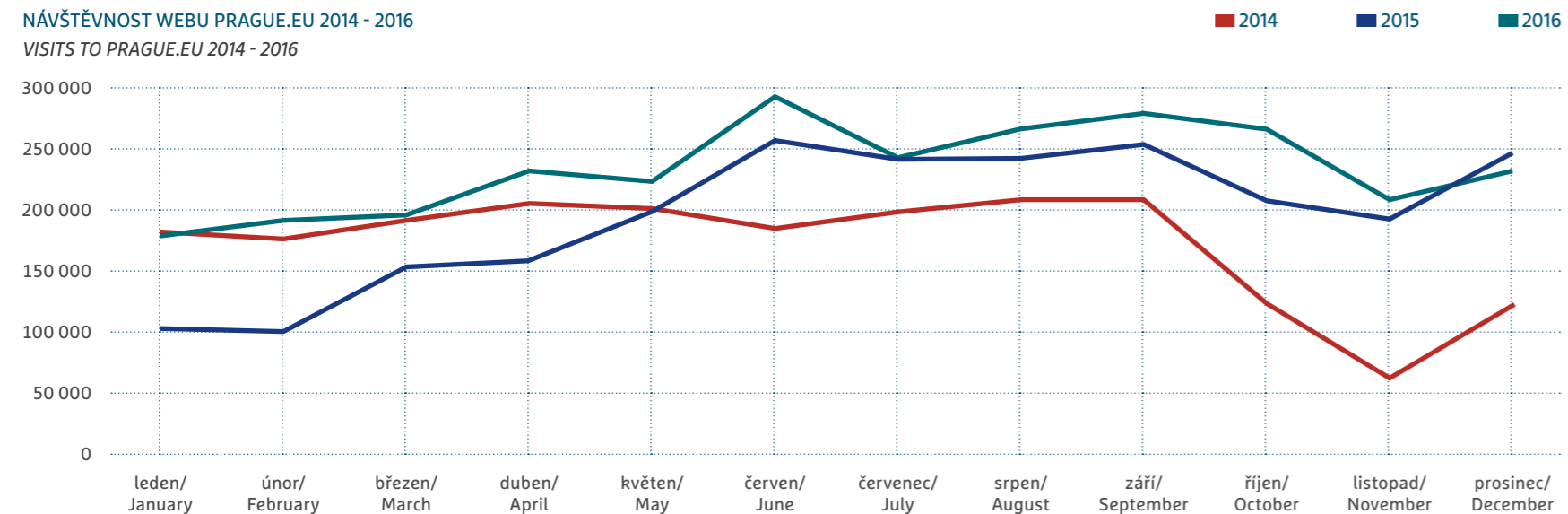


MAIN SOURCE COUNTRIES IN 2016

Country	% share
Czech Republic	35
Germany	12
Italy	8
USA	7
U.K.	6
Spain	4
Slovakia	2
Austria	2
France	2
Russia	2
Other countries	20
overall	100,0



NÁVŠTĚVNOST WEBU PRAGUE.EU 2014 - 2016
VISITS TO PRAGUE.EU 2014 - 2016



Počet návštěv / Number of visits	2014	2015	2016
leden / January	177 096	102 629	177 566
únor / February	160 460	100 518	183 704
březen / March	192 329	151 644	231 170
duben / April	205 893	163 231	225 044
květen / May	201 042	195 315	291 581
červen / June	176 306	256 397	248 743
červenec / July	191 701	237 521	266 321
srpen / August	207 794	237 686	274 101
září / September	204 761	252 061	265 183
říjen / October	151 365	214 193	253 886
listopad / November	77 920	188 020	218 368
prosinec / December	144 624	245 543	235 929
PRŮMĚR NA DEN / DAILY AVERAGE	5730	6424	7925
CELKEM ZA ROK / YEARLY TOTAL	2 091 291	2 344 758	2 871 596



Webová aplikace MyTrip

Novinkou je webová aplikace MyTrip, která funguje jako podsekcce webu Prague.eu a umožňuje uživatelům sestavit podrobný vícedenní itinerář pro návštěvu Prahy, který lze libovolně sdílet i tisknout. Přidávat lze místa zájmu i akce - uživatel si je vkládá do zvoleného dne pomocí technologie Drag and Drop. Aplikace používá moderní technologii REACT Java Sript. S jejím využitím se počítá rovněž v návštěvnických a informačních centrech.

Ocenění

Na 49. ročníku festivalu TourRegionFilm v Karlových Varech obstál náš portál v široké konkurenci a mezinárodní odborná porota mu udělila čestné uznání v kategorii mobilní aplikace a webové stránky.

DISPEČINK PRŮVODCŮ

Dispečink průvodců zajistil v roce 2016 průvodce pro **1180 akcí** (nárůst o 25 akcí oproti roku 2015), jichž se celkem zúčastnilo **12 400 osob** (nárůst o 2800 osob). Nejfrekventovanějším jazykem je angličtina – 397 akcí, dále němčina – 294 akcí a francouzština – 175 akcí. Dalších 83 akcí jsme zajistili pro sektor marketingu a VIP akcí bylo 65.

Pokračuje pravidelná spolupráce se státní správou, konkrétně s ministerstvy zahraničí, školství, mládeže a tělovýchovy a ministerstvem pro místní rozvoj, a dále s městskými částmi (Praha 2, Praha 3, Praha 8). Zajišťujeme průvodce pro akce Protokolu primátorky i pro MHMP obecně, pro PCB a pobočky CzechTourismu. Z větších akcí jsme participovali na organizaci prohlídek pro konferenci Evropský Habitat, Kongres MFF UK, Svaz seniorů ČR, Mezinárodní pěvecký sbor atd.

V poslední době jsou stále více využívány katalogy vycházek, z nichž si klienti mohou prohlídku vybrat dle svého zájmu. Velký ohlas zaznamenaly speciální akce pořádané k výročí Karla IV. a již tradičně pořádané velikonoční a vánoční vycházky.

MyTrip web application

The new MyTrip web application functions as a sub-section of the Prague.eu web site. It enables users to compose detailed multi-day itineraries for their Prague visit which can then be edited, shared, and printed. It's possible to add both points of interest and events to individual days via drag-and-drop. The application uses the modern REACT Java Script technology, which we also plan to utilize in our information and visitor centres.

Recognition

At the 49th TourRegionFilm festival in Karlovy Vary, an international jury awarded our web site an honourable mention in the mobile applications and web sites category.

GUIDE OFFICE

*In 2016 the guide office arranged tour guide services for **1180 events**, i.e. 25 events more than in 2015, which were attended by a total of **12 400 people** (up 2800 over 2015). The most frequently booked tour language was English (397 events), followed by German (294 events) and French (175 events). Another 83 events were booked by the PCT marketing department, plus there were 65 VIP events.*

Our guide office continues working with government offices, e.g. the respective ministries of foreign affairs, education, and regional development, as well as with Prague districts (Prague 2, Prague 3, and Prague 8). We provide services to the Mayor's Protocol and the City Hall in general, for the Prague Convention Bureau, as well as CzechTourism. In terms of larger events held in Prague, we provided specialized excursions for the European Habitat conference, the congress of the Faculty of Mathematics and Physics, the Czech Republic Seniors' Union, the International Choir, and others.

We have recently made increased use of the guided walks catalogue, from which our clients choose their walk based on their interest. Our special events organized for the Charles IV anniversary were especially popular, as were the annual Easter and Christmas themed guided walks.

Prague City Tourism



E-SHOP

Ke stálé nabídce našeho e-shopu (www.eshop.prague.eu) patří on-line prodej vstupenek na námi pořádané vlastivědné vycházky, průvodcovské kurzy, Pražská univerzita pro každého či služby profesionálních průvodců Prahou, merchandisingové předměty a pražská turistická karta Prague Card. Velmi populární je možnost objednání map a brožur z naší produkce zdarma, resp. pouze za poštovné. Za r. 2016 jsme takto poskytli více než 64 000 ks map a brožur. Nejvíce zakázek z e-shopu zasíláme po ČR a po Evropě - nejčastěji do Německa, Velké Británie, Španělska, Belgie, Itálie; mimo Evropu pak do USA, Kanady a Mexika.

MERCHANDISING

V roce 2016 byl dále doplněn sortiment upomínkových a dalších předmětů označených logem Prahy. Významným přírůstkem je soubor obrázkových karet s názvem Hravá Praha, jež slouží jako pomůcka pro zábavné poznávání města rodinami s dětmi. Mezi další přírůstky patří i model letadla (přesná replika letounu Airbus A319 s polepem Prahy), atraktivní zápisník/deníček a nové typy trojrozměrných papírových přání s pražskými motivy nebo nástěnný kalendář na rok 2017.

Prodej se stále zvyšuje i s ohledem na nový sortiment – za rok 2016 se přes e-shop i přímo v turistických informačních centrech prodalo celkem **5200** merchandisingových předmětů.

E-SHOP

Our e-shop (www.eshop.prague.eu) offers admission to our guided Prague cultural history walks, guide training courses, the Everyman's University of Prague, guide services, our branded merchandise, and the Prague Card tourist pass. Another popular service is the option to order any of our maps and brochures for only the cost of postage. In 2016, we sent over 64 000 copies worldwide – most frequently to the Czech Republic, Germany, the United Kingdom, Spain, Belgium, Italy, the United States, Canada, and Mexico.

MERCHANDISE

In 2016 we expanded our range of souvenirs and other products branded with the Prague destination logo. A notable addition was a boxed set of photographic cards titled Playful Prague; the cards serve as a learning tool for families with children discovering Prague in a fun, informal way. Other additions included a model plane (an exact scale replica of the Prague-branded Airbus 319), an attractive journal, new three-dimensional greeting cards with Prague motifs, plus a 2017 wall calendar.

*Sales have been increasing due to the expanded range – in 2016 we sold a total of **5200** merchandise items, both via the e-shop and directly through our information centres.*





Proč návštěvníci chtějí přijet do Prahy?

„V Praze se oceňuje intelekt a je to místo otevřené všem svobodným myšlenkám. Praha inspiruje a podněcuje lidi, aby ze sebe vydali to nejlepší.“

Susan Holman, Saúdská Arábie

Why travellers want to go to Prague?

“In Prague, emphasis is placed on intellect and it is open to all free thinkers. Prague inspires and encourages a person to be the best she can be.”

Susan Holman, Saudi Arabia

EDIČNÍ ČINNOST

Velmi oceňované a žádané jsou naše turistické informační materiály. V průběhu roku 2016 jsme vydali 14 nových titulů a 2 tituly v reedici. **Celkový náklad letáků, map a brožur byl 1 195 800 ks ve 13 jazykových verzích.**

Hned z kraje roku vyšla brožura **Praha Karla IV. – 700 let** připravená k výročí narození Karla IV. Kromě informací o životě této významné osobnosti a jejím vlivu na pražský urbanismus brožura obsahovala i kalendář akcí pořádaných k tomuto výročí v Praze po celý rok 2016.

S karlovským výročím se pojí i brožura **Víno v Praze**, neboť Karel IV. je považován za zakladatele vinařské kultury v českých zemích. Vydaná brožura si vzala za úkol představit návštěvníkům nejen její historii, ale i dynamicky se rozvíjející, ale přesto málo známou pražskou vinnou scénu včetně vinic, vináren, vinných barů a restaurací. Publikace obsahuje i stručný úvod do českých vinných odrůd a návod k tomu, jak nakupovat česká vína. Důraz je však kladen především na kvalitu a rozmanitost gastronomických zážitků, které současná Praha nabízí.

Celkem 5 vycházek Prahou mimo hlavní turistické trasy doporučila brožura **Pět pražských procházek** s podtitulem Nevšední trasy po místech známých i neznámých. Cílem je nabídnout návštěvníkům Prahy konkrétní trasy mimo historické centrum. Brožura přispívá k trendu, který Praha dlouhodobě prosazuje, a to odklonit návštěvníky z přeplněných turistických tras a upozornit je na další zajímavá místa ve městě. Tato brožura se ukázala jako jedna z nejuspěšnějších z řady tištěných prospektů posledních čtyř let.

Od září 2016 vychází v novém rozšířeném formátu a v nové grafické podobě oblíbený kulturní čtvrtletník s názvem **the Prague Preview**. Kromě přehledu nejdůležitějších událostí na následující čtvrtletí nyní přináší i řadu zajímavých článků o Praze a životě ve městě.

PUBLISHING

Our brochures and maps continue to be in high demand and receive wide recognition. In the course of 2016 we published 14 new titles and 2 new editions of previous titles. Overall, we published 1 195 800 brochures in 13 language versions.

*Early in the year we published the **Charles IV and Prague – 700 Years** brochure published on the occasion of the Charles IV birth anniversary. Aside from a text summarizing the key events of Charles' life and his influence on Prague's urbanism, the brochure also included a calendar of all planned events commemorating the anniversary in 2016.*

*The Charles IV anniversary was also reflected in our **Wine in Prague** brochure, since the monarch is considered the founding father of viticulture in the Czech lands. The brochure's aim was not only to detail the history of viticulture in Prague, but also to introduce visitors to the capital's dynamic, fast-developing, yet little-known wine scene including vineyards, wine bars, bistros and restaurants. The publication also included a brief introduction to Czech grape varieties and a guide to buying Czech wines. The main emphasis, however, was placed on the quality and variety of gastronomic experiences Prague currently offers.*

*Five walk routes through Prague were the subject of our **Five Prague Walks** brochure, subtitled *Off the Beaten Track to Places Known and Unknown*. The idea was to provide visitors with specific walking routes outside of the well-trodden historical centre. The brochure followed our long-term objective to divert some tourism traffic away from most heavily utilized locations in the centre by bringing attention to other interesting places in the city. The brochure proved to be one of the most popular titles of the past four years.*

*September 2016 marked the launch of a new, expanded and redesigned version of our popular cultural quarterly with a new title – **The Prague Preview**. In addition to a calendar of the season's most important events, the publication featured a number of interesting articles about Prague and life in the city.*

Ve spolupráci s Magistrátem hl. m. Prahy jsme vydali druhý díl obsáhlé brožury **Za poklady církevní architektury v Praze**. Tentokrát jsme se věnovali církevním stavbám na pravém břehu Vltavy – Starému Městu, Novému Městu, Vyšehradu a Žižkovu.

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

PŘEHLED VYDANÝCH TITULŮ V ROCE 2016 / TITLES PUBLISHED IN 2016

Název/Title	Náklad/ks/Print run/copies	Jazykové mutace/Language versions
Jaro v Praze/Spring in Prague	20 000	CZ, EN
Léto v Praze/Summer in Prague	20 000	CZ, EN
the Prague Preview - Podzim/The Prague Preview – Autumn	25 000	CZ, EN
the Prague Preview - Zima a Vánoce/The Prague Preview – Winter and Christmas	25 000	CZ, EN
Staroměstská radnice v Praze (dotisk)/Old Town Hall in Prague (additional print run)	170 000	CZ, EN, DE, IT, CHIN, JAP, KOR
Inbound Tourism in Prague 2015/Inbound Tourism in Prague 2015	500	EN
Noc hotelů/Night of Hotels	40 000	CZ
Mapa města skladací/City Map of Prague folding map	500 000	CZ, EN, DE, IT, FR, ESP, RUS, POL, CHI, JAP, KOR
Mapa města trhací (dotisk)/City Map of Prague tear-off pad	150 000	CZ, EN, DE, RUS
Praha Karla IV. - 700 let/Charles IV and Prague – 700 Years	35 000	CZ, EN, DE, IT, POL
Pivní průvodce Prahou/The Beer Guide to Prague	40 000	CZ, EN, DE, RUS
Informace pro průvodce Prahou/Prague Tour Guide's Handbook	300	CZ
Za poklady církevní architektury v Praze - pravý břeh/Treasures of Ecclesiastical Architecture: The Right Bank of the Vltava	30 000	CZ
Pět pražských procházek/Five Prague Walks	80 000	CZ, EN, DE, FR, IT, RUS, ESP
Víno v Praze/Wine in Prague	35 000	CZ, EN, FR
Top pražské akce 2016/Top Prague Events 2016	25 000	CZ, EN
Celkem/Total	1 195 800	

Tištěné informační materiály jsou určeny především pro turisty, kteří si je zdarma můžou vyzvednout v našich návštěvnických a informačních centrech. Distribuujeme je však i na veletrzích cestovního ruchu doma i v zahraničí, poskytujeme je odborným asociacím pro jimi organizované akce a v neposlední řadě partnerským organizacím pro jejich zahraniční zastoupení.

Všechny publikace jsou umístěny ke stažení na našem webovém portále a je rovněž možné objednat si jejich zaslání přes náš e-shop.

The Prague Preview – newsletter pro zahraniční odbornou veřejnost a média

Informovat v dostatečném časovém předstihu o významných akcích, projektech, nových turistických objektech a expozicích i o novinkách v oblasti cestovního ruchu je dalším z důležitých úkolů naší organizace. Zahraniční touroperátoři, cestovní kanceláře a agentury i další odborná veřejnost včetně zahraničních médií tak můžou lépe plánovat své cesty do Prahy.

Our printed materials are intended primarily for tourists, who can pick them up free of charge in our information and visitor centres. Additionally, we distribute our literature at domestic and international travel trade shows; provide it to professional associations that hold their events in Prague; and finally, offer it to our partner organizations for their offices abroad.

All of our titles are available for download from our web site (free of charge); hard copies can be ordered through our e-shop for the cost of postage.

The Prague Preview: International newsletter for travel professionals and the media

Among other duties, Prague City Tourism functions as a source of reliable information about important events, developments, new attractions and exhibitions, plus other tourism news items; this information needs to be delivered with sufficient lead time. With our newsletter, foreign tour companies, travel agents and other travel professionals including the media can do a better job of planning and covering travel to Prague.



Newsletter vychází 6x ročně v anglické, německé a ruské verzi. V červnu 2016 jsme připravili ještě speciální číslo prezentující naše hlavní projekty a pražské top eventy pro rok 2017. Newsletter adresně rozesíláme cca 6500 příjemcům.

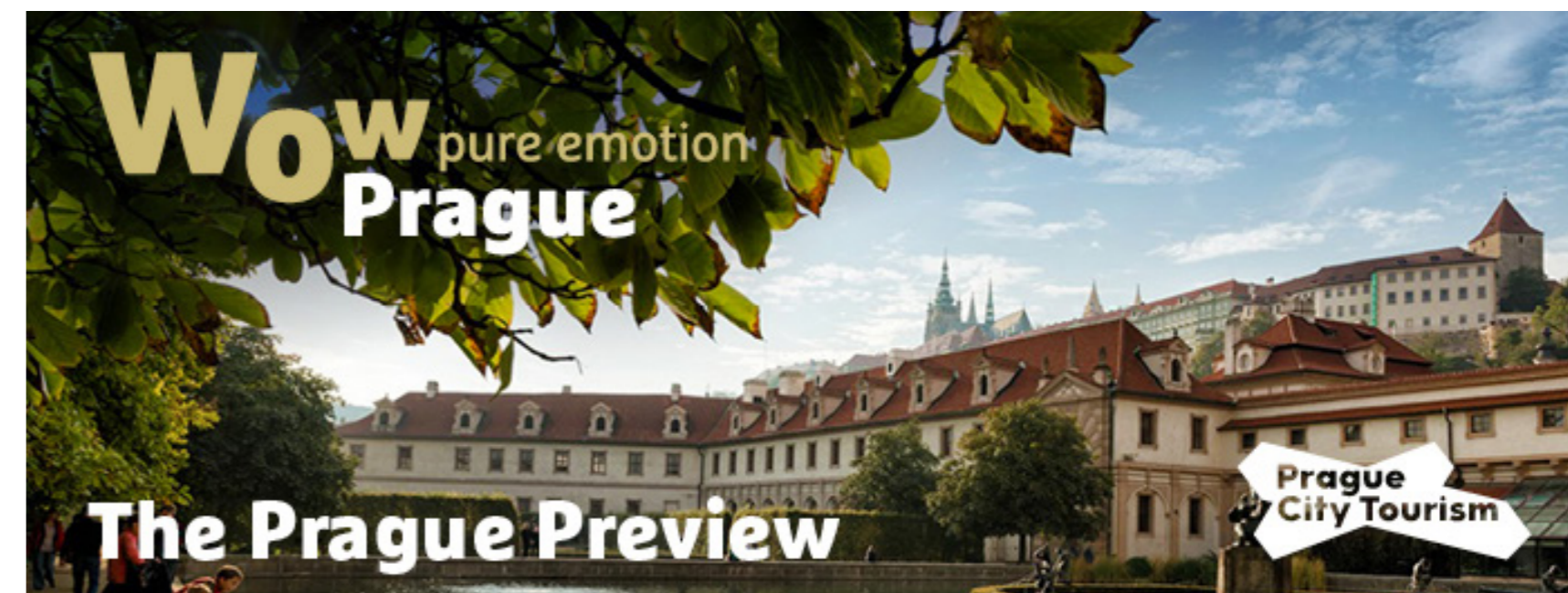
Pro českou odbornou veřejnost, pracovníky cestovního ruchu, průvodce Prahou i pro média vydáváme vždy koncem měsíce **Zpravodaj pro incoming a průvodce**, který shrnuje novinky, zajímavosti a veškeré podstatné informace z oblasti turismu a kultury.

Zasílání obou newsletterů lze objednat na korporátních stránkách www.praguecitytourism.cz i na turistickém portálu www.prague.eu.

The electronic newsletter is published bimonthly in English, German, and Russian. In June 2016 we issued a special edition dedicated to our plans and projects for 2017, as well as the upcoming year's key events. The newsletter is currently distributed to approx. 6500 recipients.

Our Czech-language Guide & Incoming Tourism Newsletter, targeting tour guides and other industry professionals, is published towards the end of each month. It provides a survey of all relevant information from the fields of culture and tourism.

Anyone can easily subscribe to either newsletter via a sign-up form on our web site.



STAROMĚSTSKÁ RADNICE

I v roce 2016 se Staroměstská radnice držela na předních místech žebříčku návštěvnosti historických objektů Prahy i celé České republiky. Národní kulturní památka se setkala s nebyvalým nárůstem počtu turistů. Oproti loňskému roku se návštěvnost objektu zvýšila v průměru o cca 9 % a celkový počet byl rekordních **867 753 návštěvníků**. Největší nárůst jsme zaznamenali v únoru (+ 49 %), nejvytíženějším měsícem byl prosinec (více než 86 000 návštěvníků). Staroměstská radnice vykazala i značný nárůst vstupů na turistickou kartu Prague Card (+ 18 % oproti roku 2015).

Již tradičně byl největší zájem o vyhlídku z ochozu radniční věže, kam zamířilo 90 % všech návštěvníků kulturní památky, prohlídky historických interiérů se zúčastnilo 10 % všech příchozích.

NÁVŠTĚVNOST STAROMĚSTSKÉ RADNICE V ROCE 2016 (POČET OSOB)

Historické interiéry	85 150
Radniční věž	782 603

Mobilní vstupenka

Pro návštěvníky jsme připravili novou službu – od května 2016 si mohou zájemci o vyhlídku z radniční věže zakoupit kromě klasické vstupenky i vstupenku mobilní. Staroměstská radnice se tak stala prvním objektem v ČR, který tento typ nákupu vstupného umožňuje. Tzv. **mVstupenku** lze získat po načtení QR kódu z informačních cedulí v budově radnice nebo přímým nákupem na webové stránce prague.mobiltickets.cz.

OLD TOWN HALL

2016 was yet another year in which the Old Town Hall was among the most visited historic sites in Prague and the Czech Republic. This national cultural monument registered significant growth in visitor figures, up 9% over 2015, totalling **867 753 visitors** per year. The greatest increase occurred in February (+49%) while the busiest month was December (over 86 000 visitors). The Old Town Hall also registered a significant uptick in visits by the Prague Card holders (+18% over 2015).

As in previous years, the vast majority of visitors – 90% – were drawn to the view from the top of the Old Town Hall Tower, while 10% opted for the guided tour of its historical interiors.

OLD TOWN HALL VISITORS, 2016 (NUMBER OF PERSONS):

Historical state rooms	85 150
Old Town Hall Tower	782 603

Mobile tickets

We launched a new service for visitors to Old Town Hall: Starting in May 2016, they can choose between purchasing a paper or mobile ticket (mTicket) to the Old Town Hall Tower. The Old Town Hall is the first venue in Prague offering this type of admission. The **mTickets** can be purchased via scanning a QR code, or directly through web site prague.mobiltickets.cz.

Mobilní vstupenka je jediným typem vstupného, který turistům umožňuje přednostní odbavení při vstupu na věž bez čekání ve frontě. Je levnější než běžná vstupenka a zaujme i bonusový obsah, který si může klient jejím prostřednictvím do svého telefonu stáhnout. Mobilní vstupenku včetně veškerého digitálního obsahu nabízíme ve 13 světových jazycích. Tato novinka se již od počátku těší velké oblibě a její popularita stále stoupá – koncem roku 2016 tvořila již 2 % z celkového objemu zakoupených vstupenek do radnice. V souvislosti se spuštěním systému mobilního vstupného jsme na vybraných místech v objektu instalovali **bezplatné Wi-Fi připojení**, které nákup mVstupenky umožňuje.

Velkou pozornost jsme věnovali i propagaci památky na sociálních sítích, kde Staroměstská radnice doposud chyběla. Na novém oficiálním **profilu na Facebooku** přinášíme zájemcům fakta a zajímavosti z kulturní památky, informace o aktuálním dění či pozvánky na mimořádné akce a prohlídky objektu.



The mobile ticket guarantees its holders priority admission to the tower, without waiting in line. It is cheaper than a regular ticket and provides added value in the form of bonus electronic content. We offer the tickets and related content in a total of 13 languages. This new service has been a success, representing 2% of all admissions sold at the end of 2016, with user rates on the rise. The launch of mobile admission sales necessitated the creation of several **free Wi-Fi zones** in the Old Town Hall, enabling a comfortable mTicket purchase.

Throughout 2016 we paid special attention to social media, where the Old Town Hall previously hadn't had much of a presence. The new **official Facebook page** for the Old Town Hall provides followers with interesting tidbits, information about the latest goings-on, and invitations to special events and tours.



Kulturní a společenské akce

Standardní program na Staroměstské radnici doplnila řada mimořádných akcí. Velké výročí **narození císaře Karla IV.** připomněla tematická trasa městem se zastavením po karlovských památkách. V prostorách radnice ji symbolicky zahájil právě samotný vladař. Osobnost Karla IV. byla také hlavním motivem **výroční turistické známky**, kterou jsme u příležitosti významného jubilea vydali. Oblíbený suvenýr si do konce roku zakoupily téměř dva tisíce domácích návštěvníků.

Řadě akcí pro veřejnost však dominoval druhý ročník oslav výročí založení Staroměstské radnice, které každoročně připadá na 18. září. Akce **Radnice dokořán 2016** měla nevídaný rozsah – zájemcům, kterých bylo více než 3000, jsme během tří dnů zdarma zpřístupnili nejen klasické reprezentační interiéry, ale historicky poprvé jsme do návštěvnické trasy zařadili i celý blok domů západního traktu Staroměstské radnice na Malém náměstí s jejich podzemím. K návštěvě lákal i dům U Minuty, netradičně se otevřely i svatební prostory historické budovy, kanalizace pod radničním areálem nebo východní křídlo radnice s výhlídkovou terasou.

Netradiční program s názvem **Peklem i nebem na Staroměstské radnici** měla akce pro rodiny s dětmi v předvečer svátku sv. Mikuláše. Každou adventní neděli v podvečer odehráli s velkým ohlasem trubači z ochozu věže blok českých i zahraničních vánočních koled. Slavnostním zakončením adventu i celého roku 2016 se stal **vánoční koncert** v Jiříkově síni.

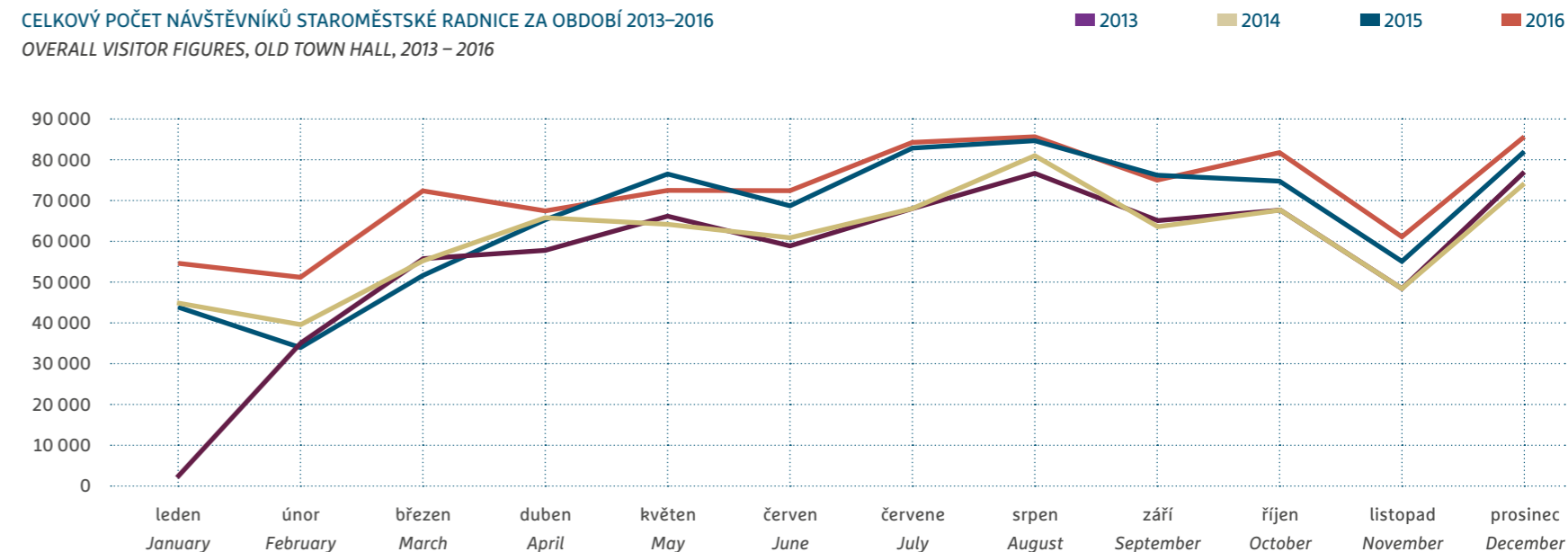
Cultural events

In 2016, our usual schedule of events was enriched by a number of special happenings. The Charles IV anniversary was commemorated with a themed tour of Charles-related sites. The tour was launched at the Old Town Hall by the celebrated monarch himself. His likeness was also chosen as a motif for a commemorative “tourist stamp”, a round wooden plaque we issued on this occasion. This popular souvenir was purchased by nearly 2000 domestic visitors.

Our series of public events culminated with the second annual celebration of the anniversary of the founding of the Old Town Hall, which falls on 18 September. The event, titled Old Town Hall Open Wide 2016, was held in unprecedented scope: For three days, we provided nearly 3000 visitors with free access to all of the Town Hall’s historical interiors, as well as the entire western block of houses in Malé náměstí/Square with their historical underground – this for the first time in history. The U Minuty house was another major draw; visitors could also view the wedding hall, the ancient sewer underneath the Town Hall complex, and the east wing of the Town Hall with its viewing terrace.

To mark the holiday season, a children’s programme titled Through Hell and Heaven at the Old Town Hall took place on the eve of St. Nicholas’ Day (i.e., on 5 December). Additionally, each Sunday during the Advent period, a medley of international Christmas carols was played by our band of trumpeters from the top of the Old Town Hall Tower. The festive season – and with it, the entire year – concluded with a Christmas concert held in the King George Hall.

CELKOVÝ POČET NÁVŠTĚVNÍKŮ STAROMĚSTSKÉ RADNICE ZA OBDOBÍ 2013–2016
OVERALL VISITOR FIGURES, OLD TOWN HALL, 2013 – 2016



Období / Month	leden / January	únor / February	březen / March	duben / April	květen / May	červen / June	červenec / July	srpen / August	září / September	říjen / October	listopad / November	prosinec / December
2013	8059	34 152	56 408	58 318	66 894	59 584	68 426	77 700	65 399	68 123	49 275	77 020
2014	44 530	40 607	55 787	66 044	64 564	61 824	69 681	80 882	64 905	68 369	49 369	73 231
2015	44 287	34 867	51 536	65 200	76 417	69 125	82 777	84 581	76 128	75 042	55 044	81 909
2016	54 536	51 831	72 325	68 857	72 375	72 782	84 425	84 788	76 589	81 101	61 963	86 179

VLASTIVĚDNÉ VYCHÁZKY

Program Pražské vlastivědy si klade za cíl vzdělávat a informovat veřejnost o dějinách Prahy a jejím stavebním vývoji. Vycházky se konají v historickém centru i v okolních čtvrtích, některé jsou speciální (nordic-walking). **V roce 2016 jsme uspořádali 510 akcí, jichž se zúčastnilo více než 16 000 osob a dále 77 individuálně objednaných akcí.**

Průvodci z Pražské vlastivědy zajistili dny otevřených dveří v Poslanecké sněmovně a v budově Ministerstva dopravy. Tradiční už je spolupráce s Národním divadlem, Stavovským divadlem, Rudolfinem nebo Galerií hl. m. Prahy. Pravidelně zprostředkováváme vycházky pro městské části Praha 10 a Praha 3, provedli jsme také několik hudebních vycházek pro festival Pražské jaro a pořádali jsme vycházky a přednášky k **700. výročí narození Karla IV.**

Na jaře roku 2016 jsme zahájili pokračování cyklu speciálních vycházek **Děti, poznejte Prahu II.**, který byl na podzim vystřídán novým dětským cyklem **Děti, objevujte památky Prahy.** Dětské vycházky se těší stále větší oblibě dětí i zájmu rodičů.

Mezi nejnavštěvovanější patřily akce pro děti a velmi úspěšné cykly vycházek Dvory, dvorky, dvorečky Prahy či Průchody a pasáže.

PRAŽSKÁ VLASTIVĚDA V ČÍSLECH

počet vycházek	510
počet návštěvníků	16 035
počet vstupenek prodaných v předprodeji	11 746

PRAGUE CULTURAL HISTORY WALKS

The education department aims to increase awareness among the public at large about Prague's history and development. The department organizes guided walks in and outside the historical centre, including special Nordic walking excursions. **In 2016 we organized 510 events which were attended by more than 16 000 people, plus 77 custom (private) walks.**

Our guides also provided their services during the open house events at the Chamber of Deputies of the Parliament of the Czech Republic and the building of the Ministry of Transport. We continued our long-standing collaborations with the National Theatre, the Estates' Theatre, the Rudolfinum, and the Prague City Gallery. We held regular guided walks in Prague districts 10 and 3, and provided special tours for the Prague Spring International Music Festival. Our guides also led several guided walks and gave lectures dedicated to the **Charles IV 700th anniversary.**

In the spring of 2016 we re-launched a continuing series of special walks titled **Children, Discover Prague, Part 2.** In the autumn, we replaced it with a new series called **Children, Discover Prague Monuments.** The children's walks continue to grow in popularity among children and parents alike.

PRAGUE CULTURAL HISTORY WALKS IN FIGURES

number of walks	510
participants total	16 035
tickets sold in advance	11 746

PRŮVODCOVSKÉ VZDĚLÁVÁNÍ

Zájemci o průvodcovskou činnost si i v roce 2016 mohli vybírat z nabídky akreditovaných kurzů a průvodci z dalšího vzdělávání. V průběhu roku jsme uspořádali 3 kurzy pro oprávnění **Průvodce Prahou a Průvodce cestovního ruchu.** Ve spolupráci s Židovským muzeem v Praze jsme rovněž zorganizovali 2 kurzy **Průvodce Židovského muzea** s celkovým počtem 65 posluchačů.

Kromě akreditovaných kurzů jsme uspořádali 98 oblíbených **doškolovacích akcí**, jichž se zúčastnilo 2033 průvodců.

Naposledy vyšla počátkem roku tištěná verze brožury pro průvodce na sezónu 2016, v dalších letech bude již pouze v elektronické verzi pro stažení.




GUIDE TRAINING AND EDUCATION

In 2016, aspiring tour guides could choose from several accredited courses taught by our experts; working tour guides could take advantage of a number of continuing education events by Prague City Tourism. We organized three guide training courses for those pursuing a **Prague tour guide license** or a **general tour guide license**, plus an additional two specialized courses for aspiring **Jewish Museum guides**, totalling 65 participants.

In addition to officially accredited courses we organized 98 popular **continuing-education events**, which were attended by a total of 2033 guides.

We printed a final edition of our Tour Guide Handbook; future editions will be published in electronic format only.

**Prague Guide License
Průkaz průvodce Prahou
0001**



V průběhu celého roku pokračovala **výměna průvodcovských průkazů**. Tento proces přispěl k revizi aktivních průvodců a výrazně napomohl zlepšit naši již tak dobrou komunikaci s nimi. Aktivní průvodci, jimž byl nový průkaz předán, mají záznam o svých kvalifikačních schopnostech v seznamu průvodců na našem webu.

PRŮVODCOVSKÉ VZDĚLÁVÁNÍ V ČÍSLECH

počet kurzů	6
počet kurzistů	85
počet doškolovacích akcí	98
počet účastníků doškolování	2033
počet vydaných průkazů Průvodce Prahou	829

PRAŽSKÁ UNIVERZITA PRO KAŽDÉHO

I v roce 2016 jsme úspěšně pokračovali v pořádání populárně-vzdělávacích cyklů přednášek a vycházek. Připravili jsme **speciální cyklus zaměřený k 700. výročí Karla IV.** a díky velkému zájmu ze strany veřejnosti jsme jej opakovali. Celkem se do něj přihlásilo 188 posluchačů. Kromě toho jsme připravili zcela nové a rovněž úspěšné cykly. Pražskou univerzitu pro každého navštěvovalo v 11 nabízených cyklech, což představovalo 212 akcí, celkem 623 posluchačů. Posluchači mají nově možnost si cykly kupovat přes e-shop a rovněž veškerá komunikace a informace probíhá přes webov rozhraní. Postupně také dochází k „omlazování“ struktury posluchačů.

PRAŽSKÁ UNIVERZITA PRO KAŽDÉHO V ČÍSLECH

počet nabízených cyklů	11
počet pořádaných akcí	212
počet posluchačů	623

Throughout the year, we continued the process of **tour guide license card replacement**. This enabled us to verify the status of our licensed guides and improve our already good communication with them. All active guides who received their new license cards now have their qualifications listed in the guide section of our web site.

TOUR GUIDE EDUCATION IN FIGURES

Courses taught	6
Course attendance	85
Continuing education events	98
Continuing education participants	2033
Prague Tour Guide licenses issued	829

THE EVERYMAN'S UNIVERSITY OF PRAGUE

In 2016 we continued offering our popular educational lecture—walk series to the general public. We prepared a **special series focused on the Charles IV anniversary**; due to overwhelming interest, we were compelled to run the series a second time, with the attendance totalling 188 people. We also offered other successful series. Overall, the Everyman's University of Prague offered 11 series totalling 212 events attended by 623 participants. Those interested in new courses can now purchase all events online, with all relevant information delivered electronically. The average age of our audience has been dropping.

EVERYMAN'S UNIVERSITY OF PRAGUE IN NUMBERS

Series taught	11
Events total	212
Students enrolled	623



Oddělení statistiky a analýz i v roce 2016 navázalo na úspěšnou spolupráci s ČSÚ. Výsledkem byly pravidelné **čtvrtletní analýzy příjezdového cestovního ruchu v Praze**.

Na základě podkladů získaných od většiny významných pražských kulturních institucí byl v březnu zpracován přehled návštěvnosti pražských památek, výstav a významných kulturních akcí za rok 2015. Veškeré tyto výstupy jsou pravidelně dvojjazyčně zveřejňovány na stránkách www.praguecitytourism.cz a významná data jsou rovněž předávána do informačního systému **TourMIS** (organizuje Model University z Vídně pro European Cities Marketing).

Stěžejní číselné údaje popisující příjezdový cestovní ruch v Praze se staly obsahem letáku Inbound Tourism in Prague 2015, který slouží jako základní informační zdroj pro odborníky z oboru cestovního ruchu.

PRŮZKUM MEZI NÁVŠTĚVNÍKY PRAHY

V roce 2016 pokračovalo ve spolupráci s firmou GfK Czech, s.r.o. plnění tříletého průzkumného projektu **Srovnávací analýza v příjezdovém cestovním ruchu v Praze 2014 – 2017**. Cílem akce je zaznamenat a vyhodnotit názory kvalitního vzorku návštěvníků Prahy. Byly realizovány další dvě vlny dotazování a nastartováno v pořadí již páté kolo terénního šetření.

Dosavadní výsledky vycházejí z názorů 6161 respondentů ze 113 zemí světa. Cílové osoby pro průzkum jsou ostlovány v předem určených 26 až 33 lokalitách na základě náhodného výběru. Respondentům je položeno až 21 otázek, odpovídat mohou ve dvanácti jazycích.

V souladu s oficiálními statistikami návštěvnosti převažují v průzkumu hosté z Evropy, z jednotlivých zemí pak z Německa, Itálie, Francie, Spojeného království, USA a Ruska. Do Prahy přijíždějí všechny věkové kategorie, nejvýrazněji jsou zastoupeni mladí lidé ve věku 20-29 let.

*Continuing our fruitful relationship with the Czech Statistical Office, we published regular **quarterly analyses of incoming tourism to Prague**.*

*Drawing on data provided by most major Prague cultural institutions and monuments, in March 2016 we published an overview of 2015 visitor figures for Prague monuments, exhibitions, and major cultural events. The information was published in Czech and English on www.praguecitytourism.cz with periodic updates; the most significant data was additionally provided to the **TourMIS** information system administered by the Modul University, Vienna, for European Cities Marketing.*

The most important figures describing Prague's incoming tourism were included in our Inbound Tourism in Prague 2015 flyer, which serves as an essential information resource for tourism professionals.

RESEARCH: PRAGUE VISITORS POLL

*In 2016 we continued our three-year research project with the prominent polling agency GfK, titled **Comparative Analysis of Incoming Tourism in Prague, 2014-2017**. Its objective was to record and evaluate the opinions of a representative sample of Prague visitors. Two more rounds of field interviews were carried out, with the fifth round commenced.*

Our existing results so far are based on the answers of 6161 respondents from 113 countries. The subjects were randomly picked in 26-33 predetermined locations. There were 21 questions in each interview, with 12 language versions available.

Confirming existing statistical data, most visitors hailed from Europe; in terms of individual countries, visitors tended to come from Germany, Italy, France, the United Kingdom, the United States, and Russia. All age groups visited Prague, with the 20-29 age group being the most prominent.

Většina návštěvníků si Prahu zvolila jako jediný cíl své cesty, v letním období poměrně vysoké procento hostů navštívilo současně i jiné evropské destinace – nejčastěji Vídeň, Budapešť a Berlín. Z dalších míst v ČR se turisté nejčastěji nechali zlákat Českým Krumlovem, Karlovými Vary, Kutnou Horou nebo Brnem.

Převažující část návštěvníků je v Praze poprvé. Nejčastěji jmenovaným důvodem pro návštěvu města jsou pražské památky, historie a architektura. Praha se stále více profiluje jako město, které láká v první řadě individuální turisty.

Přes 70 % osob čerpalo před začátkem své cesty informace na internetu. Přibližně třetina návštěvníků využila zkušenosti příbuzných či známých, kteří zde byli již dříve, dalším významným zdrojem informací byl tištěný průvodce.

V místě pobytu se více než 60 % hostů informovalo elektronicky, druhým nejrozšířenějším informačním zdrojem byla papírová mapa, téměř třetina návštěvníků hledala inspiraci v knižním průvodci. V mnoha případech samozřejmě docházelo k různým kombinacím několika zdrojů.

Pro svůj pobyt v Praze získali hosté finanční hotovost nejčastěji výměnou ve směnárně v České republice nebo výběrem z bankomatu. Budeme-li abstrahovat od výdajů za cestu do Prahy, utratili turisté nejvíce peněz za ubytování (průměrně 3600 Kč za pobyt).

Nejvyšší procento návštěvníků zaujaly v Praze její hlavní turistické magnety – v první řadě Pražský hrad a Karlův most. Na dalších místech jsou Staroměstské náměstí, Staré Město a historické objekty v centru.

Nejlépe o spokojenosti hostů s návštěvou Prahy hovoří čísla o úmyslu vypravit se do české metropole znovu. Přes 80 % dotazovaných by se do Prahy rádo vrátilo, 55 % návštěvníků dokonce rozhodně.

Základní výsledky za první čtyři vlny průzkumu byly zveřejněny na stránkách www.praguecitytourism.cz. Poslední dvě kola terénního šetření se uskutečnil během roku 2017.

Most visitors picked Prague as their sole trip destination; in the summer, a high percentage combined visiting Prague with other European destinations, most frequently Vienna, Budapest, and Berlin. For those visitors opting to visit other Czech destinations, the most popular choices were Český Krumlov, Karlovy Vary, Kutná Hora, and Brno.

The majority of visitors arrived in Prague for the first time. The most frequently cited reasons for their visit were Prague's monuments, history, and architecture. Prague continues the trend of becoming a destination favoured by individual travellers rather than groups.

Over 70% visitors gathered information online prior to their trip. Roughly a third availed themselves of the experience of their family and friends who had visited Prague; another significant source of information was a printed guide.

Once in Prague, over 60% visitors used electronic information; the second most used resource was a paper map, nearly a third of visitors used a printed guidebook. In many cases, several resources were used simultaneously.

To obtain currency for their Prague stay, most visitors used Czech Republic-based exchange offices or ATMs. Aside from travel costs, the respondents' most significant expenditure was accommodation, averaging 3600 CZK per stay.

The highest percentage of respondents visited Prague's chief tourism magnets – Prague Castle and Charles Bridge, followed by Old Town Square, the Old Town, and the buildings of the historical centre.

The satisfaction rate was best captured by numbers detailing the visitors' intent to return to Prague. Over 80% of those polled expressed a desire to do so, with 55% stating "definitely".

The basic results of the first four rounds of research were published on www.praguecitytourism.cz. The final two rounds of interviews will be carried out in 2017.

A group of people are enjoying a meal and drinks on a rooftop terrace. In the foreground, a man in a grey shirt is seen from the back, holding a glass of beer. A woman in a white jacket is smiling at him. Another woman in a blue denim jacket is looking towards the man. A man in a pink shirt is drinking beer. On the table, there is a plate of food, including bread and fried items, and several glasses of beer. In the background, other people are sitting at tables, and the view shows a city with red-tiled roofs.

Proč návštěvníci chtějí přijet do Prahy?

„Chci si ověřit, jestli je v Praze opravdu pivo tak dobré, že se z odpůrce piva stane jeho milovník.“

Elise Bankier, Tewinga, Austrálie

Why travellers want to go to Prague?

“I want to see if the beer in Prague is really good enough to convert a beer hater into a beer lover.”

Elise Bankier, Tewinga, Australia

ROK 2016 V ČÍSLECH PRAGUE CITY TOURISM

- 2 871 596** návštěv na www.prague.eu z 224 zemí a území světa
- 2 214 296** návštěvníků turistických informačních center
- 1 195 800** ks vydaných turistických brožur, map a letáků
- 1 194 237** zodpovězených dotazů v turistických informačních centrech
- 867 753** návštěvníků Staroměstské radnice
- 195 153** fanoušků na Facebooku Prague.eu
- 64 000** ks tištěných turistických materiálů objednaných přes e-shop
- 20 578** fanoušků na Facebooku Prague City Tourism
- 16 035** účastníků vlastivědných vycházek
- 12 000** svazků má knihovna PCT
- 7925** návštěv denně na portálu www.prague.eu (průměr)
- 5200** prodaných merchandisingových předmětů
- 4020** vyřízených písemných a telefonních dotazů
- 1180** akcí zajištěných dispečinkem průvodců
- 623** účastníků Pražské univerzity pro každého
- 510** uspořádaných vlastivědných vycházek
- 442** vyřízených objednávek z e-shopu
- 350** výstupů v tištěných, on-line i audiovizuálních domácích médiích
- 453** účastníků fam tripů a press tripů
- 140** fam tripů a press tripů, na nichž se PCT podílela
- 98** doškolovacích akcí pro průvodce
- 17** jazykových mutací má turistický portál www.prague.eu
- 8** veletrhů v ČR i v zahraničí s účastí PCT
- 5** turistických informačních center ve správě PCT

2016 IN PRAGUE CITY TOURISM FIGURES

- visits to www.prague.eu from 224 countries and territories*
- visits to tourist information centres*
- brochures, maps, and flyers published*
- enquiries answered in PCT tourist information centres*
- visitors to Old Town Hall*
- Prague.eu Facebook fans*
- copies of printed materials ordered via e-shop*
- Prague City Tourism Facebook fans*
- Prague cultural history walk participants*
- volumes in the PCT library*
- average daily visits to www.prague.eu*
- merchandise items sold*
- telephone and written enquiries answered*
- events booked by the Guide Office*
- students enrolled in Everyman's University of Prague*
- cultural history walks realized*
- e-shop orders fulfilled*
- domestic media hits (print, online, audio-visual)*
- press and fam trip participants*
- press and fam trips co-organized by PCT*
- continuing-education events for guides*
- language versions of www.prague.eu*
- trade shows exhibited at in the Czech Republic and abroad*
- tourist information centres run by PCT*



Hlavní činnost

Hlavní činnost Prague City Tourism byla v roce 2016 charakterizována úzkou provázaností s marketingovým plánem roku 2016, kde největším tématem bylo 700. výročí narození Karla IV. Hlavními pilíři marketingového plánu byly dvě vysoutěžené významné veřejné zakázky z předchozích let na propagaci Prahy v oblasti cestovního ruchu na internetu a sociálních sítích pro roky 2014 až 2017 v celkové hodnotě 50 mil. Kč. Výsledky obou zakázek jsou průběžně monitorovány, vyhodnocovány a prezentovány.

Dále naše organizace realizovala velký projekt Efektivní propagace a kontinuální marketingové podpory sedmi významných kulturních akcí a řadu menších, stále však aktuálních marketingových projektů, jakými jsou romantická a svatební turistika, pražská gastronomie a víno, Praha jako evropské hlavní město sportu, Praha filmová, dále pronájem reklamní plochy na letadle ČSA, kde došlo k prodloužení smlouvy na další dva roky, a nový polep letadla společnosti Austrian Airlines na dobu 5 let. Nutno zmínit účast na významných domácích a mezinárodních konferencích a veletrzích (Londýn, Berlín) a MICE veletrzích (Frankfurt, Barcelona) a pořádání fam tripů a press tripů.

Z finančního pohledu byl rok 2016 velmi úspěšný, protože se organizaci podařilo držet náklady na rozpočtované úrovni a současně se povedlo oproti rozpočtu navýšit výnosy jak v hlavní, tak i ve vedlejší činnosti. **Hospodářský výsledek v hlavní činnosti skončil velkou úsporou ve výši 16,4 mil. Kč a v doplňkové činnosti ziskem ve výši 5,1 mil. Kč.** Z této získané finanční úspory se budou postupně financovat projekty prezentace hl. m. Prahy na Holiday World 2017, spolupráce střeoevropských měst Praha – Berlín – Vídeň, marketingová kampaň pro domácí turismus na rok 2017, prezentace hl. m. Prahy na turistických veletrzích v Číně v roce 2017 a výběrové řízení na provozatele propagace na největších sociálních sítích.

Core activities

Prague City Tourism's core activities in 2016 were closely tied to the execution of our marketing plan with the Charles IV 700th birth anniversary as the main theme. The pillar of our marketing activity was a major online and social media marketing campaign resulting from two separate public tenders worth a combined total of CZK 50 mil. and spread over the years 2014-2017. The campaign results have been monitored, analysed, and published.

Another major project we realized in 2016 focused on the promotion and continuous marketing support of seven major events held annually in Prague. We also concentrated on smaller ongoing marketing projects such as romantic and wedding tourism, gastronomy and wine, Prague as the 2016 European Capital of Sport and and a film destination. We extended our Czech Airlines contract for the visual branding of one of their aircraft by another two years and signed a five-year contract with Austrian Airlines for a similar, though physically smaller, branding display. Last but not least, we exhibited at several major domestic and international trade shows and fairs, both leisure- and MICE-oriented (WTM London, ITB Berlin; IMEX Frankfurt, ibtm world Barcelona), as well as organized numerous fam and press trips.

Financially speaking, 2016 was very successful, as we managed to keep our costs within the budget and simultaneously increased revenue from both our core and supplemental activities. Our economic results show significant savings both in the area of core activities where we saved CZK 16.4 mil., and in the area of supplemental activities where our savings amounted to CZK 5.1 mil. These funds will be utilized in 2017 to fund the Prague presentation at the Holiday World trade show in Prague, two trade shows in China, our new collaborative project with Berlin and Vienna, our 2017 domestic tourism campaign, and finally, a new 12-month contract for a social media campaign by a new provider resulting from a public tender.

V hlavní činnosti Prague City Tourism dosáhla v roce 2016 výnosů ve výši 91 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. Celkové náklady skončily ve výši 113 mil. Kč, což je překročení upraveného ročního rozpočtu jen o 1 %. 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. Dalšími zdroji příjmů byly komisionární prodeje služeb a zboží v turistických informačních centrech a na Staroměstské radnici a dále prodeje z našeho e-shopu a průvodcovské služby.

Z finančního pohledu dosáhla organizace mimořádného hospodářského výsledku (zisku) ve výši 5,1 mil. Kč, což je oproti plánovanému rozpočtu o 105 % více. Celkové výnosy byly ve výši 63 mil. Kč, což je oproti plánovanému rozpočtu o 34 % více. Celkové náklady byly 58 mil. Kč, což je nárůst oproti ročnímu rozpočtu o 30 %.

Our 2016 revenue from core activities amounted to CZK 91 mil., which represents 24% over our budget projections. The main revenue component was Old Town Hall admission, with the City of Prague being the building's owner and Prague City Tourism running its daily operation including visitor services. Our overall costs amounted to CZK 113 mil., exceeding our budget projections by a mere 1%. The largest expenditures were our marketing and promotional projects, along with payroll.

Supplemental activities

The main source of revenue from our supplemental activities was the Prague Card project. Other sources were commissions from the sale of services and goods at our tourist information centres, the Old Town Hall, and our e-shop, as well as commission from the sale of tour guide services.

From a financial standpoint, the organization achieved an exceptional economic result – a net profit of CZK 5.1 mil., which represents 105% over the planned budget. The overall revenue was CZK 63 mil., representing 30% over the budget.

ROZBOR HOSPODAŘENÍ PCT ZA ROK 2016

PCT FINANCIAL RESULTS 2016

HLAVNÍ ČINNOST / CORE ACTIVITIES

v tis. Kč / in thousand CZK

	Rozpočet 2016 / Budget 2016	Skutečnost 2016 / Actual 2016	% plnění k rozpočtu / % actual vs. budget	Skutečnost 2015 / Actual 2015
VÝNOSY celkem / REVENUE total	74 000,0	91 443,0	124%	78 293,0
z toho: / of which:				
ze vstupného / Admission sales	70 000,0	86 511,0	124%	72 665,0
z prodeje služeb / Service sales	3 500,0	3 281,0	94%	5 337,0
ostatní výnosy / Other revenue	500,0	1 651,0	330%	291,0
NÁKLADY celkem / COSTS total	112 506,9	113 575,0	101%	105 403,0
z toho vybrané položky / of which:				
Spotřebované nákupy / Purchases	4 250,0	4 541,0	107%	3 947,0
z toho: / of which:				
spotřeba materiálu / Materials consumed	3 500,0	3 372,0	96%	3 254,0
spotřeba energie / Energies consumed	750,0	1 169,0	156%	693,0
Služby - z toho: / Services, of which:	51 998,6	40 108,0	77%	44 049,0
opravy a udržování / Repairs and maintenance	500,0	770,0	154%	329,0
cestovné / Travel expenses	900,0	678,0	75%	840,0
náklady na reprezentaci / Entertainment expenses	250,0	242,0	97%	92,0
nájemné a služby nebytových prostor / Lease and services of non-residential premises	1 500,0	1 356,0	90%	1 881,0
úklid / Cleaning	500,0	442,0	88%	481,0
výkony spojů / Telecommunications	1 000,0	780,0	78%	962,0
ostraha objektů / Facility security	800,0	848,0	106%	782,0
propagace / Promotion, advertising	40 700,0	28 373,0	70%	29 898,0
Osobní náklady / Personnel costs	37 765,3	39 289,0	104%	36 454,0
z toho: / of which:				
mzdové náklady / Payroll	22 145,3	22 295,8	101%	20 917,0
ostatní osobní náklady / Other personnel costs	7 000,0	6 959,0	99%	6 441,0
zákonné sociální pojištění / Mandatory social insurance	7 270,0	8 751,0	120%	8 144,0

zákonné sociální náklady - FKSP / Mandatory social costs - Cultural and Social Needs Fund	320,0	335,0	105%	209,0
Daně a poplatky / Taxes and fees	300,0	343,0	114%	339,0
Ostatní náklady / Other costs	3 000,0	7 692,0	256%	4 231,0
z toho: / of which:				
smluvní pokuty a úroky z prodlení / Contractual penalties and interest on late payments	0,0	0,0	0%	0,0
jiné pokuty a penále / Other penalties & fines	0,0	3,0	0%	0,0
manka a škody / Deficits and damages	0,0	0,0	0%	0,0
Odpisy dlouhodobého majetku / Fixed asset depreciation	3 693,0	3 587,0	97%	3 933,0
z dotace HMP / From City of Prague subsidies	3 693,0	3 587,0	97%	3 933,0
ze státní dotace a zahraničí / From government & foreign subsidies	0,0	0,0	0%	0,0
Drobný dlouhodobý majetek / Minor fixed assets	500,0	461,0	92%	704,0
Daň z příjmů / Income tax	11 000,0	17 555,0	160%	11 746,0
Hospodářský výsledek / Net income (NI)	-38 506,9	-22 132,0	57%	-27 110,0
Neinvestiční příspěvek / Non-investment subsidies (NIS)	38 506,9	38 507,0	100%	37 341,4
Státní dotace / Government subsidies	0,0	0,0	0%	0,0
Ostatní / Other	0,0	0,0	0%	0,0
Celkový výsledek hospodaření / Net income	0,0	16 375,0	0%	10 231,4

(+ zisk, - ztráta) / (+ profit, - loss)

ROZBOR HOSPODAŘENÍ PCT ZA ROK 2016

PCT FINANCIAL RESULTS 2016

DOPLŇKOVÁ ČINNOST / SUPPLEMENTAL ACTIVITIES

v tis. Kč / in thousand CZK

	Rozpočet 2016 / Budget 2016	Skutečnost 2016 / Actual 2016	% plnění k rozpočtu / % actual vs. budget	Skutečnost 2015 / Actual 2015
VÝNOSY celkem / REVENUE total	47 000	63 141	134%	44 650
tržby za prodané zboží / revenue from goods sold	0	55 275	0%	38 977
NÁKLADY celkem / COSTS total	44 500	58 007	130%	42 171
z toho vybrané položky / of which:				
Spotřebované nákupy / Purchases	37 400	50 178	134%	36 144
z toho: / of which:				
spotřeba materiálu / Materials consumed	150	115	77%	101
spotřeba energie / Energies consumed	50	53	106%	35
prodané zboží / Goods sold	0	50 010		36 008
Služby / Services	3 500	3 754	107%	2 815
z toho: / of which:				
opravy a udržování / Repairs and maintenance	20	52	260%	14
cestovné / Travel expenses	20	16	80%	15
nájemné a služby nebytových prostor / Lease and services of non-residential premises	200	117	59%	142
úklid / Cleaning	50	35	70%	40
výkony spojů / Telecommunications	60	51	85%	48
Osobní náklady / Personnel costs	2 465	2 259	92%	2 068
z toho: / of which:				
mzdové náklady / Payroll	1 512	1 412	93%	1 294
ostatní osobní náklady / Other personnel costs	395	229	58%	247
zákonné sociální pojištění / Mandatory social insurance	515	535	104%	473

zákonné sociální náklady - FKSP / Mandatory social costs – Cultural and Social Needs Fund	23	21	91%	13
Daně a poplatky / Taxes and fees	20	13	65%	18
Ostatní náklady / Other costs	15	660	4 400%	13
z toho / of which:				
smluvní pokuty a úroky z prodlení / Contractual penalties and interest on late payment	0	0	0%	0
jiné pokuty a penále / Other penalties & fines	0	0	0%	0
manka a škody / Deficits and damages	0	1	0%	0
Odpisy dlouhodobého majetku / Fixed asset depreciation	550	189	34%	496
z toho: / of which:				
z budov a staveb / Buildings and structures	0	0	0%	0
zařízení / Facilities & equipment	550	189	34%	496
Drobný dlouhodobý majetek / Minor fixed assets	50	30	60%	10
Daň z příjmů / Income tax	500	924	185%	607
HOSPODÁŘSKÝ VÝSLEDEK / Net income (NI)	2 500	5 134	205%	2 479

(+ zisk, - ztráta) / (+ profit, - loss)

Díky velmi pozitivnímu vývoji příjezdového cestovního ruchu v roce 2016 **Praha opět přepsala své vlastní rekordy** z minulých let. V celkovém počtu příjezdů byla překonána sedmimilionová hranice. Pražská hromadná ubytovací zařízení zaznamenala příjezd **7 070 054 hostů**, z toho 6 051 430 osob (tj. 85,6 %) přicestovalo ze zahraničí, 1 018 624 (14,4 %) byli rezidenti. Celkem se v Praze ubytovalo o 464 278 osob více (+7,0 %) než před rokem. Meziroční přírůstek na straně nerezidentů dosáhl hodnoty 336 595 hostů (+5,9 %), rezidentů přibylo 127 683 (+14,3 %).

Výrazně se opět zvýšil i **počet přenocování**, a to na **16,6 milionu**. Praha rovněž obhájila svou pozici nejnavštěvovanějšího kraje České republiky, do kterého se v průběhu roku 2016 podívalo 65,2 % z celkového počtu zahraničních hostů naší země.

Rok 2016 potvrdil trend narůstajícího počtu příjezdů v průběhu celého roku. Při porovnání dat za jednotlivé měsíce nedošlo v žádném z nich k meziročnímu poklesu. Více než 30 % návštěvníků si pro cestu do Prahy zvolilo nepřekvapivě třetí čtvrtletí, které je také jediné, v němž počet návštěvníků přesáhl dva miliony osob. **Nejúspěšnějším měsícem se stal červenec s 735 727 hosty**. Nejmarkantnější přírůstek celkového počtu hostů (o více než 70 tisíc osob) znamenala Praha v březnu, což byl důsledek dřívějšího termínu Velikonoc ve srovnání s předchozím rokem. Dalšími měsíci, kdy Praze výrazně přibylo hostů, jsou prosinec (výrazný vliv změny chování Rusů) a únor.

Nejméně příjezdů vykazala ubytovací zařízení v **prvním čtvrtletí**. Počet hostů v lednu nedosáhl ani poloviny červencových hodnot. U rezidentů v souladu s obvyklými zvyklostmi gradovala návštěvnost až v závěru roku. Nejvíce jich do metropole zavítalo během listopadu (více než 100 tisíc) a jen o 5,5 tisíce méně v prosinci.

Thanks to robust growth in incoming tourism throughout 2016, Prague once again **broke its own records** from the previous years, with the overall arrivals figure passing the seven million mark for the first time. Prague's accommodation facilities registered a total of **7 070 054 arrivals**, of which 6 051 430 visitors (i.e., 85.6%) came from abroad and 1 018 624 (14.4%) were Czech Republic residents. Overall, Prague's accommodation facilities were used by 464 278 more people (+7.0%) than in the previous year. The year-on-year growth among non-residents amounted to 336 595 guests (+5.9%) while the increase in resident arrivals was 127 683 (+14.3%).

There was also a significant increase in overnights, which reached a total of **16.6 million**. Prague also remained the most visited region of the Czech Republic, with 65.2% visitors choosing Prague as a destination there.

2016 continued the trend of increasing arrivals throughout the year. When comparing the individual months year-on-year, no single month saw a decrease in arrivals. Unsurprisingly, over 30% visitors chose to travel to Prague during the third quarter, which was the only quarter during which arrivals exceeded two million persons. **The most successful month was July with 735 727 guests**. The most significant increase in arrivals (by more than 70 000 persons) was recorded in March, a direct result of the Easter holidays falling into an earlier period than in the previous year. Other months that registered marked increases in arrivals were December (which was influenced especially by a change of trend in the Russian market) and February.

The lowest arrival figures were registered in the first quarter, with January arrivals amounting to less than 50% of the July figure. In terms of arrivals by Czech Republic residents, the numbers rose – as is typical – towards the end of the year. The highest number of Czech residents visited Prague in November (over 100 000) and December (94 500).

Z **Evropy** (bez započítání Ruské federace) **přijelo 65,3 % všech zahraničních hostů**, 16,5 % přijelo z Asie, 8,6 % ze Severní Ameriky, 4,6 % z Ruska, 2,8 % z Jižní a Střední Ameriky, 1,5 % z Austrálie, Oceánie a Nového Zélandu, 0,6 % z afrických zemí. Přírůstek Evropanů přitom činil 225 468 osob (6 %), přírůstek Asijských hostů (14,5 %) a úbytek samotných Rusů se zastavil na čísle 15,5 tisíce osob (-5,3 %).

Nejvyšší podíl na návštěvnosti ze zahraničí měli hosté z Německa (14,4 %), kterých bylo 872 342, tedy ještě o 42 784 (+5,2 %) více než v roce předchozím. **Druhé** v pořadí jsou **USA**, avšak počet hostů z této země je ve srovnání s Německem přibližně jen poloviční. **Třetí** pozici obhájilo **Spojené království Velké Británie a Severního Irsku**.

Mezi zeměmi TOP 10 z hlediska počtu příjezdů se neobjevila žádná nová, nejvýraznější změnou je upevnění pozice Jižní Koreje, která je v celkovém pořadí sedmá. Celkové množství hostů z Asie se přiblížilo hranici jednoho milionu. Bez mála polovina z nich přicestovala z Jižní Koreje nebo z Číny. **Korejců přibylo 42 tisíc (22,1 %), Číňanů 25 tisíc (12,9 %)**; tempo růstu už je však u těchto dvou zemí pomalejší, než tomu bylo před rokem.

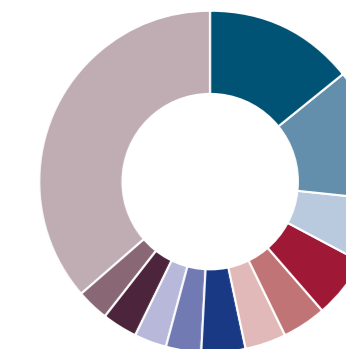
NÁVŠTĚVNÍCI Z HLAVNÍCH ZDROJOVÝCH ZEMÍ V ROCE 2016
VISITORS FROM MAIN SOURCE COUNTRIES IN 2016

Země / Country	Počet hostů / Number of guests	Podíl hostů v % / % share
Rezidenti / Czech Republic residents	1 018 624	14,4
Německo / Germany	872 342	12,3
USA / United States	448 318	6,3
Spojené království / United Kingdom	405 321	5,7
Itálie / Italy	299 468	4,2
Slovensko / Slovakia	280 559	4,0
Rusko / Russia	279 833	4,0
Jižní Korea / South Korea	232 058	3,3
Francie / France	225 417	3,2
Polsko / Poland	225 061	3,2
Čína / China	224 527	3,2
Ostatní země / Other countries	2 558 526	36,2
celkem / Total	7 070 054	100,0

Europe (not counting the Russian Federation) **accounted for 65.3% of all foreign guests**; 16.5% came from Asia; 8.6% from North America; 4.6% from Russia; 2.8% from Central and South America; 1.5% from Australia, Oceania, and New Zealand; and 0.6% from Africa. Europe-based growth represented a total of **225 468 persons** (6%); Asia registered an increase of 126 268 guests (14.5%); and finally, the year-on-year deficit in Russian arrivals reached 15 500 guests (-5.3%).

The largest share of arrivals was contributed by Germany (14.4%), with 872 342 arrivals, representing a 42 784 person (+5.2%) increase over 2015. The **second largest arrival figure was the United States**, at roughly 50% of the German figure, while the **United Kingdom** maintained its **third position**.

There was no major change in the ranking of the top ten markets, with the notable exception South Korea, which strengthened its position as No. 7. Overall, Asian arrivals approached the one million mark. Nearly half came from South Korea or China. There was an increase of **42 000 in Korean arrivals (22.1%)** and **25 000 (12.9%) in Chinese arrivals**. Nonetheless, the growth rate in both markets has slowed down.



Zdroj: Český statistický úřad, www.czso.cz 8. 2. 2017/ Source: Czech Statistical Office, www.czso.cz, 8 Feb. 2017

Po neúspěšném vývoji návštěvnosti z **Ruska** v předchozích dvou letech, jehož počátek je možné dohledat již v březnu 2014, je v závěrečné části roku 2016 evidentní **příznivý obrat**. V souhrnu za celý rok sice Rusů o 5,3 % ubylo, ale výsledek čtvrtého čtvrtletí již představuje přírůstek o 27,8 %.

Výrazně přibylo návštěvníků ze Slovenska (39 tisíc), Polska (28 tisíc), Izraele (25 tisíc), Spojeného království (21 tisíc), ale i Španělska (17 tisíc), Nizozemska (16 tisíc) nebo Maďarska (14 tisíc). **Nejzřetelnější pokles** návštěvnosti je patrný u Japonců (-17 tisíc osob), přičemž hostů z této země ubývalo ve všech měsících sledovaného období a ani poslední čtvrtletí roku zatím nesignalizuje změnu.

Z celkového počtu 55 sledovaných zemí a území u 36 z nich zaznamenal ČSÚ přírůstky množství hostů a u 19 byl zaznamenán úbytek počtu příjezdů do Prahy.

Počet přenocování v pražských hromadných ubytovacích zařízeních dosáhl hodnoty **16 674 820 nocí**, což je o 757 555 nocí (4,8 %) více než tomu bylo před rokem.

Nerezidenti strávili v Praze 14 892 026 noclehů (89,3 %), domácí návštěvníci 1 782 794 (10,7 %). Zahraniční návštěvníci tak navýšili meziročně počet přenocování o 550 937 (3,8 %), rezidenti o 206 618 (13,1 %).

Podíl Evropanů na celkovém počtu přenocování nerezidentů činil **65,1 %**, na Asijce připadá 14,6 %, na Severní Ameriku 8,5 %, na Rusko 6,9 %, na Jižní a Střední Ameriku 2,8 %, na Austrálii, Oceánii a Nový Zéland 1,5 %, 0,6 % pak patří Afričanům. Více než 2 miliony nocí realizovali v Praze návštěvníci z Německa (13,7 % všech přenocování nerezidentů), přes milion nocí shodně hosté z USA, Spojeného království a Ruska. V první desítké zemí podle počtu přenocování figurují ještě Itálie, Francie, Španělsko, Slovensko, Izrael a Polsko. Z důvodu kratší doby pobytu sem zatím nedosáhly Jižní Korea ani Čína.

*After a decline in **Russian** arrivals over the past two years, the beginning of which can be traced back to March 2014, there was a clear **turnaround** towards the end of 2016. When taken as a whole, Russian visitors declined in 2016 by 5.3%, while the fourth quarter taken alone represented an increase of 27.8% year-on-year.*

*There was a **marked increase** in Slovak arrivals (39 000), as well as those from Poland (28 000), Israel (25 000), and the U.K. (21 000); arrival figures grew even for visitors from Spain (17 000), the Netherlands (16 000), and Hungary (14 000). The most **significant decline** was registered in arrivals from Japan (-17 000); the deficit was spread evenly throughout the year and there was no sign of recovery in the last quarter.*

Of the total of 55 countries and territories monitored by the Czech Statistical Office, 36 registered growth in Prague arrivals in 2016, while 19 showed a decline.

*The total **number of overnights** in Prague's accommodation facilities was **16 674 820**, which represents an increase of 757 555 overnights (4.8%) over 2015. Foreign visitors spent 14 892 026 overnights in Prague (89.3%) while Czech residents spent 1 782 794 (10.7%) overnights. This represents an increase of 550 937 overnights (3.8%) for residents, 206 618 (13.1%) for non-residents.*

***Europeans** represent a share of **65.1%** of all overnights, with Asia coming in at 14.6%, North America at 8.5%, Russia at 6.9%, Central and South America at 2.8%, Australia, Oceania, and New Zealand at 1.5%, and Africa at 0.6%. Over two million overnights were spent by visitors from Germany (13.7% of all overnights), with more than one million each by those from the United States, the United Kingdom, and Russia. In terms of overnight figures, the top ten markets also include Italy, France, Spain, Slovakia, Israel, and Poland. Neither South Korea nor China broke the top ten due to their relatively short lengths of stay.*

V souhrnu za celý rok se množství přenocování občanů Ruska sice snížilo o 112 706 nocí (-9,9 %), ale i v kategorii počtu přenocování znamenalo čtvrté čtvrtletí nadějnou změnu, kdy se počet noclehů ze strany Rusů meziročně zvýšil o 74 869 (30,1 %).

Průměrná doba přenocování zůstala na hodnotách roku 2015 – tzn. celkem **2,4 noci**, u nerezidentů 2,5 noci a u domácích hostů 1,8 noci. Nejdelší doba pobytu je patrná u Rusů (3,7 noci) a Izraelců (3,3 noci).

V Praze je hostům k dispozici **797 hromadných ubytovacích zařízení** se 41 854 pokoji, 91 059 lůžky a 1062 místy pro stany a karavany. Hotelů je 534, z toho nejvýrazněji je zastoupena skupina tříhvězdičkových hotelů (220), následují zařízení čtyřhvězdičková (214), pětihvězdičkových hotelů je 42, zbytek patří do nižší kategorie.

Čisté využití lůžek dosáhlo hodnoty 63,9 %, využití pokojů 65,2 %. Nejvyšší míru využití pokojů již tradičně vykazují pětihvězdičkové hotely.

Taken as a whole, Russian overnights decreased by 112 706 year-on-year (-9.9%) but the last quarter saw a promising surge with an increase of 74 869 (30.1%) over 2015.

*The **average number of overnights** stayed the same as in 2015, namely, **2.4 overnights**, with non-residents spending 2.5 overnights and domestic visitors spending 1.8 nights. Visitors from Russia (3.7 nights) and Israel (3.3 nights) stay the longest.*

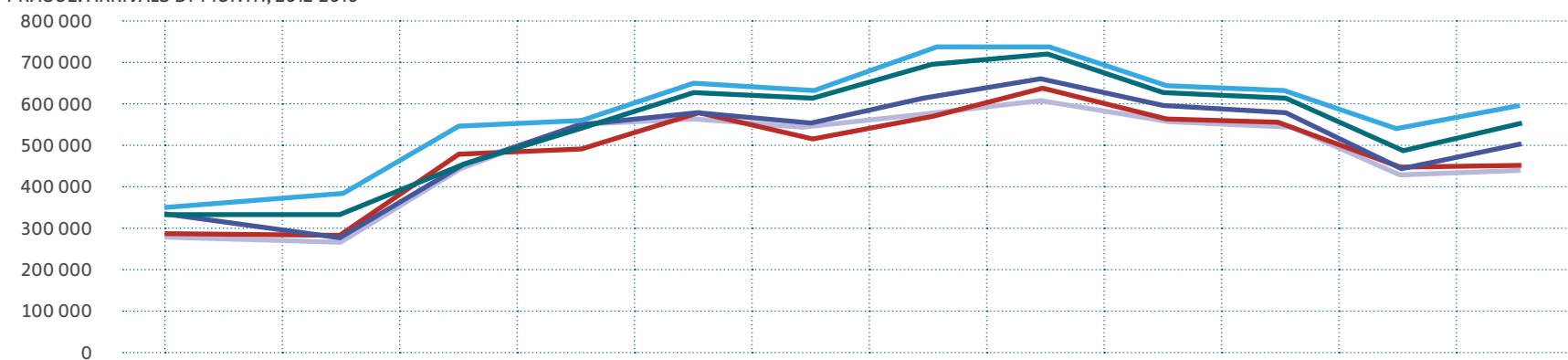
*There are a total of **797 registered collective accommodation facilities** with 41 854 rooms, 91 059 beds and 1062 camping spots for tents or caravans. There are 534 hotels, of which 220 have three stars, 214 have four stars, 42 have five stars, and the rest belonging to lower categories.*

***Net average bed occupancy** reached 63.9%, the room occupancy rate was 65.2%. The five-star hotels reported the highest occupancy rates.*

PRAHA - VÝVOJ CELKOVÉHO POČTU HOSTŮ PODLE MĚSÍCŮ V OBDOBÍ 2012-2016

PRAGUE: ARRIVALS BY MONTH, 2012-2016

2012 2013 2014 2015 2016



	leden / January	únor / February	březen / March	duben / April	květen / May	červen / June	červenec / July	srpen / August	září / September	říjen / October	listopad / November	prosinec / December
2012	293 036	281 333	448 338	521 451	549 728	513 733	564 894	601 489	559 827	543 050	417 021	432 554
2013	298 986	290 061	486 257	499 667	595 159	509 713	572 166	623 077	570 757	559 039	430 169	464 579
2014	315 634	290 954	436 332	536 203	573 391	552 841	603 929	653 744	592 674	585 326	444 892	510 095
2015	323 927	331 993	475 348	555 319	634 937	616 311	690 520	705 193	622 748	609 801	492 869	546 810
2016	355 431	382 869	547 352	558 057	663 115	636 409	735 727	731 840	669 607	659 136	530 141	600 370

Počet hostů / Guests	2012	2013	2014	2015	2016
leden / January	293 036	298 986	315 634	323 927	355 431
únor / February	281 333	290 061	290 954	331 993	382 869
březen / March	448 338	486 257	436 332	475 348	547 352
duben / April	521 451	499 667	536 203	555 319	558 057
květen / May	549 728	595 159	573 391	634 937	663 115
červen / June	513 733	509 713	552 841	616 311	636 409
červenec / July	564 894	572 166	603 929	690 520	735 727
srpen / August	601 489	623 077	653 744	705 193	731 840
září / September	559 827	570 757	592 674	622 748	669 607
říjen / October	543 050	559 039	585 326	609 801	659 136
listopad / November	417 021	430 169	444 892	492 869	530 141
prosinec / December	432 554	464 579	510 095	546 810	600 370
Celkem / Total	5 726 454	5 899 630	6 096 015	6 605 776	7 070 054



Proč návštěvníci chtějí přijet do Prahy?

„Praha je nejúžasnější město v Evropě. Byla jsem tam dvakrát, v zimě i v létě, a strašně moc se tam chci vrátit! Miluji tu atmosféru, mosty, stavby, pivo, jídlo i obchody – všechno je skvělé.“

Christina Bergström, Göteborg, Švédsko

Why travellers want to go to Prague?

“Prague is the most wonderful city in Europe. I have been there twice, both summer and winter, and want so badly go back! I love the atmosphere, the bridges, the buildings, the beer, the food, the shops... everything is great!!”

Christina Bergström, Göteborg, Sweden

V roce 2017 bude Prague City Tourism pokračovat v propagaci témat, která podněcují opakovanou návštěvu Prahy, motivují k návštěvě čtvrtí mimo nejúžší historické centrum a zároveň reflektují trend „slow“ turistiky, pro nějž je Praha ideální destinací. Těmito tématy jsou pražské kavárny a český design v Praze. Obě témata budou zpracována v nových publikačních titulech a bude jim věnován významný prostor i na webových stránkách. Domácí kampaň se pak ponese v duchu znovuobjevení „známého“ města českými návštěvníky, a to především prostřednictvím speciálně připravených vycházkových tras.

Marketing se bude věnovat i prezentacím na strategických zahraničních trzích, významný bude i refresh stávající vizuální komunikace, který vzejde z výběrového řízení realizovaného počátkem roku. Na novou úroveň by se měla dostat i komunikace na sociálních sítích, a to prostřednictvím nové agentury, rovněž vybrané ve výběrovém řízení.

Praha se bude zejména na vzdálených trzích propagovat v partnerství s Berlínem a Vídní. Tato spolupráce je zakotvena ve společném memorandu všech tří destinačních marketingových organizací, které bylo dojednáno na konci roku 2016. Spolupráce se bude týkat společné publikační činnosti, webu i vytváření společných produktů – balíčků kombinujících tyto destinace.

Ve spolupráci s Letištěm Praha a Českým Aeroholdingem na konci roku otevřeme na Terminálu 2 pražského letiště nové návštěvnické centrum, které bude nabízet stejnou šíři informací a služeb jako obdobné centrum na Terminálu 1. Návštěvníci tak budou mít k dispozici všechny běžné turistické služby na jednom místě v moderním prostředí obou příletových hal. Připravujeme přesun TIC Staroměstská radnice do vhodnějších prostor ve stejném objektu.

In 2017, Prague will continue promoting two themes that inspire return visits, promote exploration beyond the historical centre, and reflect the slow tourism trend that matches Prague's character. These themes include Prague's café culture and Czech design. We will create new printed brochures for each topic, with additional information at prague.eu. Our domestic campaign will focus on rediscovering the "familiar" city by Czech visitors, primarily through walking routes.

Among other marketing efforts, we will present Prague on strategic foreign markets. An important step in improving our communications will be an update of our current visual communication style; a public tender for the new identity will be held early in the year. Our social media communication will also be brought to a new level thanks to a new provider selected in another 2017 tender.

Our marketing activities in overseas markets will be carried out in a new partnership with Berlin and Vienna. This new collaboration is based on a joint memorandum of all three destination management organizations signed at the end of 2016. The collaboration will involve joint publishing projects, online presentations, and the development of joint products such as travel packages combining two or more destinations.

Working together with the Prague Airport and Czech Aeroholding, we will open a new visitor centre in Terminal 2 of the airport; it will provide the same range of information and services as our existing centre in Terminal 1. Arriving visitors will thus be able to avail themselves of the full range of tourism services through one of our two facilities located in the modern environment of the airport's arrival halls. Also underway are plans to move the Old Town Hall tourist information centre to a more suitable space within the same building.

Spolu s našimi tradičními partnery (MHMP, CzechTourism, PCB) i samostatně se zúčastníme několika významných veletrhů, prezentací a dalších akcí zaměřených na cestovní ruch, např. Holiday World, ITB Berlín, IMEX Frankfurt, WTM Londýn, ibtm world Barcelona, Travel Meeting Point aj. Na jaro a na podzim chystáme již čtvrtým rokem v řadě velmi přínosnou roadshow po České republice, kde budeme s naším mobilním informačním centrem propagovat turistickou destinaci Praha.

Staroměstská radnice se bude v roce 2017 potýkat s četnými opravami a změnami. Stávající provoz zásadně omezí dlouho plánovaná rekonstrukce vnější fasády radniční věže, která bude mít za následek uzavření vyhlídkového ochozu. Po dobu oprav bude posílen provoz prohlídkového okruhu památky, návštěvníkům objektu nabídneme též alternativy, které budou kompenzací za uzavřený věžní ochoz. Návštěvníkový provoz čekají i další změny – Staroměstskou radnici budeme nově prezentovat a nabízet jako celek. Dojde tak ke sjednocení stávajících provozů a prohlídkových tras, které budou zastřešeny jednotným ceníkem vstupného.

Ambiciózní je plán naší publikační činnosti - chystáme 15 nových titulů. Zkraje roku vyjde třetí ze série brožur zaměřených na gastronomii, tentokrát o pražské kavárenské kultuře. V novém rozšířeném vydání bude od nové sezony k dispozici základní turistická příručka Praha do kapsy. K 660. výročí založení Karlova mostu vyjde speciální leták. Zaměříme se i na téma Židovská Praha a pražské sochy. Úspěšný projekt Pět pražských procházek bude pokračovat novou sérií procházek zaměřených na pražskou architekturu.

Webový portál Prague.eu doplníme o další 4 jazykové verze (v omezeném rozsahu): holandskou, hebrejskou, arabskou a hindskou. Dosáhneme tak unikátních 21 jazykových verzí oficiálního turistického portálu hl. m. Prahy. Vytvoříme novou sekci webu zaměřenou na výlety z Prahy a ve spolupráci s MHMP a Pražskou organizací vozíčkářů rozšíříme web o informace pro handicapované.

We will continue exhibiting at major trade shows, either in collaboration with our traditional partners (the Prague City Hall, CzechTourism, and PCB) or individually; these events include the Holiday World show in Prague, ITB Berlin, IMEX Frankfurt, WTM London, ibtm world Barcelona, Travel Meeting Point Prague, and others. Spring and autumn will mark our bi-annual Czech Republic road show, presenting destination Prague via our mobile tourist information centre.

The Old Town Hall will be facing a number of repairs and changes in 2017. The operations will be severely curtailed by a long-planned renovation of the outer façade of the tower, which will result in the viewing gallery being closed. During this closure, we will provide additional tours of the interiors, as well as offer alternatives for the temporarily unavailable view. There will be additional changes in operation: The Old Town Hall will be presented as a whole, with previous tour routes and operations consolidated and a single admission system introduced.

Our publishing plan is ambitious, with 15 new titles planned. Early in the year, we will publish another title in our series of gastronomic guides – a brochure on Prague's coffee culture. A new, expanded version of our basic Essential Prague - Your Pocket Guide will be available at the start of the new tourist season. A special flyer will commemorate the 660th anniversary of the construction of Charles Bridge. Other brochures will be dedicated to Jewish Prague and Prague sculptures. Our successful Five Prague Walks project will continue with a new series focusing on Prague architecture.

Four more language versions (with limited content) will be added to the prague.eu web site: Dutch, Hebrew, Arabic, and Hindi, resulting in an unprecedented 21 language versions of our official web site. We will create a new section on excursions outside of Prague and, in collaboration with the Prague City Hall and the Prague Association of Handicapped Persons, add extensive information for handicapped travellers.

V oblasti Pražské vlastivědy se zaměříme na méně známé lokality Prahy, které mohou objevovat mimopražští návštěvníci i sami Pražané. Neopomíne ani významná výročí slavných osobností, jejichž osud je spjat s dějinami a ulicemi hlavního města. Pořádány budou přednášky a vycházky k 300. výročí narození Marie Terezie. Plánujeme také pokračovat v úspěšných vycházkách pro děti, jejichž okruh rozšíříme novým jarním a podzimním cyklem.

V průběhu r. 2017 proběhnou poslední dvě vlny terénního dotazování mezi návštěvníky Prahy a celý tříletý průzkumný projekt Srovnávací analýza v příjezdovém cestovním ruchu v Praze 2014 – 2017 bude ukončen. K dispozici budou názory více než devíti tisíc respondentů z celého světa. Souhrnný detailní rozbor výsledků se stane cenným podkladem pro další marketingové plány i ostatní aktivity Prague City Tourism.

The education department will continue focussing on less-known Prague locales which can be explored by visitors and residents alike. Major anniversaries of figures whose lives were tied to Prague will also be reflected in the programme. One example will be the 300th anniversary of the birth of Empress Maria Theresa, who is to become the subject of a series of lectures and walks. We will also continue our popular children's walk series with the addition of new spring and autumn walks.

The year 2017 will also mark the final two rounds of our visitors poll, concluding our three-year Comparative Analysis of Incoming Tourism to Prague, 2014–2017 project. The poll data will represent the opinions of over 9000 respondents from all over the world. Its detailed analysis will become a valuable foundation for the future planning of Prague City Tourism's marketing and other initiatives.



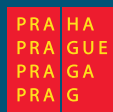
Výroční zpráva 2016 / 2016 Annual Report
Text a foto / Text and photo: © Pražská informační služba – Prague City Tourism
Arbesovo náměstí 70/4 / Praha 5 / 150 00 / CZ
www.prague.eu
Sazba / Design: Marek Farkaš
Tisk / Printed by: Akontext

Výroční zpráva ke stažení:



2016 Annual Report for download:





Výroční zpráva 2016
2016 Annual Report
Pražská informační služba – Prague City Tourism
Arbesovo náměstí 70/4 / Praha 5 / 150 00 / CZ
www.prague.eu